



23.028

## **Messaggio concernente la promozione della piazza economica negli anni 2024–2027**

del 25 gennaio 2023

---

Onorevoli presidenti e consiglieri,

con il presente messaggio vi sottoponiamo, per approvazione, i seguenti disegni di decreti federali:

- A. Decreto federale sul finanziamento delle attività di governo elettronico delle piccole e medie imprese negli anni 2024–2027
- B. Decreto federale sul finanziamento della promozione dell'innovazione, della collaborazione e dello sviluppo delle conoscenze nel turismo (Innotour) negli anni 2024–2027
- C. Decreto federale sulla concessione di un aiuto finanziario a Svizzera Turismo negli anni 2024–2027
- D. Decreto federale che definisce il programma pluriennale della Confederazione 2024–2031 concernente l'attuazione della Nuova politica regionale (NPR)
- E. Decreto federale concernente ulteriori conferimenti al Fondo per lo sviluppo regionale
- F. Decreto federale sul finanziamento della promozione delle esportazioni negli anni 2024–2027
- G. Decreto federale sul finanziamento della promozione dell'informazione riguardante la piazza imprenditoriale svizzera (promozione della piazza economica) negli anni 2024–2027

Gradite, onorevoli presidenti e consiglieri, l'espressione della nostra alta considerazione.

25 gennaio 2023

In nome del Consiglio federale svizzero:

Il presidente della Confederazione, Alain Berset  
Il cancelliere della Confederazione, Walter Thurnherr

## Compendio

*La promozione della piazza economica della Confederazione ha la finalità di preservare e aumentare l'attrattiva e la competitività dell'economia svizzera, caratterizzata da un fitto tessuto di piccole e medie imprese (PMI), e di contribuire così alla creazione di maggiore valore aggiunto e di posti di lavoro duraturi. Per portare avanti e sviluppare negli anni 2024–2027 gli strumenti disponibili, il Consiglio federale sottopone al Parlamento sei decreti di finanziamento, per un importo totale di 646,13 milioni di franchi.*

### Situazione iniziale

*La Svizzera è uno dei Paesi più competitivi al mondo e deve questo successo soprattutto alle ottime condizioni quadro economiche che la contraddistinguono. Tra queste figurano un mercato del lavoro flessibile, una pressione fiscale moderata e finanze pubbliche in buono stato. Eppure, l'economia svizzera si trova a fronteggiare numerose sfide: la concorrenza internazionale è intensa e le imprese svizzere, in particolare le PMI, sono esposte a pressioni in termini di innovazione e riduzione dei costi. A ciò si aggiungono la digitalizzazione dell'economia svizzera, la riduzione delle disparità economiche regionali e le esigenze legate allo sviluppo sostenibile, la crisi a livello di clima e biodiversità, ma anche le ricadute economiche delle controversie commerciali su scala globale. Negli ultimi tempi, la pandemia di COVID-19 e gli sviluppi geopolitici hanno reso evidente che le condizioni quadro sono soggette a mutamenti repentini e che possono quindi delinearsi nuove e importanti sfide per la promozione della piazza economica.*

### Contenuto del progetto

*I cinque obiettivi prefissi con la promozione della piazza economica della Confederazione negli anni 2024–2027 sono: migliorare le condizioni quadro delle PMI, rafforzare le regioni, contribuire allo sviluppo sostenibile, cogliere le opportunità offerte dalla digitalizzazione e accrescere l'attrattiva della piazza economica e turistica. Rispetto al periodo 2020–2023, viene attribuita una maggiore rilevanza alla sostenibilità e alla digitalizzazione nonché alle esigenze dei destinatari. Gli obiettivi saranno perseguiti definendo attività specifiche e facendo affidamento sugli strumenti della politica a favore delle PMI, della politica del turismo, della Nuova politica regionale e della promozione dell'economia esterna.*

*Il Consiglio federale sottopone al Parlamento sei decreti di finanziamento per portare avanti e sviluppare negli anni 2024–2027 gli strumenti di promozione della piazza economica il cui finanziamento giungerà a scadenza alla fine del 2023. Rispetto al periodo 2020–2023, viene posto l'accento sul potenziamento del governo elettronico e sulla promozione delle esportazioni. Per il periodo 2024–2027, lo sviluppo degli strumenti di promozione economica si concentrerà sugli aspetti riportati qui di seguito.*

- *Politica a favore delle PMI: la digitalizzazione costituisce il fulcro di questa politica. Il potenziamento di EasyGov, lo sportello online per le imprese, ne costituisce l'elemento centrale.*

- *Politica del turismo: l'accento è posto sull'attuazione della Strategia del turismo approvata nel 2021 dal Consiglio federale. Concretamente, saranno in particolare potenziati gli strumenti di promozione degli investimenti e sarà incoraggiato lo sviluppo sostenibile nel settore del turismo nonché il passaggio al digitale.*
- *Politica regionale: con il presente messaggio, il Consiglio federale sottopone all'Assemblea federale il programma pluriennale 2024–2031 della Nuova politica regionale. I contenuti vertono sui consolidati aspetti prioritari della promozione (innovazione e turismo), sull'inserimento di elementi di economia locale nel principio della base d'esportazione, sull'estensione della promozione di determinate infrastrutture, sulla trasformazione digitale e sullo sviluppo regionale sostenibile.*
- *Promozione dell'economia esterna: in base alle esigenze individuate, saranno ampliati gli strumenti di promozione dell'industria dell'esportazione in particolare e sarà migliorato l'accesso degli esportatori svizzeri ai grandi progetti infrastrutturali esteri; l'approccio «Team Switzerland» verrà potenziato. Sarà inoltre rafforzata l'immagine della Svizzera in quanto polo tecnologico e innovativo.*

### **Decreti di finanziamento**

*Con il presente messaggio, il Consiglio federale propone decreti di finanziamento per un ammontare complessivo di 646,13 milioni di franchi, ripartito come segue:*

- *credito d'impegno per il finanziamento delle attività di governo elettronico delle piccole e medie imprese negli anni 2024–2027 (32,8 mio. fr.);*
- *credito d'impegno per il finanziamento della promozione dell'innovazione, della collaborazione e dello sviluppo delle conoscenze nel turismo (Innotour) negli anni 2024–2027 (45,43 mio. fr.);*
- *limite di spesa per l'aiuto finanziario a Svizzera Turismo negli anni 2024–2027 (233 mio. fr.);*
- *limite di spesa per alimentare il Fondo per lo sviluppo regionale negli anni 2024–2031 (217,3 mio. fr.);*
- *limite di spesa per il finanziamento della promozione delle esportazioni negli anni 2024–2027 (99,1 mio. fr.);*
- *limite di spesa per il finanziamento della promozione dell'informazione riguardante la piazza imprenditoriale svizzera (promozione della piazza economica) negli anni 2024–2027 (18,5 mio. fr.).*

### **Ulteriore decreto federale**

*Il Consiglio federale propone inoltre un decreto federale che definisce il programma pluriennale della Confederazione 2024–2031 concernente l'attuazione della Nuova politica regionale.*

## Indice

<b>Compendio</b>	<b>2</b>
<b>1 Promozione della piazza economica della Confederazione</b>	<b>8</b>
1.1 Situazione iniziale	8
1.2 Basi strategiche	9
1.2.1 Strategia mantello	9
1.2.2 Lo sviluppo sostenibile come obiettivo della promozione della piazza economica	14
1.2.3 La digitalizzazione come obiettivo della promozione della piazza economica	16
1.3 Contributo alla gestione degli effetti della pandemia di COVID-19	18
1.3.1 Crediti COVID-19	19
1.3.2 Aiuti per i casi di rigore	20
1.3.3 Ulteriori misure	21
1.4 Esposizione nazionale (Expo)	22
1.5 Promozione della piazza economica e attività legislativa in corso	23
1.6 Integrazione nella politica di promozione della piazza economica della Confederazione	24
1.7 Rapporto con il programma di legislatura, la pianificazione finanziaria e le strategie del Consiglio federale	24
1.7.1 Rapporto con il programma di legislatura	24
1.7.2 Rapporto con le strategie del Consiglio federale	24
<b>2 Politica a favore delle PMI</b>	<b>25</b>
2.1 Basi strategiche	25
2.2 Priorità 2024–2027	26
2.3 Sgravio amministrativo	27
2.3.1 Obiettivi e compiti	27
2.3.2 Efficacia	28
2.4 Governo elettronico a favore delle PMI	28
2.4.1 Obiettivi e compiti	28
2.4.2 Efficacia	30
2.4.3 Decreto federale sul finanziamento delle attività di governo elettronico delle piccole e medie imprese negli anni 2024–2027	34
2.5 Finanziamento delle imprese	37
2.5.1 Obiettivi e compiti	37
2.5.2 Efficacia	38
2.6 Sistema di fidejussioni per PMI	39
2.6.1 Obiettivi e compiti	39
2.6.2 Efficacia	40
<b>3 Politica del turismo</b>	<b>42</b>

3.1	Basi strategiche	42
3.1.1	Analisi della situazione del turismo svizzero	42
3.1.2	Strategia del turismo della Confederazione	43
3.1.3	Quadro finanziario globale della politica del turismo	45
3.2	Priorità 2024–2027	45
3.3	Innotour	47
3.3.1	Obiettivi e compiti	47
3.3.2	Efficacia	49
3.3.3	Decreto federale sul finanziamento della promozione dell'innovazione, della collaborazione e dello sviluppo delle conoscenze nel turismo (Innotour) negli anni 2024–2027	51
3.4	Promozione turistica	52
3.4.1	Obiettivi e compiti	52
3.4.2	Efficacia	55
3.4.3	Decreto federale sulla concessione di un aiuto finanziario a Svizzera Turismo negli anni 2024–2027	55
3.5	Promozione del settore alberghiero	58
3.5.1	Obiettivi e compiti	58
3.5.2	Efficacia	59
<b>4</b>	<b>Politica regionale</b>	<b>60</b>
4.1	Basi strategiche	60
4.1.1	Valutazione del programma pluriennale 2016–2023	61
4.1.2	Lavori di base	62
4.1.3	Politiche territoriali importanti	63
4.1.4	Politiche tematiche importanti	64
4.1.5	Sviluppo sostenibile	66
4.2	Obiettivi e compiti	67
4.2.1	Obiettivo della NPR	67
4.2.2	Promozione del progetto e misure di accompagnamento	68
4.2.3	Sviluppi e cambiamenti nelle zone target	68
4.3	Terzo Programma pluriennale della Confederazione 2024–2031 per l'attuazione della Nuova politica regionale	70
4.3.1	Contenuti del programma pluriennale: principi e orientamenti	70
4.3.2	Promozione dei progetti	74
4.3.3	Misure di accompagnamento	82
4.3.4	Interreg / Cooperazione territoriale europea	83
4.3.5	Attuazione della promozione dei progetti	83
4.3.6	Aspetti finanziari	84
4.3.7	Controlling e valutazione	86
4.4	Efficacia della NPR	86

4.5	Decreto federale che definisce il programma pluriennale della Confederazione 2024–2031 concernente l’attuazione della Nuova politica regionale (NPR)	87
4.6	Decreto federale concernente ulteriori conferimenti al Fondo per lo sviluppo regionale	87
4.7	Sgravi fiscali	88
<b>5</b>	<b>Promozione dell’economia esterna</b>	<b>89</b>
5.1	Basi strategiche	89
5.2	Priorità 2024–2027	90
5.3	Promozione delle esportazioni	92
5.3.1	Obiettivi e compiti	92
5.3.2	Efficacia	95
5.3.3	Decreto federale sul finanziamento della promozione delle esportazioni negli anni 2024–2027	96
5.4	Promozione della piazza economica	99
5.4.1	Obiettivi e compiti	99
5.4.2	Efficacia	101
5.4.3	Decreto federale sul finanziamento della promozione dell’informazione riguardante la piazza imprenditoriale svizzera (promozione della piazza economica) negli anni 2024–2027	102
5.5	Assicurazione svizzera contro i rischi delle esportazioni (ASRE)	105
5.5.1	Obiettivi e compiti	105
5.5.2	Efficacia	105
<b>6</b>	<b>Ripercussioni dei decreti federali proposti</b>	<b>106</b>
6.1	Ripercussioni per la Confederazione	106
6.1.1	Ripercussioni finanziarie	106
6.1.2	Ripercussioni sull’effettivo del personale	108
6.2	Ripercussioni per i Cantoni e i Comuni, per le Città, gli agglomerati e le regioni di montagna	109
6.3	Collaborazione tra la Confederazione e i Cantoni	109
6.4	Ripercussioni per l’economia	110
6.5	Ripercussioni per la società	111
6.6	Ripercussioni per l’ambiente	112
<b>7</b>	<b>Aspetti giuridici</b>	<b>113</b>
7.1	Costituzionalità	113
7.2	Compatibilità con gli impegni internazionali della Svizzera	113
7.3	Subordinazione al freno alle spese	114
7.4	Rispetto del principio di sussidiarietà e del principio dell’equivalenza fiscale	114
7.5	Conformità alla legge sui sussidi	115

---

<b>Elenco delle abbreviazioni</b>	<b>118</b>
<b>Decreto federale sul finanziamento delle attività di governo elettronico delle piccole e medie imprese negli anni 2024–2027</b> <i>(Disegno)</i>	FF 2023 555
<b>Decreto federale sul finanziamento della promozione dell’innovazione, della collaborazione e dello sviluppo delle conoscenze nel turismo (Innotour) negli anni 2024–2027</b> <i>(Disegno)</i>	FF 2023 556
<b>Decreto federale sulla concessione di un aiuto finanziario a Svizzera Turismo negli anni 2024–2027</b> <i>(Disegno)</i>	FF 2023 557
<b>Decreto federale che definisce il programma pluriennale della Confederazione 2024–2031 concernente l’attuazione della Nuova politica regionale (NPR)</b> <i>(Disegno)</i>	FF 2023 558
<b>Decreto federale concernente ulteriori conferimenti al Fondo per lo sviluppo regionale</b> <i>(Disegno)</i>	FF 2023 559
<b>Decreto federale sul finanziamento della promozione delle esportazioni negli anni 2024–2027</b> <i>(Disegno)</i>	FF 2023 560
<b>Decreto federale sul finanziamento della promozione dell’informazione riguardante la piazza imprenditoriale svizzera (promozione della piazza economica) negli anni 2024–2027</b> <i>(Disegno)</i>	FF 2023 576

---

# Messaggio

## 1 Promozione della piazza economica della Confederazione

### 1.1 Situazione iniziale

La Svizzera è uno dei Paesi più competitivi al mondo e deve questo successo soprattutto alle ottime condizioni quadro economiche su cui poggia. Tra queste figurano, in particolare, l'alta qualità del sistema formativo, l'apertura internazionale, la flessibilità del mercato del lavoro, la moderata pressione fiscale e le finanze pubbliche in buono stato<sup>1</sup>. Eppure, l'economia svizzera si trova a fronteggiare numerose sfide: come dimostrano anche i recenti sviluppi in materia di imposizione delle imprese, la concorrenza internazionale è forte, il che espone le imprese svizzere, in particolare le PMI, a pressioni in termini di innovazione e riduzione dei costi. Inoltre, la garanzia di poter accedere al mercato unico e ai programmi di ricerca dell'Unione europea (UE) è fondamentale per la piazza economica svizzera. A ciò si aggiungono la digitalizzazione dell'economia svizzera, la riduzione delle disparità economiche regionali, le esigenze legate allo sviluppo sostenibile, la crisi a livello di clima e biodiversità, ma anche le ricadute economiche delle controversie commerciali su scala globale. Negli ultimi tempi, la pandemia di COVID-19 e gli sviluppi geopolitici, come la guerra in Ucraina e le tensioni presenti in diverse regioni del mondo, hanno reso evidente che le condizioni quadro sono soggette a mutamenti repentini e che possono quindi delinearsi nuove e importanti sfide per la promozione della piazza economica. In particolare, le perturbazioni dei flussi commerciali globali, che si traducono in difficoltà di fornitura e scarsità di merci, possono minacciare la sicurezza degli approvvigionamenti. Altrettanto concreto è il rischio di una carenza di energia, con i danni all'economia e i problemi di approvvigionamento economico che ne deriverebbero.

La promozione economica della Confederazione rientra nell'ambito di competenza della Direzione per la promozione della piazza economica della Segreteria di Stato dell'economia (SECO); è finalizzata ad accrescere la resilienza delle PMI e delle regioni e a sostenerle nel far fronte alle sfide illustrate. L'abilità dimostrata nel gestire l'impatto economico della pandemia di COVID-19 ha messo in luce la capacità di azione e reazione degli strumenti adottati. Con il presente messaggio, formuliamo la nostra politica in materia di promozione della piazza economica per gli anni 2024–2027 e vi proponiamo, al contempo, i crediti d'impegno e i limiti di spesa che riteniamo necessari per realizzare e potenziare gli strumenti di promozione.

<sup>1</sup> Consiglio federale (2022): *Rafforzamento della piazza economica svizzera – Analisi globale del Consiglio federale del 16 febbraio 2022*, disponibile su [www.seco.admin.ch/it](http://www.seco.admin.ch/it)  
> Documentazione > Comunicati stampa > Il Consiglio federale si adopera per rafforzare la piazza economica svizzera.



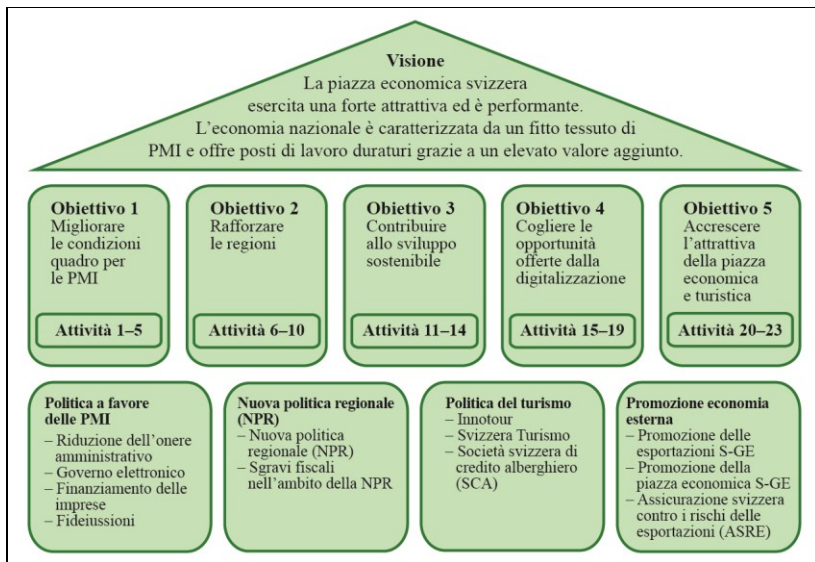
## 1.2 Basi strategiche

### 1.2.1 Strategia mantello

La strategia mantello per la promozione economica<sup>2</sup> si è dimostrata efficace. Secondo indagini esterne, i destinatari sono molto soddisfatti dei servizi e delle offerte, e lo stesso vale per le prestazioni degli strumenti di promozione e delle organizzazioni incaricate<sup>3</sup>. La strategia mantello è stata oggetto di un processo di miglioramento continuo basato sui risultati di queste indagini. La figura 1 mostra la struttura della strategia mantello aggiornata.

Figura 1

### Strategia mantello per la promozione della piazza economica della Confederazione negli anni 2024–2027



La visione alla base della promozione della piazza economica è la seguente: «la piazza economica svizzera esercita una forte attrattiva ed è performante, l'economia nazionale è caratterizzata da un fitto tessuto di PMI e offre posti di lavoro duraturi, grazie a una produzione sostenibile e a un elevato valore aggiunto». Tra i cinque obiettivi

<sup>2</sup> SECO (2017): *Standortförderung 2020+: Mehrwert für KMU und Regionen, dicembre 2017*, disponibile (soltanto in tedesco) su [www.seco.admin.ch/it](http://www.seco.admin.ch/it) > Promozione della piazza economica > Messaggio concernente la promozione economica negli anni 2020–2023 > Dachstrategie für die Standortförderung des Bundes 2020.

<sup>3</sup> Ecoplan e Accelerom (2022): *Zielgruppenorientierte Weiterentwicklung der Standortförderung des Bundes – rapporto finale di settembre 2021*, disponibile (soltanto in tedesco) su [www.seco.admin.ch/it](http://www.seco.admin.ch/it) > Promozione della piazza economica > Messaggio concernente la promozione economica negli anni 2020–2023 > Zielgruppenorientierte Weiterentwicklung der Standortförderung des Bundes.

perseguiti, l'aggiornamento della strategia mantello ha conferito una maggiore importanza allo sviluppo sostenibile (obiettivo 3) e alla digitalizzazione (obiettivo 4).

Per quanto concerne gli ulteriori mezzi necessari per la promozione economica 2024–2027 rispetto al periodo 2020–2023, il nostro Consiglio pone l'accento sul potenziamento del governo elettronico per le PMI e sulla promozione delle esportazioni. In termini di governo elettronico, la Svizzera è nettamente arretrata rispetto ad altri Paesi dell'Organizzazione per la cooperazione e lo sviluppo economico (OCSE) e per quanto riguarda la promozione delle esportazioni, deve affrontare le nuove sfide associate alla forte concorrenza internazionale.

Qui di seguito è riportata una descrizione più approfondita degli obiettivi della promozione della piazza economica 2024–2027.

#### *Obiettivo 1 «Miglioramento delle condizioni quadro per le PMI»*

Attraverso la promozione della piazza economica, il nostro Consiglio si impegna a migliorare le condizioni quadro per le PMI, principali destinatarie della promozione stessa. La competitività delle PMI e, quindi, una piazza economica fiorente non possono prescindere da un contesto favorevole. Nell'ottica della promozione economica le condizioni quadro sono in gran parte già date e possono soltanto essere adattate nel lungo periodo. Ne consegue che, in termini di promozione della piazza economica, il miglioramento delle condizioni quadro per le PMI rappresenta un compito a lungo termine.

#### *Obiettivo 2 «Rafforzamento delle regioni»*

Attraverso la promozione della piazza economica, il nostro Consiglio si impegna affinché la popolazione elvetica possa contare su buone condizioni di vita e di lavoro in ogni regione. In questo senso, è fondamentale offrire prospettive e opportunità promettenti a chi fa impresa. Con la promozione della piazza economica, il nostro Collegio sostiene gli attori nelle varie regioni affinché ne sfruttino appieno il potenziale economico e contribuisce così a ridurre le disparità territoriali.

#### *Obiettivo 3 «Contributo allo sviluppo sostenibile»*

La promozione della piazza economica rappresenta una politica di lungo raggio, che mira al posizionamento della Svizzera come piazza economica di successo, innovativa, competitiva e capace di resistere alle crisi, rendendola così più resiliente. Le strategie e gli strumenti che mette in campo sostengono e promuovono per la Svizzera uno sviluppo economico sostenibile e in grado di cogliere le opportunità. La promozione della piazza economica rappresenta una politica economica che concorre a garantire e valorizzare le risorse naturali, consolidando nel contempo la solidarietà sociale. Così facendo, contribuisce in modo concreto all'attuazione della Strategia per uno sviluppo sostenibile 2030 (SSS 2030)<sup>4</sup>.

<sup>4</sup> Consiglio federale (2021): *Strategia per uno sviluppo sostenibile 2030*, disponibile su [www.are.admin.ch](http://www.are.admin.ch) > Sviluppo sostenibile > Pubblicazioni > Strategia per uno sviluppo sostenibile 2030.

#### *Obiettivo 4 «Sfruttamento delle opportunità offerte dalla digitalizzazione»*

La digitalizzazione è un importante motore di crescita economica cui la pandemia di COVID-19 ha impresso ulteriore slancio. Attraverso la promozione della piazza economica, il nostro Consiglio si impegna affinché le opportunità offerte dalla digitalizzazione siano sfruttate con sistematicità. Questo obiettivo ha un carattere marcatamente trasversale ed è collegato agli altri quattro.

#### *Obiettivo 5 «Rafforzamento dell'attrattiva della piazza economica e turistica»*

L'attrattiva della piazza economica e turistica è un fattore importante per il successo economico. Oltre che da condizioni quadro ottimali (cfr. obiettivo 1), essa è legata a un'offerta di qualità, alla disponibilità di personale qualificato<sup>5</sup> e al posizionamento sul mercato, che deve essere coordinato e di massimo livello. Attraverso questa promozione, il nostro Consiglio contribuisce ad accrescere l'attrattiva della Svizzera come piazza economica e turistica, favorendo così anche la resilienza e la capacità dell'economia svizzera di far fronte alle crisi.

Il raggiungimento dei cinque obiettivi è supportato da 23 attività. La tabella 1 presenta una sintesi degli obiettivi con le rispettive attività, i cui contenuti sono descritti ai numeri 1.2.2, 1.2.3 e da 3 a 6. Il messaggio concernente la promozione della piazza economica negli anni 2028–2031 renderà conto delle attività realizzate.

*Tabella 1*

### **Sintesi degli obiettivi e delle attività per la promozione della piazza economica**

Obiettivi	Attività
Obiettivo 1 «Miglioramento delle condizioni quadro per le PMI»	1. Formulare progetti normativi che siano il più possibile favorevoli per le PMI
	2. Ridurre l'onere amministrativo a carico delle imprese
	3. Garantire il coordinamento con i portatori d'interesse rilevanti e curare il regolare scambio
	4. Potenziare lo sportello unico online per le imprese (EasyGov)
	5. Agevolare alle PMI l'accesso al finanziamento
Obiettivo 2 «Rafforzamento delle regioni»	6. Sfruttare il potenziale economico delle regioni rurali, di montagna e di frontiera
	7. Promuovere l'innovazione nella tecnologia, nell'imprenditoria e nel turismo
	8. Promuovere uno sviluppo territoriale coerente

<sup>5</sup> In questo contesto, il nostro Consiglio ha definito misure volte a ottimizzare l'ammissione di lavoratori qualificati provenienti da Stati terzi (comunicato stampa del Consiglio federale [4.3.2022], disponibile su [www.admin.ch](http://www.admin.ch) > Documentazione > Il Consiglio federale riduce gli ostacoli amministrativi all'immigrazione da Stati terzi).

Obiettivi	Attività
	<ul style="list-style-type: none"> <li>9. Promuovere lo sviluppo e il trasferimento delle conoscenze nell'ambito dello sviluppo regionale</li> <li>10. Sostenere l'insediamento delle imprese nei centri regionali delle aree rurali e delle regioni di montagna</li> </ul>
Obiettivo 3 «Contributo allo sviluppo sostenibile»	<ul style="list-style-type: none"> <li>11. Trasporre il principio di sostenibilità nel quadro della promozione della piazza economica</li> <li>12. Verificare che i progetti promossi tengano conto degli aspetti legati alla sostenibilità e introdurre incentivi specifici in tal senso</li> <li>13. Conferire alla Svizzera il ruolo di una piazza economica e turistica sostenibile e resiliente</li> <li>14. Contribuire alla protezione del clima e all'adattamento al cambiamento climatico</li> </ul>
Obiettivo 4 «Sfruttamento delle opportunità offerte dalla digitalizzazione»	<ul style="list-style-type: none"> <li>15. Sostenere la trasformazione digitale delle PMI</li> <li>16. Digitalizzare le iniziative avviate nell'ambito della promozione della piazza economica e dalle organizzazioni incaricate</li> <li>17. Sostenere la digitalizzazione delle prestazioni delle autorità a favore delle imprese</li> <li>18. Mettere a disposizione e condividere le conoscenze in materia di digitalizzazione</li> <li>19. Sostenere la messa in rete e l'utilizzo di dati digitali</li> </ul>
Obiettivo 5 «Rafforzamento dell'attrattiva della piazza economica e turistica»	<ul style="list-style-type: none"> <li>20. Sostenere l'insediamento a lungo termine delle imprese estere</li> <li>21. Sostenere le PMI esportatrici</li> <li>22. Portare avanti la prospezione del mercato a favore della piazza turistica svizzera</li> <li>23. Sviluppare ulteriormente l'approccio «Team Switzerland»</li> </ul>

La promozione della piazza economica si concretizza attraverso dodici strumenti della politica a favore delle PMI, della Nuova politica regionale (NPR), della politica del turismo e della promozione dell'economia esterna (cfr. fig. 1).

Lo sviluppo della strategia mantello ha comportato dei lavori di fondo finalizzati ad allineare meglio la promozione della piazza economica alle esigenze dei *destinatari*. Uno studio di base<sup>6</sup> ha dimostrato che la platea dei destinatari della promozione economica è molto stratificata ed eterogenea ed è suddividibile in cinque categorie: attori esteri, attori del turismo, attori dello sviluppo regionale, attori nazionali in cerca sia di reti di contatti che di scambi e possibilità d'ottimizzazione e, infine, imprese esportatrici. Inoltre, lo studio indica che il grado di soddisfazione dei destinatari rispetto ai

<sup>6</sup> Ecoplan e Accelerom (2022): *Zielgruppenorientierte Weiterentwicklung der Standortförderung des Bundes*, settembre 2021, disponibile (soltanto in tedesco) su [www.seco.admin.ch/it](http://www.seco.admin.ch/it) > Promozione della piazza economica > Messaggio concernente la promozione economica negli anni 2020–2023 > Zielgruppenorientierte Weiterentwicklung der Standortförderung des Bundes (disponibile soltanto in tedesco).

servizi e alle offerte di promozione della piazza economica è elevato: oltre due terzi dei portatori d'interesse intervistati si dichiarano piuttosto o molto soddisfatti dell'offerta fruita. Apprezzano anche gli strumenti di promozione e le organizzazioni incaricate (organizzazioni che concedono fidejussioni, Assicurazione svizzera contro i rischi delle esportazioni (ASRE), Switzerland Global Enterprise (S-GE), Società svizzera di credito alberghiero (SCA) e Svizzera Turismo). Gli strumenti attuali per la promozione della piazza economica sono considerati sufficienti. Il coordinamento e la chiarezza sono i due aspetti per i quali è stata riscontrata una certa necessità di ottimizzazione. Circa il dieci per cento dei portatori d'interesse interpellati è (piuttosto) insoddisfatto della complessità associata all'espletamento delle attività e dell'impegno richiesto per individuare l'offerta giusta. Alla luce di quanto emerso è stata realizzata una guida sulla promozione della piazza economica (disponibile su Internet a partire da inizio 2023) che mira a fornire una migliore panoramica delle offerte e dei servizi di promozione rendendoli più facilmente accessibili (cfr. n. 1.2.3).

Nell'autunno 2022 gfs.bern ha realizzato per conto della SECO una serie di inchieste indipendenti per conoscere il grado di soddisfazione dei partner di ST<sup>7</sup> e dei clienti di S-GE<sup>8</sup>. Il grado di soddisfazione nei confronti di ST si è attestato a 7,9 e quello concernente S-GE a 8,1 su una scala da 1 a 10, il che corrisponde a una valutazione da «buona a molto buona». Rispetto ai sondaggi analoghi condotti nel 2019, il grado di soddisfazione nei confronti delle due organizzazioni è dunque nuovamente migliorato.

Il principio fondamentale che guida la concezione e la realizzazione degli strumenti per la promozione della piazza economica è l'*efficacia*, perché è soprattutto attraverso i risultati concreti per l'economia di tutte le regioni della Svizzera che è possibile misurare il successo della promozione stessa. Negli ultimi anni sono stati quindi definiti importanti riferimenti per *misurare l'efficacia*: ciascuno dei dodici strumenti della promozione della piazza economica si basa su indicatori chiave che, nella maggior parte dei casi, sono oggetto di rilevazioni con cadenza annuale. L'andamento di questi indicatori è oggetto di rapporti sottoposti alla Direzione per la promozione della piazza economica che essa utilizza a supporto delle discussioni e delle decisioni strategiche. Questa modalità non consente, tuttavia, di ottenere dati chiari sull'efficacia generale della promozione della piazza economica, perché gli strumenti e le esigenze dei destinatari sono eccessivamente eterogenei. Le misure per valutare l'efficacia dei singoli strumenti, come gli studi annuali di casi e svariate valutazioni, consentono di trarre conclusioni più chiare sui risultati e sull'efficacia. Da queste misure emerge che gli strumenti sono stati sviluppati sulla base di un impianto solido e che dispongono di una struttura metodologica robusta.

<sup>7</sup> gfs.bern (2022): *Studie zur unabhängigen Zufriedenheitsbefragung der Partner von Schweiz Tourismus (en allemand, résumé en français)*, disponibile (in tedesco con riassunto in italiano) sul sito [www.seco.admin.ch](http://www.seco.admin.ch) > Promozione della piazza economica > Politica del turismo > Attualità.

<sup>8</sup> gfs.bern (2022): *2. Studie zur unabhängigen Zufriedenheitsbefragung der Kunden von Switzerland Global Enterprise*, dicembre 2022, disponibile (in tedesco con riassunto in italiano) sul sito [www.seco.admin.ch](http://www.seco.admin.ch) > Promozione della piazza economica > Promozione delle esportazioni e della piazza economica > Promozione delle esportazioni.

Le attività di sviluppo della valutazione dell'efficacia si concentrano sull'adeguamento di determinati aspetti. Alcuni esempi sono riportati nei capitoli relativi ai singoli strumenti. È in questo contesto che si inserisce anche il lancio di una nuova iniziativa per rafforzare l'orientamento ai destinatari al fine di individuare indicatori che consentano di trarre ulteriori conclusioni sull'efficacia degli strumenti di promozione economica.

### **1.2.2 Lo sviluppo sostenibile come obiettivo della promozione della piazza economica**

Nel quadro della promozione della piazza economica 2024–2027 lo sviluppo sostenibile rappresenta un obiettivo a sé stante, quindi le attività ad esso correlate saranno commentate a parte qui di seguito.

Attraverso la SSS 2030<sup>9</sup>, il nostro Consiglio illustra le modalità di attuazione dell'Agenda 2030<sup>10</sup> e degli Obiettivi di sviluppo sostenibile (*Sustainable Development Goals, SDG*). Anche la promozione della piazza economica, come tutti gli altri campi in cui opera la Confederazione, deve far confluire gli obiettivi dell'Agenda 2030 e della SSS 2030, con i dovuti bilanciamenti, all'interno dei processi di sviluppo e realizzazione dei propri strumenti. Lo sviluppo sostenibile è un obiettivo radicato sia nella strategia mantello per la promozione della piazza economica che nelle basi giuridiche, nelle convenzioni sulle prestazioni e nei programmi dei singoli strumenti. Con la promozione della piazza economica il nostro Consiglio favorisce così la resilienza dello sviluppo economico, contribuendo a garantire e valorizzare le risorse naturali e a consolidare la solidarietà sociale. Il sostegno a favore dello sviluppo sostenibile offerto nel contesto della promozione della piazza economica si articola sostanzialmente nelle quattro attività illustrate di seguito.

#### *Trasporre il principio della sostenibilità nel quadro della promozione della piazza economica*

In vista della legislatura 2024–2027, il nostro Consiglio si avvale degli strumenti della promozione della piazza economica per rafforzare il sostegno offerto ai destinatari nel campo dello sviluppo sostenibile sulla base di un posizionamento netto, proattivo e attento alle opportunità. A tal fine, la politica a favore delle PMI, la politica del turismo, la politica regionale e la promozione dell'economia esterna stabiliscono obiettivi di sostenibilità concordati in stretta collaborazione con i rispettivi partner e accompagnati da indicatori misurabili e valori target realistici. Per la NPR è stato elaborato un apposito documento concettuale, in cui vengono definiti obiettivi di sostenibilità e indicatori basati sulla SSS 2030. Nei modelli d'efficacia dei programmi di attuazione cantonali e sovracantonali della NPR sono ripresi alcuni degli elementi riportati in questo documento e sono delineate le misure che ne consentono la realizza-

<sup>9</sup> Consiglio federale (2021): *Strategia per uno sviluppo sostenibile 2030*, disponibile su [www.are.admin.ch](http://www.are.admin.ch) > Sviluppo sostenibile > Pubblicazioni > Strategia per uno sviluppo sostenibile 2030.

<sup>10</sup> United Nations (2015): *2030 Agenda for Sustainable Development*, disponibile su [www.un.org](http://www.un.org) > UN Sustainable Development Goals.

zione. Per la politica del turismo la sostenibilità è un tema a sé stante, avente ripercussioni sugli obiettivi e sui processi legati agli strumenti. Una semplice procedura di rendicontazione sugli strumenti e i processi esistenti permette di monitorare il grado di raggiungimento degli obiettivi e di perseguire percorsi di ottimizzazione basati sulle esperienze maturate all'interno di un sistema che evolve.

*Verificare che i progetti promossi tengano conto degli aspetti legati alla sostenibilità dei progetti promossi e introdurre incentivi specifici in tal senso*

Nella promozione dei progetti, gli aspetti concernenti lo sviluppo sostenibile vengono esaminati a fronte delle disposizioni e delle strategie della Confederazione, ma anche rispetto agli obiettivi di sostenibilità prefissati e ai rispettivi indicatori. Gli incentivi finanziari e di altro genere vanno a sostegno di un orientamento dei progetti agli obiettivi di sostenibilità. Nell'ambito della politica del turismo vengono selezionati e seguiti alcuni progetti e iniziative per la sostenibilità e viene potenziato il trasferimento delle conoscenze. In questo modo si mira a rafforzare, in particolare, la creazione di reti e il coordinamento tra i rappresentanti del settore turistico e gli altri attori. La NPR individua e sfrutta le opportunità economiche derivanti dallo sviluppo sostenibile delle regioni e sostiene gli sforzi volti a integrare maggiormente le dimensioni ecologica e sociale nell'economia regionale. L'attenzione è rivolta soprattutto all'economia circolare e alle infrastrutture sostenibili, ma anche a innovazioni in ambito sociale nonché nella protezione del clima e nella gestione responsabile delle risorse.

*Conferire alla Svizzera il ruolo di una piazza economica e turistica sostenibile e resiliente*

Attraverso la promozione della piazza economica, il nostro Consiglio contribuisce all'impiego efficiente delle risorse economiche, sociali e naturali: accrescendo la capacità delle PMI e delle regioni di resistere alle crisi, si abbattono le disparità e si contribuisce a garantire alla Svizzera il ruolo di piazza economica sostenibile e orientata al futuro. Restano valide le condizioni quadro in grado di favorire l'innovazione, la competitività e la creazione di valore aggiunto per le PMI e, nell'ambito dell'Assicurazione svizzera contro i rischi delle esportazioni (ASRE), anche per le grandi imprese, ma con un orientamento improntato allo sviluppo sostenibile. Il posizionamento nazionale e internazionale della Svizzera come destinazione turistica sostenibile si regge su un pilastro fondamentale, rappresentato dal programma per la sostenibilità «Swisstainable» avviato da Svizzera Turismo (ST), ma anche sulla creazione del Centro di competenza per la sostenibilità (KONA) presso la Federazione svizzera del turismo (FST).

*Contribuire alla protezione del clima e all'adattamento al cambiamento climatico*

Per l'economia e il turismo della Svizzera, il cambiamento climatico comporta allo stesso tempo rischi e opportunità. Attraverso la promozione della piazza economica, il nostro Consiglio contribuisce sia alla protezione del clima sia all'adattamento agli effetti del cambiamento climatico in linea con la politica climatica svizzera. La politica del turismo e la politica regionale sostengono lo sviluppo delle offerte e la loro diversificazione, promuovendo sia il turismo in estate e durante tutto l'arco dell'anno, sia la mobilità sostenibile. Ai destinatari della NPR vengono trasmesse tutte le informazioni e le competenze operative necessarie per affrontare percorsi di crescita eco-

nomica che tengano conto del cambiamento climatico. L'ASRE, con la sua strategia per il clima, ottimizza la gestione dei rischi ad esso collegati e fornisce il proprio contributo alla decarbonizzazione.

### 1.2.3 La digitalizzazione come obiettivo della promozione della piazza economica

La digitalizzazione era stata individuata come obiettivo primario già nel messaggio del 20 febbraio 2019<sup>11</sup> concernente la promozione della piazza economica negli anni 2020–2023. La legislatura 2024–2027 porrà l'accento su questo obiettivo.

Digitalizzare l'economia e la società significa generare nuove opportunità di crescita per le PMI e per le regioni. Attraverso la promozione della piazza economica, il nostro Consiglio si impegna affinché queste opportunità siano sfruttate in modo sistematico, prendendo come riferimento gli obiettivi e i campi d'azione della nostra Strategia «Svizzera digitale»<sup>12</sup> e mettendo in luce sia i temi centrali che devono essere affrontati nell'ambito della digitalizzazione sia le modalità per farli confluire negli strumenti della promozione della piazza economica. Le possibilità di intervenire sullo sviluppo della trasformazione digitale sono numerose e si suddividono nei cinque campi d'azione illustrati qui di seguito.

#### *Sostenere la trasformazione digitale delle PMI*

La trasformazione digitale dell'economia è finanziata principalmente dalla promozione della piazza economica. Un ruolo centrale è assunto dal cofinanziamento di progetti, per esempio per implementare nuovi modelli aziendali digitali, per sensibilizzare le PMI a determinate tematiche o per metterle in rete. Il progetto «Künstliche Intelligenz zum Nutzen von KMU», sostenuto dalla NPR e dal programma regionale dell'UE per promuovere la cooperazione transfrontaliera (Interreg), per esempio, aveva lo scopo di richiamare l'attenzione delle PMI dell'Alto Reno sul tema dell'intelligenza artificiale, favorire un confronto tra le esperienze maturate, individuare progetti e avviare collaborazioni tra più imprese. Un altro approccio è rappresentato dall'indirizzare la promozione in modo più mirato su progetti trasferibili e soluzioni «aperte» che favoriscano la cooperazione e siano orientati al futuro. Per esempio, negli anni 2020–2023 lo strumento di promozione Innotour ha cofinanziato in misura consistente il progetto di cooperazione «discover.swiss», che persegue come principale obiettivo lo sviluppo di una piattaforma di servizi *back-end* per il settore svizzero del turismo. «Mercato digitale per la regione turistica Lucerna/Lago dei Quattro Cantoni» è un altro dei progetti che Innotour ha sostenuto tra il 2021 e il 2023. Il suo obiettivo è realizzare e portare avanti un mercato digitale sovraregionale che rappresenti una piattaforma di vendita di grande interesse per i partner del turismo.

<sup>11</sup> FF 2019 2035

<sup>12</sup> Cancelleria federale (2019): *Strategia di digitalizzazione della Confederazione 2020–2023 – Strategia dell'Amministrazione federale in materia di trasformazione digitale e informatica*, disponibile su [www.bk.admin.ch](http://www.bk.admin.ch) > Trasformazione digitale e governance delle TIC > Strategia e pianificazione TIC della Confederazione > Strategia di digitalizzazione della Confederazione 2020–2023.



*Digitalizzare le iniziative avviate nell'ambito della promozione della piazza economica e dalle organizzazioni incaricate*

I servizi e i processi della promozione della piazza economica e delle organizzazioni incaricate sono soggetti a un processo di verifica e sviluppo costante che ha lo scopo di rafforzare ulteriormente l'orientamento ai destinatari. Una priorità è rappresentata dal potenziamento dell'attività informativa digitale, per esempio attraverso la nuova guida sulla promozione della piazza economica (disponibile su Internet a partire da inizio 2023). L'obiettivo è quello di aggiornare il sito internet della SECO dedicato alla promozione della piazza economica, che verrà anche dotato di uno strumento di consulenza interattivo per consentire agli utenti di trovare la soluzione giusta tra le offerte di sostegno e promozione. Tra i modelli utilizzati vi sono la Innosuisse Guide<sup>13</sup> e il «GoGlobal Cockpit» di S-GE<sup>14</sup>; quest'ultimo è una piattaforma online interattiva dedicata alle imprese svizzere che desiderano portare i propri prodotti, software o servizi anche all'estero e che risponde alle domande delle start-up inesperte in tema di internazionalizzazione, ma anche a quelle di imprese di maggiore esperienza che possono avere domande di carattere operativo.

*Sostenere la digitalizzazione delle prestazioni erogate dalle autorità alle imprese*

Attraverso la promozione della piazza economica, il nostro Consiglio garantisce l'operatività e lo sviluppo di EasyGov, lo sportello online per le imprese. Gli enti federali, cantonali e comunali ricevono un sostegno concreto nella digitalizzazione delle prestazioni erogate a favore delle imprese. La promozione della piazza economica 2024–2027 è incentrata su un maggiore e costante potenziamento di EasyGov, realizzato integrando nuove prestazioni delle autorità per le PMI (cfr. n. 2.2 e 2.4.2). Questa espansione provvederà anche ad attuare gli obblighi derivanti dalla nuova legge sullo sgravio delle imprese (LSgrI), il cui disegno è stato adottato dal nostro Collegio il 9 dicembre 2022<sup>15</sup> e sottoposto alle vostre Camere.

*Mettere a disposizione e condividere le conoscenze in materia di digitalizzazione*

Un'altra priorità della promozione della piazza economica, oltre al cofinanziamento dei progetti, consiste nel mettere a disposizione e condividere le conoscenze sui temi digitali. A tal fine le nozioni basilari sulla digitalizzazione saranno costantemente aggiornate e messe a disposizione di tutti gli attori, per esempio sotto forma di eventi e seminari. Saranno inoltre portate avanti le ormai consolidate attività volte a favorire lo scambio e il trasferimento di sapere nell'ambito dei progetti (eventi Innotour «Walk the Talk», piattaforme di scambio e comunità delle conoscenze di regionsuisse, la piattaforma per lo sviluppo regionale in Svizzera<sup>16</sup> e la NPR).

<sup>13</sup> *innosuisse.guide* – Con la Innosuisse Guide troverete l'offerta di promozione giusta, disponibile su [www.innosuisse.ch](http://www.innosuisse.ch) > Trovare l'offerta di promozione giusta > Innosuisse Guide.

<sup>14</sup> Disponibile su [www.goglobal.s-ge.com](http://www.goglobal.s-ge.com).

<sup>15</sup> FF 2023 167

<sup>16</sup> [www.regionsuisse.ch](http://www.regionsuisse.ch)

### *Sostenere la messa in rete e l'utilizzo di dati digitali*

Attraverso la promozione della piazza economica, il nostro Consiglio si impegna affinché dati e statistiche digitali siano facilmente accessibili, per esempio attraverso il monitoraggio dello sviluppo economico regionale da parte di *regiosuisse*<sup>17</sup>; in collaborazione con i portatori d'interesse coinvolti, mira inoltre a creare valore aggiunto nell'uso dei dati e delle statistiche. Il progetto «Smarter data for smarter destinations», sostenuto negli anni 2021 e 2022 con la NPR, sfrutta i dati della rete di telefonia mobile per conoscere meglio i clienti e ottimizzare la gestione e la previsione dei flussi turistici per le varie destinazioni; è un progetto pilota, portato avanti dall'osservatorio sul turismo della Scuola universitaria professionale della Svizzera occidentale HES-SO Valais/Wallis e realizzato in collaborazione con Swisscom e circa 20 mete turistiche del Cantone. Un altro esempio di utilizzo dei dati digitali è costituito dal fatto che i riscontri forniti dagli utenti di EasyGov consentono di ottimizzare immediatamente i processi dello sportello online. L'intento è quello di promuovere un approccio di sviluppo dei modelli aziendali basato sulle evidenze e sulle esigenze. Le statistiche e i dati pubblici devono essere resi disponibili con la massima tempestività e in formati intuitivi, in modo da poter riconoscere per tempo le tendenze e sfruttare le opportunità che ne derivano.

### **1.3 Contributo alla gestione degli effetti della pandemia di COVID-19**

Per arginare la diffusione della pandemia di COVID-19, l'economia svizzera ha dovuto subire limitazioni senza precedenti, imposte dalla vasta portata delle misure di politica sanitaria, dalle quali è scaturito il più forte crollo congiunturale degli ultimi anni. Le misure di sostegno adottate dallo Stato, tra cui i crediti COVID-19, l'estensione dell'indennità per lavoro ridotto, l'indennità per perdita di guadagno per il coronavirus e gli aiuti per i casi di rigore hanno permesso di preservare in larga misura il reddito da lavoro e di evitare un'ondata di fallimenti.

Attraverso la promozione della piazza economica e i suoi strumenti consolidati e flessibili, ben inseriti nel mercato, il nostro Consiglio ha dimostrato di essere in grado di reagire prontamente alle crisi economiche e di saper sostenere, in modo mirato ed efficace, le PMI e le regioni che si sono trovate in difficoltà. La promozione della piazza economica rappresenta quindi un nostro importante contributo a un tessuto economico a prova di crisi. Grazie agli strumenti adottati, il nostro Consiglio è riuscito a intervenire in modo determinante sulla gestione delle conseguenze economiche della pandemia. Di particolare rilevanza sono state la partecipazione, insieme ad altri enti federali, ai Cantoni e a parti terze, alla predisposizione e allo stanziamento dei crediti COVID-19 (cfr. n. 1.3.1) e degli aiuti per i casi di rigore (cfr. n. 1.3.2)<sup>18</sup>, ai quali si

<sup>17</sup> *Monitoring du développement économique régional*, disponibile (in francese e tedesco) sul sito su [www.regiosuisse.ch](http://www.regiosuisse.ch) > Monitoraggio delle regioni > Monitoring du développement économique régional.

<sup>18</sup> Su [www.covid19.easygov.swiss](http://www.covid19.easygov.swiss) sono pubblicate informazioni complete e regolarmente aggiornate sui crediti COVID-19, sugli aiuti per i casi di rigore e sullo scudo protettivo per gli eventi pubblici.

sono aggiunte ulteriori misure mirate (cfr. n. 1.3.3). Negli anni 2020–2022 le misure per la promozione della piazza economica sono state attuate in base a quelle che erano le priorità, ma verranno portate avanti anche negli anni 2024–2027 e oltre, per esempio nell’ambito della gestione dei crediti COVID-19 e degli aiuti per i casi di rigore, dei rapporti e delle valutazioni. A partire dal 2021, per l’attuazione delle misure contro il coronavirus, sono stati creati posti di lavoro a tempo determinato<sup>19</sup>. Occorre tuttavia chiarire che gli strumenti di promozione della piazza economica non rappresentano «strumenti emergenziali» ed è per questo che il presente messaggio non prevede ulteriori riflessioni su di essi nell’ottica di un’eventuale gestione di crisi future.

### 1.3.1 Crediti COVID-19

Subito dopo l’inizio della pandemia, la Direzione per la promozione della piazza economica, il Dipartimento federale delle finanze (DFF) – Amministrazione federale delle finanze e Segretariato di Stato per le questioni finanziarie internazionali – le organizzazioni che concedono fidejussioni e il settore finanziario hanno dato un contributo significativo all’istituzione di un programma di crediti transitori (crediti COVID-19). È stato così possibile evitare che le imprese andassero incontro a crisi di liquidità, perché hanno potuto ricevere i crediti COVID-19 in modo rapido e senza burocrazia. Le imprese hanno ricevuto questi crediti dalle proprie banche con la fideiussione, al 100 per cento, di una delle quattro organizzazioni di fideiussione riconosciute dalla Confederazione (cfr. n. 2.6.1). In base alla legge del 18 dicembre 2020<sup>20</sup> sulle fideiussioni solidali COVID-19, la Confederazione si assume le perdite da fideiussioni subite dalle organizzazioni che concedono fideiussioni in relazione ai crediti COVID-19 e le spese amministrative sostenute per il programma di crediti COVID-19. La garanzia dell’attuazione conforme alla legge, la vigilanza e l’assunzione dei costi del programma competono alla Direzione per la promozione della piazza economica.

Complessivamente sono stati erogati quasi 138 000 crediti COVID-19, per un volume totale di approssimativamente 17 miliardi di franchi. Rispetto alla totalità, le imprese svizzere che hanno usufruito di questi crediti corrispondono circa al 22 per cento. Ciò significa che una quota significativa delle aziende nazionali ha ricevuto liquidità: un messaggio forte e un intervento che è riuscito a stabilizzare le imprese nel breve e medio termine.

I processi semplici e snelli comportano un determinato rischio in termini di abusi, ma questo aspetto è stato affrontato attraverso controlli efficaci. Informazioni aggiornate sui crediti COVID-19 sono disponibili sul sito <https://covid19.easygov.swiss/it/>.

L’attività di vigilanza svolta dalla Direzione per la promozione della piazza economica sul programma di crediti COVID-19 si estenderà oltre il 2030. Anche nei prossimi anni saranno necessarie risorse finanziarie e umane interne per poter gestire i

<sup>19</sup> Numero di posti a tempo pieno supplementari autorizzati per anno:  
2021: 10; 2022/23: 11; 2024–2026: 8; 2027–2030: 6; 2031/32: 3. Non sono previsti posti a tempo pieno supplementari a partire dal 2033.

<sup>20</sup> RS 951.26

crediti COVID-19 nell'arco dei dieci anni di durata massima, nonché per lottare contro gli eventuali abusi e gestire i crediti dopo il ricorso alla fideiussione da parte delle banche.

### 1.3.2 Aiuti per i casi di rigore

Nella sessione autunnale 2020, di fronte al perdurare della pandemia, le vostre Camere hanno istituito le basi, con la legge COVID-19 del 25 settembre 2020<sup>21</sup>, affinché la Confederazione potesse partecipare ai provvedimenti cantonali per i casi di rigore a favore di imprese che avessero subito una diminuzione della cifra d'affari superiore al 40 per cento rispetto al livello pre-pandemico.

L'ordinanza del 25 novembre 2020<sup>22</sup> COVID-19 casi di rigore 2020 (OPCR 20) definisce le condizioni per la partecipazione della Confederazione negli anni 2020 e 2021. Il sostegno ha assunto la forma di contributi a fondo perduto, prestiti, fideiussioni o garanzie e l'attuazione è stata affidata ai Cantoni, con un importante ruolo di coordinamento attribuito alla Direzione per la promozione della piazza economica. L'evolversi della pandemia ha reso necessarie diverse modifiche all'OPCR 20.

Nella sessione invernale 2021, avete inoltre deciso di prorogare la base legale che consente la partecipazione della Confederazione ai provvedimenti per i casi di rigore, perché molte imprese risultavano ancora duramente colpite dalla pandemia nel corso del 2022. Gli aiuti per i casi di rigore per il 2022 sono stati prolungati nel primo semestre del 2022 con l'ordinanza del 2 febbraio 2022 COVID-19 casi di rigore 2022<sup>23</sup> (OPCR 22). Al 30 ottobre 2022, 35 104 imprese avevano ricevuto contributi a fondo perduto per un totale di 5086 milioni di franchi e prestiti, fideiussioni o garanzie pari a 217 milioni di franchi.

La procedura relativa ai provvedimenti per i casi di rigore è retta dal diritto cantonale. La vigilanza e la lotta agli abusi competono quindi in primo luogo ai Cantoni, che predispongono gli appositi piani di lotta agli abusi. La Confederazione adempie al proprio obbligo di vigilanza analizzando i dati, effettuando controlli a campione e verificando le fatture emesse dai Cantoni. Informazioni aggiornate sugli aiuti per i casi di rigore sono disponibili su <https://covid19.easygov.swiss/it/casidirigore/>.

La vigilanza sull'attuazione delle ordinanze sui casi di rigore è prevista fino al 2032. Oltre ai prestiti, alle fideiussioni e alle garanzie da gestire per una durata massima di dieci anni, occorre garantire il rispetto del divieto quadriennale di approvare e distribuire dividendi o tantièmes e richiedere la restituzione di un importo massimo pari all'aiuto ricevuto alle grandi imprese che abbiano conseguito utili nell'anno del sostegno.

<sup>21</sup> RS 818.102

<sup>22</sup> RS 951.262

<sup>23</sup> RS 951.264

### 1.3.3 Ulteriori misure

#### *Misure di sostegno specifiche per il settore del turismo*

Nel 2020 e nel 2021 ST ha messo in atto un piano di rilancio (*Recovery Plan*) a sostegno della domanda nel settore turistico per il quale ha ricevuto finanziamenti federali supplementari di 40 milioni di franchi, metà dei quali destinati ai suoi partner. La Società svizzera di credito alberghiero (SCA) ha offerto ai propri clienti la possibilità di una sospensione semplificata degli ammortamenti dei mutui e concesso il finanziamento retroattivo degli investimenti. Negli anni 2022–2026 verrà attuato il programma di rilancio (*Recovery Program*) per il turismo svizzero, con 30 milioni di franchi per la promozione della domanda (la metà dei quali, anche in questo caso, sarà destinata ai partner di ST nel settore del turismo), 20 milioni di franchi per la promozione dei progetti Innoutour e 10 milioni di franchi per la promozione dei progetti NPR.

#### *Ulteriori misure NPR*

Per aumentare la liquidità dei debitori, la Confederazione ha permesso ai Cantoni di sospendere, mediante una procedura semplificata, gli ammortamenti del 2020, 2021 e 2022 dei mutui concessi secondo la LIM<sup>24</sup> e nel quadro della NPR nonché di prorogare i tempi di restituzione. Ad aprile 2021, la NPR e HotellerieSuisse hanno lanciato un programma di *coaching* triennale per il settore alberghiero volto a rafforzare le PMI per il futuro, soprattutto a fronte delle difficoltà causate dalla pandemia di COVID-19.

#### *Misure di promozione delle esportazioni*

La forte presenza sul mercato grazie agli *Swiss Business Hub* (SBH) e una vasta rete di partner hanno consentito a S-GE, organizzazione promotrice di esportazioni, di espandere i servizi di consulenza e di penetrazione di nuovi mercati e di adattarli alle condizioni poste dalla pandemia. A questo scopo S-GE ha ricevuto mezzi finanziari supplementari per gli anni 2020 e 2021, per un totale di 5,6 milioni di franchi. Inoltre, il nostro Consiglio ha approvato una modifica temporanea all'ordinanza del 25 ottobre 2006<sup>25</sup> concernente l'Assicurazione svizzera contro i rischi delle esportazioni, che ha consentito di agevolare l'accesso ai prodotti dell'ASRE in grado di conferire maggiore liquidità alle imprese esportatrici svizzere e di permettere il disbrigo delle operazioni di esportazione a fronte di un minore carico amministrativo.

#### *Fideiussioni COVID-19 per le start-up*

Le start-up sono rimaste escluse, del tutto o in gran parte, dalle misure di sostegno di marzo 2020, in particolare dai crediti COVID-19. Per questa ragione, il 22 aprile 2020 il nostro Consiglio ha deciso di tutelare dall'insolvenza dovuta alla pandemia le start-up promettenti avvalendosi del sistema di fideiussioni già istituito per le PMI. Dal 7 maggio 2020 al 31 agosto 2020 hanno quindi potuto presentare una domanda di

<sup>24</sup> La legge federale del 21 marzo 1997 sull'aiuto agli investimenti nelle regioni montane (LIM) è stata abrogata il 1° gennaio 2008 con l'entrata in vigore della legge federale del 6 ottobre 2006 sulla politica regionale (RS 901.0). Fino alla completa restituzione dei prestiti, si applicano le disposizioni della LIM.

<sup>25</sup> RS 946.101

fideiussione garantita per il 65 per cento dalla Confederazione e per il 35 per cento dal Cantone competente o da un'organizzazione terza indicata dal Cantone stesso. Così facendo, Confederazione e Cantoni (o eventuali terzi) hanno garantito congiuntamente il 100 per cento di un credito massimo di 1 milione di franchi per ogni start-up. Complessivamente sono state concesse 359 fideiussioni, per un totale di circa 99 milioni di franchi.

#### *Scudo protettivo per gli eventi pubblici*

Lo scudo protettivo per gli eventi pubblici ha offerto a imprese che organizzano eventi pubblici di importanza sovracantonale particolarmente colpite dalla pandemia di COVID-19 una certa sicurezza di pianificazione. Per poter accedere allo scudo protettivo, gli eventi dovevano rispettare i requisiti previsti dall'ordinanza del 26 maggio 2021<sup>26</sup> COVID-19 eventi pubblici e dai Cantoni. Lo scudo protettivo e il coordinamento con i Cantoni fanno capo alla Direzione per la promozione della piazza economica. Al 1° luglio 2022 avevano ricevuto la conferma di assoggettamento allo scudo protettivo 413 eventi, per un volume d'impegno pari a 242 milioni di franchi.

## **1.4 Esposizione nazionale (Expo)**

La Svizzera vanta una lunga tradizione in fatto di esposizioni nazionali. Essendo occasione di scambio tra generazioni diverse, questi eventi assumono una funzione identitaria e contribuisce alla coesione del Paese. Stimolano inoltre il dibattito sulle prospettive future e danno la possibilità di farsi conoscere in patria e all'estero. Un altro importante vantaggio sono le ricadute positive a lungo termine sul piano culturale ed economico per l'intera Svizzera.

A fine giugno 2022, il nostro Consiglio e la Conferenza dei governi cantonali (CdC) hanno approvato una presa di posizione congiunta sulla prossima esposizione nazionale, dichiarandosi a favore di una nuova «Expo» e comunicando le prime indicazioni di massima sulle condizioni quadro. Nel 2023 adotteremo un rapporto sulle condizioni quadro per un'esposizione nazionale nel quale saranno definiti i ruoli e i compiti della Confederazione, dei Cantoni e degli enti promotori, le basi giuridiche per la partecipazione della Confederazione nonché alcuni processi di rilievo. Così facendo, il nostro Collegio delinea le modalità procedurali per il possibile svolgimento di un'esposizione nazionale.

Nell'ambito dell'Amministrazione federale, il coordinamento dei lavori relativi alla prossima esposizione nazionale è di competenza della Direzione per la promozione della piazza economica, che fornisce questo servizio attingendo alle risorse presenti. Il rapporto sulle condizioni quadro per un'esposizione nazionale definirà l'assegnazione dei ruoli e i processi importanti, ma servirà anche e soprattutto a chiarire gli aspetti legati alle basi giuridiche e alle risorse necessarie.

<sup>26</sup> RS 818.101.28

## 1.5 Promozione della piazza economica e attività legislativa in corso

I lavori attualmente in corso riguardanti l'elaborazione e la revisione delle basi legali per la promozione della piazza economica sono descritti di seguito.

### *Politica a favore delle PMI*

La LSgrI prevede misure mirate a ridurre l'onere amministrativo che grava sulle imprese, insieme all'obbligo per le autorità federali e cantonali, nonché per gli enti amministrativi esterni della Confederazione e dei Cantoni incaricati dell'esecuzione del diritto federale, di rendere accessibili sulla piattaforma EasyGov le proprie prestazioni elettroniche destinate alle imprese. La procedura di consultazione sull'avamprogetto della legge sullo sgravio delle imprese si è conclusa ad agosto 2021<sup>27</sup>. Il nostro Collegio ha adottato il disegno il 9 dicembre 2022<sup>28</sup> e lo ha sottoposto alle vostre Camere.

### *Politica del turismo*

Il *Recovery Program* per il turismo svizzero prevede una modifica temporanea, fino al 2026, della legge federale del 30 settembre 2011<sup>29</sup> che promuove l'innovazione, la collaborazione e lo sviluppo delle conoscenze nel turismo. Questa modifica garantisce che, per un periodo di tempo limitato, il contributo federale ai costi computabili dei progetti turistici innovativi possa essere portato dal 50 per cento a un massimo del 70 per cento.

La promozione del settore alberghiero realizzata dalla SCA deve essere ulteriormente ottimizzata nel quadro della revisione della legge federale del 20 giugno 2003<sup>30</sup> sulla promozione del settore alberghiero. Occorre un maggiore orientamento al miglioramento delle strutture, al loro cambiamento e allo sviluppo sostenibile.

### *Politica regionale*

Alcuni progetti infrastrutturali minori che generano flussi di cassa ridotti o nulli per chi vi investe possono assumere un significato rilevante dal punto di vista dell'economia regionale, se altri attori economici li sfruttano commercialmente. In futuro, la NPR deve poter concedere contributi a fondo perduto entro un quadro circoscritto (cfr. n. 4.3.1). L'introduzione di questa novità richiede la modifica della legge federale del 6 ottobre 2006<sup>31</sup> sulla politica regionale e della relativa ordinanza (ordinanza del 28 novembre 2007<sup>32</sup> sulla politica regionale). Le vostre Camere discuteranno la modifica della legge federale sulla politica regionale nel 2023, l'entrata in vigore è prevista all'inizio del 2024.

27 [www.admin.ch](http://www.admin.ch) > Diritto federale > Procedure di consultazione > Procedure di consultazione concluse > 2021 > DEFR > Procedura di consultazione 2021/43.

28 FF **2023** 167

29 RS **935.22**

30 RS **935.12**

31 RS **901.0**

32 RS **901.021**

## **1.6 Integrazione nella politica di promozione della piazza economica della Confederazione**

La politica della piazza economica comprende tutte le misure della Confederazione che influiscono sulla Svizzera in quanto polo economico, quindi non solo la sua promozione della piazza economica in sé, ma anche interventi su tasse, infrastrutture, formazione, promozione delle innovazioni, ricerca e altre condizioni quadro. Esistono anche fattori esogeni, come la situazione economica globale, che sfuggono al nostro controllo, ma che incidono a loro volta sull'attrattiva della piazza svizzera. La promozione della piazza economica della Confederazione è pertanto solo uno dei numerosi elementi che compongono la politica della piazza economica. Al fine di garantire la coerenza delle politiche messe in campo, con la promozione della piazza economica il nostro Consiglio porta avanti diverse attività di coordinamento e cooperazione: per esempio con la Rete nazionale sviluppo territoriale coerente città-campagna (Rn STCo, cfr. n. 4.1.3), partecipando ai Progetti modello per lo sviluppo sostenibile del territorio<sup>33</sup> o con l'approccio «Team Switzerland» (cfr. n. 5.2).

## **1.7 Rapporto con il programma di legislatura, la pianificazione finanziaria e le strategie del Consiglio federale**

### **1.7.1 Rapporto con il programma di legislatura**

Il progetto è annunciato nel messaggio del 29 gennaio 2020<sup>34</sup> per il programma di legislatura 2019–2023 e nel decreto federale del 21 settembre 2020<sup>35</sup> sul programma di legislatura 2019–2023.

### **1.7.2 Rapporto con le strategie del Consiglio federale**

Il progetto per la promozione della piazza economica 2024–2027 è in linea con la strategia di politica economica esterna<sup>36</sup>, con la politica di crescita e anche con la SSS 2030<sup>37</sup> del nostro Consiglio.

<sup>33</sup> *Progetti modello Sviluppo sostenibile del territorio*, disponibili su [www.are.admin.ch](http://www.are.admin.ch) > Sviluppo e pianificazione del territorio > Progetti modello Sviluppo sostenibile del territorio.

<sup>34</sup> FF 2020 1565, qui 1626.

<sup>35</sup> FF 2020 7365, qui 7366.

<sup>36</sup> Consiglio federale (2021): *Strategia di politica economica esterna*.

<sup>37</sup> Consiglio federale (2021): *Strategia per uno sviluppo sostenibile 2030*, disponibile sul sito [www.are.admin.ch](http://www.are.admin.ch) > Sviluppo sostenibile > Pubblicazioni > Strategia per uno sviluppo sostenibile 2030.



Le misure e i progetti a favore delle PMI nel quadro del governo elettronico fanno parte della nostra Strategia «Svizzera digitale»<sup>38</sup> e della Strategia di e-government Svizzera della Confederazione, dei Cantoni e dei Comuni<sup>39</sup>.

La politica del turismo e la politica regionale sono conformi a quella federale per le aree rurali e per le regioni di montagna nonché a quella degli agglomerati (AggloPol). Queste due politiche trasversali costituiscono la base per uno sviluppo coerente del territorio svizzero.

## 2 Politica a favore delle PMI

### 2.1 Basi strategiche

La piazza economica svizzera vanta una moltitudine di PMI flessibili e innovative che rappresentano più del 99 per cento delle imprese svizzere, occupano oltre due terzi della forza lavoro, contribuiscono alla creazione di valore aggiunto per più del 60 per cento e formano oltre il 70 per cento degli apprendisti. Le PMI costituiscono un solido fondamento per un'economia efficiente e aperta ai continui cambiamenti strutturali. Per queste ragioni, attribuiamo grande importanza alle esigenze delle PMI. Una politica attenta ai loro bisogni specifici consente di ottimizzare costantemente le condizioni quadro in materia e di favorire la costituzione di nuove imprese consentendone il costante sviluppo. La politica a favore delle PMI collabora, in quest'ottica, soprattutto con i Cantoni, con le organizzazioni di fideiussione e con la commissione extraparlamentare Forum PMI.

Quella a favore delle PMI è una politica trasversale che, di fatto, si ripercuote su quasi tutti gli ambiti di competenza federale. La Direzione per la promozione della piazza economica è incaricata di coordinarla e di attuare alcuni suoi elementi focalizzando l'attenzione sullo sgravio amministrativo e sul finanziamento delle imprese, due fattori che contribuiscono a migliorare le condizioni quadro per le PMI (n. 1.2.1, attività 1, 2 e 5) e a cogliere le opportunità offerte dalla digitalizzazione, per esempio attraverso il governo elettronico (n. 1.2.1, attività 4 e 17).

Lo sgravio amministrativo è un elemento centrale della politica a favore delle PMI, nella quale si inserisce anche il governo elettronico. I costi normativi e gli oneri amministrativi gravano in particolare proprio sulle PMI. Nella sua analisi globale per il rafforzamento della piazza economica svizzera<sup>40</sup>, il nostro Consiglio ha nuovamente

<sup>38</sup> Cancelleria federale (2019), *Strategia di digitalizzazione della Confederazione 2020–2023 – Strategia dell'Amministrazione federale in materia di trasformazione digitale e informatica*, disponibile sul sito [www.bk.admin.ch](http://www.bk.admin.ch) > Trasformazione digitale e governance delle TIC > Strategia e pianificazione TIC della Confederazione > Strategia di digitalizzazione della Confederazione 2020–2023.

<sup>39</sup> Consiglio federale (2019): *Strategia di e-government Svizzera 2020–2023*, disponibile sul sito <https://www.amministrazione-digitale-svizzera.ch/it> > Chi siamo > L'Amministrazione digitale Svizzera > Strategia > Strategia di e-government Svizzera 2020–2023.

<sup>40</sup> Consiglio federale (2022): *Rafforzamento della piazza economica svizzera – Analisi globale del Consiglio federale del 16 febbraio 2022*, disponibile sul sito [www.admin.ch](http://www.admin.ch) > Documentazione > Comunicati stampa > Il Consiglio federale si adopera per rafforzare la piazza economica svizzera > Rafforzamento della piazza economica svizzera – Analisi globale del Consiglio federale del 16 febbraio 2022.

individuato nella riduzione della burocrazia superflua un compito permanente per rafforzare la competitività. Attraverso un decreto di finanziamento, il presente messaggio garantisce che il governo elettronico per le PMI, uno degli strumenti operativi per ridurre la burocrazia, riceva i fondi necessari durante la prossima legislatura.

Il secondo elemento sul quale si concentra la politica a favore delle PMI è il finanziamento delle imprese, sostenuto attraverso prestazioni operative e di consulenza politica. Nell'attività di consulenza politica si inseriscono la stesura di rapporti e studi nonché la collaborazione al lavoro normativo volto a migliorare le condizioni quadro. Sul piano operativo, la Confederazione agevola l'accesso delle PMI ai crediti bancari accordando aiuti finanziari a organizzazioni di fideiussione riconosciute ed esercitando la vigilanza su queste organizzazioni.

## 2.2 Priorità 2024–2027

La priorità della politica a favore delle PMI per il periodo 2024–2027 è costituita dalla digitalizzazione che, attraverso strumenti come il governo elettronico, può contribuire significativamente allo sgravio amministrativo delle imprese. L'elemento centrale di questa politica è il potenziamento dello sportello online per le imprese (EasyGov).

Nel 2020 EasyGov si è rivelato uno strumento estremamente efficace nel quadro delle misure varate dal nostro Consiglio per mitigare le conseguenze economiche della diffusione del coronavirus. In circa 14 giorni la collaborazione con gli attori dell'economia privata ha consentito di attivare due nuovi processi amministrativi online: da una parte, i crediti transitori COVID-19, per i quali su EasyGov sono state presentate ben 138 000 domande per un volume di crediti complessivo di 17 miliardi di franchi, e, dall'altra, le fideiussioni COVID-19 per le start-up, con 636 domande di fideiussioni su EasyGov gestite in collaborazione con i Cantoni.

Lo sportello online EasyGov è stato lanciato nel 2017 come strumento per la gestione delle transazioni tra imprese e autorità. Lo sportello online favorisce una transizione digitale, grazie alla quale le prestazioni delle autorità sono ora incentrate sui clienti e non più sull'amministrazione. Su EasyGov le imprese possono sbrigare tutte le prestazioni delle autorità offerte – siano queste a livello federale, cantonale o comunale – avvalendosi di un unico account e di un'interfaccia molto simile per le varie prestazioni. Per gli anni 2024–2027, l'obiettivo è di ampliare costantemente la gamma di prestazioni offerte da EasyGov. Del resto, come mostra lo Studio nazionale sul Governo elettronico 2022, le imprese manifestano chiaramente il bisogno di disporre di un numero maggiore di prestazioni delle autorità elettroniche<sup>41</sup>. Allo stesso tempo, le imprese ritengono che sia necessario, da un lato, far conoscere meglio l'offerta esistente in materia di governo elettronico e, dall'altro, svilupparla e ottimizzarla continuamente.

L'utilizzo del governo elettronico per ottimizzare le attività amministrative, nell'interazione tra autorità ed economia o popolazione, rientra anche negli obiettivi stabiliti dalla strategia mantello «Svizzera digitale» del nostro Consiglio. In particolare,

<sup>41</sup> Demoscope (2022): Studio nazionale sul Governo elettronico, disponibile sul sito [www.demoscope.ch](http://www.demoscope.ch).

questa strategia prevede che i processi dell'Amministrazione siano sistematicamente orientati alle esigenze degli utenti, semplificate, standardizzate e rese più efficienti. L'offerta di servizi elettronici per le imprese deve quindi essere ampliata, in particolare tramite EasyGov<sup>42</sup>. Il potenziamento di EasyGov è coordinato anche con l'organizzazione Amministrazione digitale Svizzera ADS, soprattutto per realizzare l'espansione della piattaforma in stretta collaborazione con i Cantoni e, se del caso, con i Comuni.

Attraverso la legge sullo sgravio delle imprese, che al momento della redazione del presente messaggio è in fase di elaborazione, il nostro Consiglio intende prendere in esame le regolamentazioni attuali per valutarne il potenziale di sgravio in modo sistematico. Inoltre, le autorità federali e cantonali, nonché gli enti amministrativi esterni della Confederazione e dei Cantoni incaricati dell'esecuzione del diritto federale, dovranno rendere accessibili alle imprese, attraverso EasyGov, le proprie prestazioni elettroniche. La procedura di consultazione sull'avamprogetto della legge sullo sgravio delle imprese<sup>43</sup> si è conclusa ad agosto 2021. Il disegno da noi adottato vi è stato sottoposto il 9 dicembre 2022<sup>44</sup>.

## **2.3 Sgravio amministrativo**

### **2.3.1 Obiettivi e compiti**

Una società moderna, basata sulla ripartizione del lavoro e che dispone di una rete internazionale di contatti, non può prescindere da normative statali. Tuttavia, al di là dei benefici attesi sul piano politico, tali normative cagionano costi alle imprese, ai privati e alle autorità, ed elevati costi normativi producono effetti negativi sulla produttività e quindi sullo sviluppo economico. È nell'interesse vitale dello Stato, dunque, adoperarsi per ridurre al minimo questi costi e utilizzare al meglio le risorse disponibili. Lo sgravio amministrativo contribuisce a incrementare la produttività e di conseguenza ad aumentare la competitività e, in ultima analisi, il benessere.

Il nostro Collegio considera lo sgravio amministrativo, così come un'impostazione del quadro normativo presente e futuro favorevole alle PMI, un compito permanente e un ambito chiave della politica a favore delle PMI (cfr. n. 1.2.1, attività 1 e 2).

Lo scopo principale dello sgravio amministrativo è quello di ridurre o mantenere bassi i costi normativi, senza tuttavia intaccarne in modo significativo gli obiettivi. A tal fine, sono impiegati tre strumenti tra di loro complementari: la commissione extraparlamentare Forum PMI, il barometro della burocrazia e il governo elettronico, che costituisce un tema a sé stante approfondito separatamente al numero 2.4. La legge sullo sgravio delle imprese serve anche a sancire a livello di legge misure mirate per lo

<sup>42</sup> Cancelleria federale (2019), Strategia di digitalizzazione della Confederazione 2020–2023 – Strategia dell'Amministrazione federale in materia di trasformazione digitale e informatica, disponibile sul sito [www.bk.admin.ch](http://www.bk.admin.ch) > Trasformazione digitale e governance delle TIC > Strategia e pianificazione TIC della Confederazione > Strategia di digitalizzazione della Confederazione 2020–2023.

<sup>43</sup> [www.admin.ch](http://www.admin.ch) > Diritto federale > Procedure di consultazione > Procedure di consultazione concluse > 2021 > DEFR > Consultazione 2021/43.

<sup>44</sup> FF 2023 167

sgravio amministrativo delle imprese, nonché a sfruttare in modo migliore i vantaggi offerti dalla digitalizzazione ampliando l'offerta dello sportello online EasyGov per le procedure amministrative dedicate alle imprese.

### **2.3.2 Efficacia**

Per quanto concerne le condizioni quadro, il contesto politico-economico internazionale è caratterizzato da una sempre maggior concorrenza tra Stati. Nella maggior parte dei Paesi dell'OCSE e dell'UE l'impegno volto ad alleggerire l'onere amministrativo delle imprese è pertanto tenuto in grande considerazione.

Facendo per esempio un confronto con gli *Indicators of Product Market Regulation* dell'OCSE (PMR) o il *Global Competitiveness Report* del Forum economico mondiale (*World Economic Forum*, WEF), sul piano internazionale, la Svizzera è rimasta indietro negli ultimi anni, in particolare in termini di onere amministrativo o di densità normativa, e rischia di vedere peggiorare lentamente la propria posizione.

Un contributo importante allo sgravio amministrativo è fornito dalla commissione extraparlamentare Forum PMI, che esercita un'influenza notevole sul processo legislativo. Nella gran parte dei casi si sono potuti identificare tempestivamente i progetti con ripercussioni dannose per le PMI e presentare concrete proposte di semplificazione. Nel periodo di legislatura 2016–2019 il tasso di successo medio del Forum PMI è stato del 70 per cento circa. Quanto al periodo 2020–2023, i dati saranno disponibili a partire da gennaio 2024. I primi segnali sembrano confermare il tasso di successo.

Nel contesto del barometro della burocrazia della SECO, nel 2012, nel 2014 e nel 2018 è stato condotto un sondaggio tra le imprese riguardo alla percezione soggettiva dell'onere amministrativo cagionato dalle regolamentazioni in vari ambiti. Nel 2018, per tutti gli ambiti presi in esame, il 67,5 per cento delle imprese intervistate ha indicato l'onere come elevato o piuttosto elevato. Rispetto al sondaggio condotto nel 2014 non si riscontrano differenze sostanziali in nessuno di questi ambiti. Nel 2018 una percentuale maggiore di imprese, il 67 per cento, ha riportato un incremento dell'onere amministrativo rispetto a quattro anni prima (56 %). È pertanto possibile ritenere che tra il 2014 e il 2018 ci sia stato un aumento dell'onere amministrativo percepito. Il prossimo sondaggio è previsto per il 2023; un altro seguirà durante il periodo di legislatura 2024–2027.

## **2.4 Governo elettronico a favore delle PMI**

### **2.4.1 Obiettivi e compiti**

Il governo elettronico rappresenta uno strumento per ridurre l'onere amministrativo delle imprese e aumentare la produttività delle amministrazioni pubbliche (cfr. n. 1.2.1, attività 2, 4 e 17). Il suo obiettivo è avvicinare il più possibile le attività dell'Amministrazione alle imprese sfruttando le tecnologie dell'informazione e della comunicazione. L'accento è posto sulla semplificazione delle procedure di autorizzazione, domanda e comunicazione. Il governo elettronico aiuta a ridurre il numero,

la durata e la complessità delle procedure amministrative, permettendo alle imprese e alle amministrazioni pubbliche di utilizzare le loro risorse in modo più efficace e mirato.

La Strategia di e-government Svizzera 2020–2023<sup>45</sup> che il nostro Consiglio ha adottato nel 2019 persegue i seguenti obiettivi: (1) ampliare a livello nazionale le offerte di interazione e partecipazione digitali; (2) predisporre servizi di base nazionali per la comunicazione elettronica con le autorità; (3) disciplinare in modo vincolante la collaborazione nazionale per la trasformazione digitale; (4) promuovere la conoscenza della digitalizzazione dell'Amministrazione e rafforzare la fiducia. Il 1° gennaio 2022, e-government Svizzera e la Conferenza svizzera sull'informatica (CSI) sono confluite nella nuova organizzazione ADS.

La SECO è uno dei servizi cui compete l'attuazione dei cosiddetti progetti strategici che rientrano nel quadro della Strategia di e-government Svizzera. Il piano di attuazione del Governo elettronico dell'ADS comprende, nello specifico, il potenziamento di EasyGov, lo sportello unico online per le imprese, ma le attività relative al governo elettronico si basano anche sulla Strategia «Svizzera digitale»<sup>46</sup>.

Negli anni 2020–2023, le offerte e attività digitali riportate di seguito hanno rappresentato il fulcro del governo elettronico per le PMI.

*EasyGov*: lo sportello unico online per l'interazione tra Amministrazione e imprese consente di usufruire di prestazioni delle autorità a livello federale, cantonale e comunale, semplificando gli scambi e riducendo gli oneri amministrativi per imprese e autorità. EasyGov è incentrato su processi amministrativi e altre offerte dello Stato rivolte alle imprese e non offre alcuna consulenza. La piattaforma EasyGov permette alle imprese di sbrigare tutte le procedure amministrative attraverso un unico account e un'interfaccia molto simile per le varie prestazioni. Anche i fornitori di servizi privati, come fiduciari e notai, possono sbrigare procedure amministrative su EasyGov su incarico di un'impresa. I dati aziendali normalmente richiesti, per esempio il numero d'identificazione o l'indirizzo dell'impresa, devono essere inseriti una sola volta o vengono importati dai registri. L'obiettivo per il periodo di legislatura 2024–2027 è di ampliare l'offerta in modo consistente.

#### **Esempio EasyGov: CDM SA, domande di permessi concernenti la durata del lavoro**

I CDM, con sede a Ecublens (VD), Neuendorf (SO), Suhr (AG) e Volketswil (ZH), sono il centro per servizi logistici più grande e moderno del Gruppo Migros e rifornisce ogni giorno circa 600 filiali Migros, 300 shop Migrolino e partner

<sup>45</sup> Consiglio federale e CdC (2019): *Strategia di e-government Svizzera 2020–2023*, disponibile sul sito <https://www.amministrazione-digitale-svizzera.ch/it> > Chi siamo > L'Amministrazione digitale Svizzera > Strategia > Strategia di e-government Svizzera 2020–2023.

<sup>46</sup> Cancelleria federale (2019), *Strategia di digitalizzazione della Confederazione 2020–2023 – Strategia dell'Amministrazione federale in materia di trasformazione digitale e informatica*, disponibile sul sito [www.bk.admin.ch](http://www.bk.admin.ch) > Trasformazione digitale e governance delle TIC > Strategia e pianificazione TIC della Confederazione > Strategia di digitalizzazione della Confederazione 2020–2023.

esterni. Per garantire un servizio capillare, i CDM non possono fare a meno del lavoro notturno, domenicale e festivo.

Per i permessi di lavoro notturno e domenicale, per i servizi di picchetto o per lavoro continuo, i CDM presentano incessantemente domande online, che vengono trasmesse alle autorità cantonali competenti; queste ultime ne verificano la completezza, la conformità alle leggi e la coerenza dei contenuti. Appena è rilasciato, il permesso può essere scaricato da EasyGov. Se necessario, il CDM può modificare o prolungare i permessi concessi.

### **Esempio EasyGov: ristorante «Bay» di Berna, costituzione d'impresa**

Il ristorante «Bay» (Bayleaf AG) è stata la prima impresa costituita su EasyGov. Immersa nel contesto urbano, l'attività gastronomica al centro di Berna delizia i suoi ospiti dal 2018 con piatti dalla presentazione elegante e vini ricercati. I titolari si sono registrati su EasyGov in pochi passaggi e hanno iscritto la propria impresa alla cassa di compensazione, all'Ufficio IVA, alla compagnia di assicurazione contro gli infortuni e all'Ufficio del registro di commercio. EasyGov ha predisposto l'intera documentazione necessaria per costituire la società anonima sotto forma di mandato conferito a un notaio. L'iscrizione al registro di commercio è avvenuta dopo l'atto pubblico di costituzione presso il notaio.

*Banca dati autorizzazioni:* il sito internet [bewilligungen.easygov.swiss](http://bewilligungen.easygov.swiss) offre una panoramica completa delle autorizzazioni necessarie in Svizzera per esercitare un'attività professionale. Questo strumento mira a creare una banca dati centrale che informi i professionisti sulle autorizzazioni che devono richiedere. Dal 2019 la banca dati fa inoltre parte integrante del processo di costituzione delle imprese (verifica degli obblighi) di EasyGov.

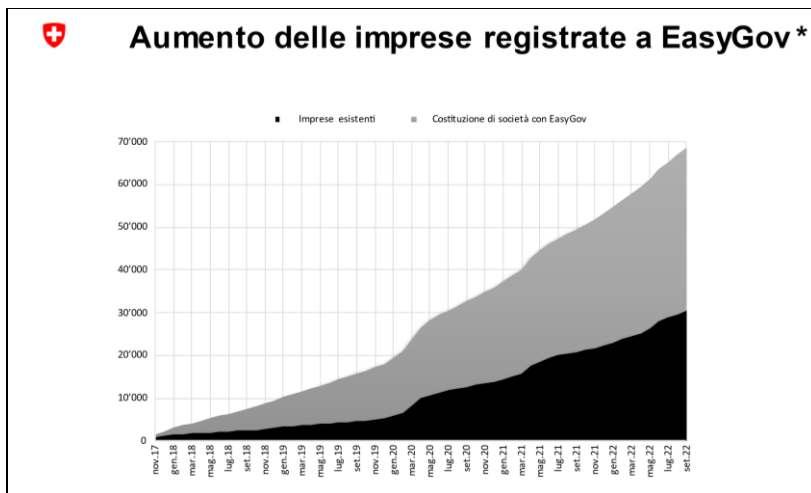
*Portale PMI:* il sito Internet [pmi.admin.ch](http://pmi.admin.ch) è uno dei primi prodotti di e-government svizzeri ed è stato concepito come sportello unico per tutto ciò che riguarda le PMI. Online dal 2001, è sviluppato costantemente e accompagna le PMI dalla costituzione alla successione, fornendo loro informazioni pratiche, segnalando le normative pertinenti e proponendo offerte statali a loro favore. Il portale ospita anche all'indirizzo <https://www.online-services.admin.ch/it>, una panoramica indipendente delle prestazioni offerte online dalle autorità federali e cantonali.

## **2.4.2 Efficacia**

*EasyGov:* dal suo lancio a novembre 2017, nel giro di quattro anni e mezzo si sono iscritte alla piattaforma EasyGov oltre 60 000 imprese. Se questa tendenza dovesse confermarsi, le imprese registrate a fine 2027 potrebbero essere circa 150 000. Nel 2017 EasyGov offriva le prestazioni delle autorità necessarie per costituire un'impresa. Da allora, l'offerta è stata ampliata costantemente: nel 2022 i servizi alle imprese comprendevano il disbrigo elettronico di oltre 40 diverse procedure di autorizzazione, richiesta e comunicazione. Oltre alla funzione di costituzione di un'impresa, attraverso la piattaforma è possibile effettuare modifiche nel registro di commercio, presentare domande d'esecuzione e di informazione sui procedimenti esecutivi,

prendere contatti con le organizzazioni di fideiussione, effettuare dichiarazioni dei salari della Suva, redigere e pubblicare comunicazioni per il FUSC, presentare domande concernenti la durata del lavoro, nonché registrare marchi e aggiornare i dati di registro nel quadro dei diritti di protezione e richiedere permessi per l'esercizio di un'attività lucrativa. Per quanto concerne le notifiche e i permessi del diritto in materia di stranieri, tutti e 26 i Cantoni consentono di registrare la notifica dell'attività lucrativa di persone ammesse provvisoriamente e rifugiati riconosciuti nonché le domande di permesso per frontalieri UE/AELS e, nei Cantoni pilota (al momento Turgovia e Zurigo, altri a seguire), è possibile anche richiedere permessi per i lavoratori provenienti da Paesi terzi. Numerose sono poi le altre prestazioni delle autorità al momento in fase di pianificazione. La figura 2 mostra l'aumento delle imprese registrate, proporzionale alla crescita di EasyGov.

Figura 2



(\*) Il diagramma non comprende le prestazioni delle autorità nell'area pubblica di EasyGov che non richiede registrazione ovvero, in particolare, le oltre 137 000 domande di crediti COVID-19 e fideiussioni per le start-up.

Fonte: SECO, Dashboard EasyGov, dati aggiornati a settembre 2022.

L'utilità di EasyGov per le imprese è stata quantificata empiricamente in uno studio condotto dall'Università di San Gallo nel 2021<sup>47</sup>. Da questo lavoro emerge che le imprese apprezzano molto lo sportello online. Oltre il 60 per cento degli utenti reputa il valore aggiunto di EasyGov da apprezzabile a molto apprezzabile. Oltre al guadagno generale in termini di qualità, nel senso di una gestione corretta, perché guidato, dei

<sup>47</sup> Università di San Gallo, IMP-HSG (2022): *Aggiornamento della valutazione dell'utilità di EasyGov.swiss, marzo 2022*, disponibile sul sito [www.seco.admin.ch/it](http://www.seco.admin.ch/it) > Promozione della piazza economica > Politica per PMI > E-government > Valutazione dell'utilità di EasyGov e del portale per PMI > Aggiornamento della valutazione dell'utilità di EasyGov.swiss 2021.

vari processi, a essere apprezzata è in particolare la maggiore efficienza derivante dai risparmi di tempo e di costi. La monetizzazione di questi risparmi tra novembre 2017 (lancio di EasyGov) e la fine di agosto 2021 attesta che il beneficio derivante da tutti i processi amministrativi ammonta a circa 27 milioni di franchi. Prendendo come riferimento i servizi e il numero di utenti del 2021, secondo lo studio EasyGov ha generato un beneficio complessivo per le imprese pari a circa 8,3 milioni di franchi all'anno. Se si considerano tutte le imprese che hanno attivamente usufruito di un servizio su EasyGov dal 2017, il guadagno medio è stato di circa 1300 franchi.

Il grado di soddisfazione nei confronti di EasyGov è elevato: il sondaggio condotto dall'Università di San Gallo tra gli utenti indica che oltre la metà delle imprese registrate si dichiara molto o abbastanza soddisfatta, circa un quarto ha fornito una valutazione neutrale e le imprese insoddisfatte sono meno del 10 per cento. Il sondaggio realizzato direttamente su EasyGov attraverso le stelle che gli utenti attribuiscono al servizio del quale hanno appena usufruito presenta un quadro ancora più positivo: in oltre il 60 per cento delle valutazioni sono infatti state attribuite cinque stelle, il punteggio massimo. Questo indica che, nel momento in cui gli utenti concludono un processo amministrativo, il loro grado di soddisfazione è alto. Tuttavia, il sondaggio mette in luce anche un certo margine di miglioramento. Oltre a una maggiore intuitività dell'interfaccia, gli utenti hanno auspicato un ampliamento dei servizi amministrativi offerti e un'evoluzione della piattaforma nella direzione di uno sportello unico per le prestazioni delle autorità statali.

*Portale PMI:* nel 2021 il portale PMI ha fatto registrare circa 1,9 milioni di visite. In base allo studio «Valutazione dell'utilità di EasyGov e del portale per PMI 2018»<sup>48</sup> condotto dall'Università di San Gallo, il portale PMI genera benefici netti per le imprese svizzere pari a circa 38 milioni di franchi all'anno. Le imprese ritengono che il vantaggio principale consista nel guadagno in termini di conoscenza e qualità per il proprio lavoro, seguito dai risparmi di tempo e costi.

*Studio nazionale sul Governo elettronico:* lo studio<sup>49</sup> è condotto periodicamente su incarico della Segreteria dell'ADS e della SECO allo scopo di fare il punto della situazione in materia di governo elettronico presso i privati, le imprese e l'Amministrazione. Secondo l'ultimo sondaggio condotto tra le imprese nel 2021, i servizi amministrativi elettronici sono più frequentemente utilizzati dalle imprese che dai privati. Le imprese preferiscono i canali digitali principalmente per la flessibilità degli orari e il risparmio di tempo. L'offerta in termini di governo elettronico è ritenuta soddisfacente; tuttavia, le imprese ritengono che possa essere estesa ad altre prestazioni, senza soluzione di continuità. Le imprese continuano inoltre a incontrare difficoltà nel trovare le giuste proposte e auspicano una presentazione più chiara e una comunicazione

<sup>48</sup> Università di San Gallo, IMP-HSG (2022): *Aggiornamento della valutazione dell'utilità di EasyGov.swiss, marzo 2022*, disponibile sul sito [www.seco.admin.ch/it](http://www.seco.admin.ch/it) > Promozione della piazza economica > Politica per PMI > E-government > Valutazione dell'utilità di EasyGov e del portale per PMI > Aggiornamento della valutazione dell'utilità di EasyGov.swiss di marzo 2022.

<sup>49</sup> Demoscope (2022): *Studio nazionale sul Governo elettronico 2022*, disponibile sul sito [www.seco.admin.ch/it](http://www.seco.admin.ch/it) > Promozione della piazza economica > Politica per PMI > E-government > Studio nazionale sul Governo elettronico 2021.



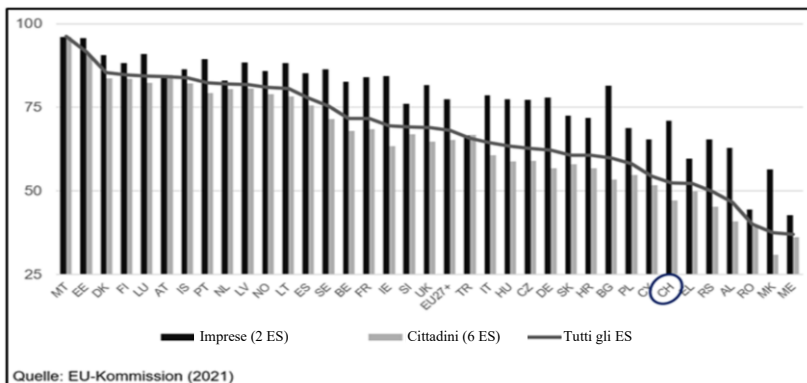
mirata delle offerte delle autorità. È a queste esigenze espresse dalle imprese che la piattaforma unica online EasyGov intende rispondere.

### Raffronto internazionale

Nell'«E-Government-Benchmark 2021»<sup>50</sup> dell'UE, la Svizzera si attesta al trentesimo posto su 36 Paesi, con un punteggio del 52,3 per cento. Il risultato non è positivo, e non solo rispetto ai Paesi che occupano i primi posti in termini di governo elettronico (Malta: 96,3 %, Estonia: 91,6 % e Danimarca: 85,4 %): anche i Paesi limitrofi con impianto federalista, come l'Austria (84,1 %) e la Germania (62,1 %), hanno ottenuto percentuali migliori. Oltre alla mancanza di servizi di base (come, in particolare, l'identificazione elettronica riconosciuta dallo Stato), anche il numero ancora ridotto di prestazioni delle autorità disponibili in formato elettronico e la scarsa chiarezza dei servizi erogati, in particolare di quelli destinati ai privati, sono alla base dello scarso punteggio ottenuto dalla Svizzera.

Figura 3

### Offerte in materia di governo elettronico nel raffronto europeo



Fonte: Commissione europea (2021)

ES sta per eventi della vita o situazioni. Sono due gli eventi che interessano la vita delle imprese: la costituzione e lo svolgimento di operazioni regolari. Nella vita dei privati gli eventi o le situazioni sono invece sei: perdere o trovare un posto di lavoro, iniziare una formazione, costruirsi una vita familiare, trasferirsi, possedere e guidare un'auto, avviare una procedura giudiziaria semplice.

<sup>50</sup> Commissione europea (2021): *eGovernment Benchmark 2021 – Entering a New Digital Government Era from Oct. 2021*, disponibile sul sito [www.https://www.amministrazione-digitale-svizzera.ch](https://www.amministrazione-digitale-svizzera.ch) > Attualità > News > Al rapporto eGovernment Benchmark 2022 (in inglese) >> eGovernment Benchmark – Background Report.

Per quanto concerne i servizi online esaminati («Costituire un'impresa» e «Attività commerciali regolari»), la Svizzera è in linea con la media europea (UE27+: 77,4 %) e si attesta su un valore complessivo del 70,9 per cento: un buon punto di partenza, ampiamente riconducibile al lancio di EasyGov, di cui si è peraltro tenuto conto nello studio condotto. Nel 2018 la Svizzera ha raggiunto il 59,13 per cento con questi servizi (UE27+: 69,5 %). La piattaforma ha influito positivamente sul numero delle prestazioni delle autorità elettroniche esaminate (CH: 94,3 %; UE27+: 94,5 %) e contribuisce anche al miglioramento delle infrastrutture digitali fondamentali. EasyGov supporta l'utilizzo delle firme elettroniche legalmente valide e applica il principio «Once Only» nei limiti di quanto consentito sul piano tecnico e giuridico.

L'OCSE, nel suo rapporto del 2022 sulla politica economica svizzera<sup>51</sup>, riconosce il contributo della piattaforma EasyGov lanciata nel 2017 per la riduzione degli oneri amministrativi che ricadono sulle imprese e ne raccomanda il potenziamento, in particolare attraverso l'attivazione di servizi amministrativi cantonali.

### 2.4.3 **Decreto federale sul finanziamento delle attività di governo elettronico delle piccole e medie imprese negli anni 2024–2027**

#### **Proposta del Consiglio federale**

Nel quadro del presente messaggio, il nostro Consiglio propone un credito d'impegno di 32,8 milioni di franchi ossia un aumento di 18,3 milioni rispetto al periodo di legislatura attuale e una progressione media annua dell'84 per cento per il finanziamento delle attività nell'ambito del governo elettronico della Confederazione a beneficio delle piccole e medie imprese (credito d'impegno attuale di 21,7 mio. fr.<sup>52</sup>, di cui si stima saranno utilizzati circa 21,7 mio. fr.; cfr. tab. 2). Nel raffronto con il periodo precedente occorre considerare che, nel quadro del potenziamento previsto e a fronte dei più severi requisiti in termini di sicurezza, le attività attualmente esternalizzate e quelle di nuova introduzione dovranno essere affidate al personale interno della SECO. L'internalizzazione comporterà un trasferimento annuale di 1,8 milioni di franchi dai costi d'esercizio alle spese per il personale. Considerato che le spese per il personale non rientrano nel credito d'impegno, a parità di altre condizioni tale credito si riduce di 7,2 milioni di franchi nell'arco di quattro anni. Al settore del governo elettronico verrebbero messi a disposizione in questo modo 40 milioni di franchi: 32,8 milioni di franchi per i costi d'esercizio e 7,2 milioni di franchi destinati alle spese supplementari per il personale, ai quali si aggiungono le spese per il personale attuale.

<sup>51</sup> OCSE (2022): *OECD Economic Surveys: Switzerland 2022*, disponibile sul sito [www.oecd.org](http://www.oecd.org) > Topics > Economy > By Country: Economic Snapshots > Switzerland > Economiv Survey of Switzerland (January 2022).

<sup>52</sup> FF 2019 2123

Tabella 2

In mio. fr.	<b>Proposta 2024–2027</b>	Decreto federale 2020–2023	Spese effettive/ previste 2020–2023	Differenza proposta/spese effettive	Differenza media proposta/ spese effettive (in % all'anno)
Governo elettronico	<b>32,80</b>	21,70	21,70	11,10	12,79

I pagamenti legati al maggior volume degli impegni rispetto alla pianificazione finanziaria attuale comportano una spesa supplementare annua di circa 4,6 milioni di franchi (cfr. tab. 3). L'ulteriore sviluppo di EasyGov si ricollega anche agli obiettivi dell'organizzazione per la collaborazione ADS. Il Piano di attuazione del Governo elettronico di ADS comprende attualmente, nello specifico, l'ampliamento di EasyGov per farne lo sportello unico online per le imprese. È pertanto auspicabile che il potenziamento di EasyGov confluisca nella strategia di ADS anche per il nuovo periodo 2024–2027 e che sia co-finanziato attraverso i suoi fondi. Poiché tuttavia, per il 2024, tali fondi sono già vincolati ad altri progetti, è lecito presumere che, salvo diverse decisioni, questo cofinanziamento non inizierà prima del 2025, rientrando in ogni caso nella strategia e nel piano finanziario previsto per gli anni 2024–2027. Esso dipenderà inoltre dai decreti cantonali pertinenti e dall'entrata in vigore della legge federale concernente l'impiego di mezzi elettronici per l'adempimento dei compiti delle autorità (LMeCA)<sup>53</sup>, che ne costituisce il fondamento. Le risorse finanziarie necessarie per accelerare l'ampliamento della piattaforma andranno inserite nella pianificazione strategica dell'ADS a partire dal 2025, facendo in modo che esse siano possibilmente in linea con l'aumento previsto rispetto alla pianificazione finanziaria attuale (circa 4,6 mio. fr. all'anno). La SECO presenterà all'ADS una domanda in tal senso per il periodo 2025–2027. L'aumento del 2024 andrà a carico del bilancio federale. Gli organi di direzione dell'ADS si pronunceranno in modo indipendente sulla domanda della SECO. Approvando il credito d'impegno, le vostre Camere consentiranno a EasyGov di poter contare sulla sicurezza necessaria in termini di pianificazione, indipendentemente dai canali specifici che erogheranno il finanziamento nel quadro del bilancio federale.

Tabella 3

Spese in materia di governo elettronico in mio. fr.	2024	2025	2026	2027
Pianificazione finanziaria attuale (in base al credito d'impegno precedente)	5,4	5,4	5,4	5,5
Pianificazione finanziaria attuale (in considerazione dell'internalizzazione del personale)	3,6	3,6	3,6	3,7
Spese previste secondo la domanda (detratta l'internalizzazione del personale)	8,2	8,2	8,2	8,2
Differenza rispetto alla pianificazione finanziaria (in considerazione dell'internalizzazione del personale)	+4,6	+4,6	+4,6	+4,5

<sup>53</sup> FF 2022 805 e messaggio del 4 marzo 2022 sulla legge federale concernente l'impiego di mezzi elettronici per l'adempimento dei compiti delle autorità (FF 2022 804).

## Motivazione del Consiglio federale

La modernità e l'efficienza dell'amministrazione pubblica rappresentano una condizione irrinunciabile per il successo dell'economia di un Paese. La possibilità di usufruire, tramite la piattaforma unica online EasyGov, di prestazioni delle autorità dai costi contenuti senza i vincoli degli orari di ufficio e di luoghi specifici rappresenta un vero e proprio vantaggio sia per le imprese svizzere sia per quelle estere che intendono avviare un'attività nel nostro Paese.

Il ritardo della Svizzera in materia di governo elettronico nel raffronto internazionale continua a essere considerevole. Per realizzare l'obiettivo di ridurre l'onere amministrativo che grava sulle imprese e quello prioritario di incentivare la digitalizzazione, è necessario ampliare rapidamente l'offerta della piattaforma EasyGov. Come indicato al numero 2.3, la legge sullo sgravio delle imprese<sup>54</sup> introdurrà l'obbligo per le autorità federali e cantonali incaricate dell'esecuzione del diritto federale di rendere accessibili su EasyGov le proprie prestazioni elettroniche destinate alle imprese. Con il messaggio del 9 dicembre 2022<sup>55</sup> concernente la legge sullo sgravio delle imprese, il nostro Consiglio attua il mandato conferitogli con la mozione 16.3388 Progetto di legge federale per ridurre la densità normativa e agevolare lo sgravio amministrativo delle imprese, depositata il 7 giugno 2016 dalla consigliera nazionale Sandra Solberger.

Nel 2020–2021, insieme ai rappresentanti di Confederazione e Cantoni e sotto la direzione della SECO, è stata definita un'architettura d'integrazione per i portali delle autorità dedicati alla fornitura di servizi<sup>56</sup>. Lo studio è stato realizzato per andare incontro a una richiesta proveniente, in particolare, dai rappresentanti cantonali del Comitato di pianificazione e-government Svizzera (ora ADS). Nei prossimi anni occorrerà investire nell'adeguamento di EasyGov all'architettura definita, aggiungere nuove prestazioni delle autorità e investire costantemente nel miglioramento funzionale della piattaforma. Si dovrà in particolare procedere a interventi consistenti se verrà introdotta l'identificazione elettronica riconosciuta dallo Stato.

Prima di essere aggiunta nella piattaforma, ogni prestazione delle autorità è oggetto di un esame approfondito condotto in collaborazione con l'unità amministrativa competente (analisi dei processi, protezione dei dati, cibersicurezza ecc.). Per sfruttare le sinergie, EasyGov si adoperava per collaborare con le altre unità amministrative della Confederazione che portano avanti lo sviluppo del governo elettronico e, al tempo stesso, coordina il proprio sviluppo anche con l'ADS, in particolare al fine di comunicare e promuovere nei Cantoni le nuove prestazioni offerte. L'ADS ritiene che l'ampliamento di EasyGov debba continuare a rientrare nella sua strategia e che debba essere in parte finanziato attraverso i suoi fondi. La SECO presenterà all'ADS una proposta di finanziamento specifica sulla quale gli organi di direzione di quest'ultima

<sup>54</sup> Progetto del Consiglio federale, FF 2023 167

<sup>55</sup> FF 2023 166

<sup>56</sup> SECO (2022): *Studio sull'architettura d'integrazione per i portali delle autorità dedicati alla fornitura di servizi di gennaio 2022*, disponibile sul sito [www.seco.admin.ch/it](http://www.seco.admin.ch/it)  
> Promozione della piazza economica > Politica per PMI > E-government >  
EasyGov.swiss: studio sull'architettura d'integrazione per i portali delle autorità dedicati alla fornitura di servizi > Étude révision de l'architecture EasyGov (disponibile soltanto in francese e tedesco).

decideranno in autonomia. Approvando il credito d'impegno, le vostre Camere consentiranno a EasyGov di poter contare sulla sicurezza necessaria in termini di pianificazione, indipendentemente dai canali specifici che erogheranno il finanziamento nel quadro del bilancio federale.

Gli aiuti finanziari richiesti possono essere destinati anche a unità amministrative della Confederazione che intendono offrire prestazioni su EasyGov, soprattutto se l'autorità competente non dispone, da sola, delle risorse sufficienti a inserire la sua soluzione in EasyGov (p. es. interfacce e funzioni «Single Sign On» tra portali di autorità diverse). In questo contesto, occorre anche rilevare l'importanza di politiche di comunicazione efficaci. Dallo Studio nazionale sul Governo elettronico 2017, d'altronde, emerge quanto sia importante per le imprese che le informazioni relative all'offerta esistente in materia di prestazioni siano comunicate in modo mirato. Per questo motivo, si ritiene che una determinata parte degli aiuti finanziari concessi debba essere impiegata per garantire un'informazione adeguata e aumentare il grado di notorietà delle soluzioni in materia di governo elettronico.

### **Aspetti giuridici**

Il decreto federale sul finanziamento delle attività di governo elettronico delle piccole e medie imprese negli anni 2024–2027 è retto dalla legge del 21 marzo 1997<sup>57</sup> sull'organizzazione del Governo e dell'Amministrazione. L'articolo 8 capoverso 2 prevede che il Consiglio federale aumenti l'efficienza dell'Amministrazione federale e ne incoraggi le capacità di innovazione. Il decreto è in linea con la Strategia di e-government Svizzera, con la Strategia «Svizzera digitale» del nostro Consiglio e, in particolare, con il numero 2.2 del messaggio concernente la legge sullo sgravio delle imprese.

Il credito d'impegno richiesto con il suddetto decreto federale garantisce il finanziamento delle attività di governo elettronico della Confederazione per le PMI negli anni 2024–2027.

## **2.5 Finanziamento delle imprese**

### **2.5.1 Obiettivi e compiti**

La produttività del sistema economico non può prescindere dall'utilizzo adeguato del capitale. Il miglioramento dell'accesso al finanziamento delle imprese e la creazione di condizioni quadro che favoriscano la competitività, soprattutto per le PMI, sono importanti elementi della promozione della piazza economica e della politica d'inseadimento delle imprese in generale.

Il finanziamento delle imprese è sostenuto attraverso servizi di consulenza politica e incarichi operativi. La Confederazione concentra i propri sforzi, in primo luogo, sulla creazione di condizioni quadro favorevoli e interviene in questo contesto a titolo sussidiario (cfr. n. 1.2.1, attività 1 e 5). La SECO monitora gli sviluppi del mercato dei crediti concessi alle PMI. Elabora inoltre le basi decisionali necessarie sotto forma di rapporti e studi e collabora a progetti normativi volti a migliorare le condizioni

<sup>57</sup> RS 172.010

quadro; compiti, questi, di cui è spesso incaricata in risposta a quanto chiesto negli interventi parlamentari.

Lo strumento di promozione messo in campo a livello federale è il sistema di fidejussioni per le PMI, che consente a queste ultime di ottenere più facilmente crediti bancari per il tramite organizzazioni di fidejussione sostenute dalla Confederazione. Il sistema delle fidejussioni per le PMI è oggetto di un capitolo separato (cfr. n. 2.6). A ciò si aggiunge l'ASRE, che consente alle imprese esportatrici di proteggere e incrementare la propria liquidità (cfr. n. 5.5).

## 2.5.2 Efficacia

Dal 2010, la Svizzera partecipa al progetto concernente il quadro di valutazione dell'OCSE relativo al finanziamento delle PMI<sup>58</sup>, che mette a confronto la situazione delle PMI in materia di credito in numerosi Paesi. Nel raffronto internazionale la Svizzera dimostra di garantire un buon accesso al finanziamento.

Un sondaggio commissionato dalla SECO nel 2021<sup>59</sup> mostra che circa il 37 per cento delle PMI svizzere fa affidamento solo sull'autofinanziamento. Il netto calo registrato a tal proposito rispetto al 2016 (62 %) è dovuto principalmente ai crediti COVID-19, uno strumento che ha svolto, e svolge ancora, un ruolo rilevante per le imprese e l'economia. Le principali forme di finanziamento per le PMI continuano a essere i finanziamenti bancari e i crediti fornitori. L'accesso ai crediti bancari è attualmente buono: è stato respinto solo il tre per cento delle domande, un dato inferiore a quello internazionale.

Negli ultimi anni il mercato dei capitali di rischio svizzero ha presentato un andamento positivo e gli investimenti effettuati si sono rivelati fruttuosi. Nel raffronto internazionale, gli investimenti con capitale di rischio, in Svizzera, si attestano invece su un livello intermedio, sia rispetto alla dimensione del Paese sia a parità di performance economica. Oltre ai Paesi che occupano le prime posizioni in termini di capitale di rischio, come Israele, Singapore e Stati Uniti, anche Estonia, Svezia, Regno Unito, Paesi Bassi e Danimarca hanno ottenuto risultati migliori rispetto alla Svizzera<sup>60</sup>. Il nostro è uno di quei Paesi il cui mercato dei capitali di rischio è sì dinamico, ma dove esiste ancora un notevole potenziale di sviluppo. Il nostro Consiglio ritiene pertanto che monitorare le condizioni quadro di finanziamento delle imprese, quindi l'attrattiva

<sup>58</sup> OCSE (2022): *Financing SMEs and Entrepreneurs 2022: An OECD Scoreboard*, disponibile sul sito [www.oecd.org](http://www.oecd.org) > Center for Entrepreneurship, SMEs, Regions and Cities > SMEs and entrepreneurship > Financing SMEs and Entrepreneurs 2022 – An OECD Scoreboard.

<sup>59</sup> Istituto per i servizi finanziari di Zugo IFZ, Scuola universitaria professionale di Lucerna – Economia (2021): *Studio 2021 sul finanziamento delle PMI in Svizzera*, disponibile sul sito [www.seco.admin.ch/it](http://www.seco.admin.ch/it) > Promozione della piazza economica > Politica per PMI > Finanziamento delle PMI > Studio 2021 sul finanziamento delle PMI in Svizzera.

<sup>60</sup> Institut für Wirtschaftsstudien Basel IWSB, Scuola universitaria professionale di Lucerna (2022): *Esaminare il mandato per l'introduzione di un Fondo svizzero per l'innovazione di aprile 2022*, disponibile sul sito [www.seco.admin.ch/it](http://www.seco.admin.ch/it) > Promozione della piazza economica > Politica per le PMI > Finanziamento delle PMI > Esaminare il mandato per l'introduzione di un Fondo svizzero per l'innovazione (in tedesco).

della piazza economica svizzera, e mettere in atto le misure necessarie siano compiti da assolvere in modo permanente. Come nuova misura di promozione della piazza economica, per esempio, stiamo esaminando la possibilità di istituire un fondo pubblico-privato per l'innovazione

## 2.6 Sistema di fideiussioni per PMI

### 2.6.1 Obiettivi e compiti

Il sistema di fideiussioni per le PMI ha una lunga tradizione che inizia con un decreto federale del 1949. Si tratta di un aiuto sussidiario che ha lo scopo di agevolare alle PMI performanti e con prospettive di sviluppo l'accesso ai crediti bancari (cfr. n. 1.2.1, attività 5). Le organizzazioni di fideiussione riconosciute dalla Confederazione possono operare con le PMI in modo che abbiano la possibilità di accedere a crediti bancari che altrimenti sarebbero loro preclusi. Questo sistema non prevede che la Confederazione conceda fideiussioni, ma che partecipi alla copertura delle perdite delle organizzazioni di fideiussione e versi aiuti finanziari per coprirne i costi amministrativi. Quello delle fideiussioni è un sistema di nicchia al quale hanno fatto ricorso, nel 2022, circa 1900 imprese su un totale di 600 000 PMI (che contano da 1 a 249 dipendenti) dell'economia di mercato svizzera. Oltre alle fideiussioni ordinarie, concesse alle PMI, le quattro organizzazioni riconosciute gestiscono anche i crediti COVID-19 (cfr. n. 1.3.1).

Il sistema delle fideiussioni per le PMI può essere in linea di principio considerato da due punti di vista diversi, ma interdipendenti: come strumento di promozione con una dimensione di politica regionale che incide sul mercato dei crediti concessi alle PMI e come strumento per compensare eventuali inefficienze di mercato nell'erogazione dei crediti. La quota di partecipazione della Confederazione alle perdite delle organizzazioni di fideiussione corrisponde al 65 per cento e il suo contributo ai costi amministrativi è al massimo di 3 milioni di franchi all'anno. Le organizzazioni attualmente riconosciute sono tre cooperative regionali (CF EST-SUD Cooperativa di fideiussione per PMI, CF Centro, *Cautionnement romand*) e una cooperativa nazionale dedicata alle imprenditrici (CC SAFFA).

Con la modifica del 14 dicembre 2018<sup>61</sup> all'articolo 6 della legge federale del 6 ottobre 2006<sup>62</sup> sugli aiuti finanziari alle organizzazioni che concedono fideiussioni alle PMI, il limite massimo per le fideiussioni è stato portato da 500 000 a 1 milione di franchi. Conformemente alla pianificazione finanziaria attuale, sono stati stanziati tra gli 11 e i 12 milioni di franchi all'anno; quasi 9 milioni di franchi sono stati destinati alla costituzione di accantonamenti a copertura delle perdite delle organizzazioni di fideiussione e 3 milioni di franchi sono stati invece destinati alla partecipazione ai costi amministrativi sostenuti dalle stesse organizzazioni. Visto che la legge impone un limite di 600 milioni al volume delle fideiussioni, non occorre un credito d'impegno specifico per questo strumento di promozione. Il nostro Consiglio chiede quindi di inserire ogni anno gli importi destinati alla costituzione di accantonamenti a copertura

<sup>61</sup> RU 2019 1781

<sup>62</sup> RS 951.25

delle perdite e dei contributi ai costi amministrativi delle organizzazioni di fideiussione nel quadro dei lavori di preventivazione ordinari.

**Esempio di sistema di fideiussioni per PMI:  
Schreinereimanufaktur R thlisberger AG**

È frequente che le organizzazioni di fideiussione seguano le imprese per diverse generazioni. Schreinereimanufaktur R thlisberger AG riveste un ruolo di grande rilievo per l'economia regionale. L'impresa, portata avanti dai figli di Walter R thlisberger, Adrian e Christoph, insieme ai cugini Stefan e Andreas Meister, è specializzata nella realizzazione di cucine, mobili e interni. Questa realtà conta 150 dipendenti e 22 apprendisti e rappresenta un importante datore di lavoro per il piccolo Comune della Emmental nel quale ha sede. Il credito bancario quadriennale garantito nel 2017 da CF Centro a copertura dell'elevato consumo intermedio e della liquidità operativa è stato interamente rimborsato e l'impresa si trova ora in condizioni ottimali per affrontare il futuro. Nell'arco della vita di questa impresa, l'organizzazione di fideiussione è stata al fianco della famiglia R thlisberger, per la prima volta, nel 1972, per la realizzazione del nuovo stabilimento, e, di nuovo, 45 anni dopo, nell'ambito del progetto di riorganizzazione.

## 2.6.2 Efficacia

Nel 2012 la SECO ha commissionato un'analisi esterna volta a fornire una visione d'insieme delle conseguenze del sistema di fideiussioni. Sono stati condotti studi parziali concernenti l'impatto, la posizione sul mercato, l'esecuzione e il sistema svizzero nel raffronto internazionale. Questi studi hanno costituito la base per il rapporto del nostro Consiglio del 20 novembre 2013<sup>63</sup> concernente l'opportunità, l'efficacia e l'economicità della legge federale sugli aiuti finanziari alle organizzazioni che concedono fideiussioni alle PMI. Il rapporto stila un bilancio complessivamente positivo sull'efficacia di questo sistema. Le fideiussioni hanno consentito alle PMI di creare numerosi posti di lavoro che altrimenti non potrebbero esistere in questa forma e in queste regioni. In questo senso, il sistema istituito è un successo. I suoi effetti inerciali, invece, sono considerati ridotti. Generalmente, le PMI ricorrono alla fideiussione solo nel caso in cui non riescano ad accedere al credito. D'altra parte, gli effetti di sostituzione potrebbero essere piuttosto consistenti. A lungo termine i posti di lavoro in questione sarebbero comunque creati a livello svizzero, anche senza le imprese sostenute attraverso le fideiussioni, ma non necessariamente in piccole imprese o nelle regioni interessate. Nel complesso, il sistema di fideiussioni per PMI è stato considerato efficace e, alla luce delle cifre, questa valutazione appare ancora motivata. Grazie alle fideiussioni ottenute tra il 2016 e il 2021, ciascuna delle imprese che ne hanno fatto domanda ha creato in media 2,11 posti di lavoro all'anno. Nel 2021 sono state concesse 312 nuove fideiussioni per crediti, per un totale di circa 88 milioni di franchi. Il

<sup>63</sup> [www.admin.ch](http://www.admin.ch) > Documentazione > Comunicati stampa > 20.11.2013 > «Il sistema di fideiussioni per le PMI poggia su solide basi» > Documenti > Rapporto del Consiglio federale.



27 per cento delle fideiussioni è stato richiesto per il capitale circolante, il 24 per cento per la costituzione di nuove imprese, il 23 per cento per il rilevamento di imprese esistenti e il 13 per cento sia per investimenti immobiliari sia per investimenti in macchinari o attrezzature d'esercizio.

Dalla sua riorganizzazione, nel 2007, il sistema di fideiussioni per le PMI ha registrato un'evoluzione positiva e oggi si fonda su basi solide. Nell'arco di 14 anni (2008–2021) il volume delle fideiussioni è passato da 85 a 322 milioni di franchi. È probabile che, nel 2020 e 2021, i crediti COVID-19, che hanno consentito alle imprese di ottenere liquidità a condizioni più favorevoli, abbiamo rallentato l'incremento che vi sarebbe invece stato in assenza delle misure di sostegno introdotte per fare fronte alla pandemia. Nella tabella 4 sono riportati gli indicatori applicabili al sistema di fideiussioni per le PMI.

Tabella 4

**Indicatori applicabili al sistema di fideiussioni per PMI**

	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Domande di fideiussione depositate	768	706	657	677	682	563
Domande approvate	405	421	392	393	366	312
Tasso di approvazione	53 %	60 %	60 %	58 %	54 %	55 %
Fideiussioni concesse (in mio. fr.)	81	84	83	96	99	88
Posti di lavoro esistenti e creati*	4575	6227	5629	6258	5529	2776
Volume delle fideiussioni al 31 dic. (in mio. fr.)	254	255	262	286	316	322
PMI con fideiussioni in corso	1775	1811	1822	1859	1866	1853
Importo medio delle fideiussioni (in fr.)	143 343	140 555	143 998	153 723	169 285	173 772
Numero perdite da fideiussioni	58	46	67	60	52	42
Partecipazione della Confederazione alle perdite (in mio. fr.)	4,3	2,7	3,9	3,8	3,7	3,6
Tasso di perdite nette = (perdite delle fideiussioni – recuperi) / volume delle fideiussioni	1,50 %	1,54 %	1,60 %	1,70 %	1,21 %	1,27 %
Quota dei ricavi in rapporto alle spese, escluso il contributo ai costi amministrativi da parte della Confederazione	68 %	119 %**	129 %**	85 %	68 %	93 %
Spese totali della Confederazione per posto di lavoro (in fr.)	1499	893	1225	1087	1211	2377
Passività potenziali delle organizzazioni di fideiussione (in mio. fr.)	68	70	83	89	100	102
Capitale proprio delle organizzazioni di fideiussione (in mio. fr.)	61	77	77	89	90	95

	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Quota di passività potenziali delle organizzazioni di fideiussione in rapporto al capitale proprio	110 %	92 %	108 %	100 %	111 %	107 %
Passività potenziali della Confederazione (in mio. fr.)	187	184	179	197	216	220
* Secondo quanto dichiarato dai beneficiari delle fideiussioni. Il rapporto di causalità tra le fideiussioni e i posti di lavoro creati non è stato analizzato.						
** Ricavi straordinari pari a 22 milioni di franchi in seguito allo scioglimento della Cooperativa svizzera di fideiussione per l'artigianato.						

### Raffronto internazionale

Quasi tutti i Paesi dell'OCSE, così come molti Paesi non membri, dispongono di strumenti di fideiussione analoghi, anche se con caratteristiche diverse. Il limite di 1 milione di franchi che la Svizzera ha fissato per le fideiussioni è nettamente inferiore a quelli previsti nei Paesi di riferimento. Per esempio, in Germania è possibile concedere fideiussioni per crediti fino a 2,5 milioni di euro, in Austria fino a 25 milioni di euro e in Francia fino a 3 milioni di euro. Nel 2021, in Svizzera, l'importo medio di una fideiussione è stato pari a circa 174 000 franchi, attestandosi nettamente al di sopra degli importi medi di alcuni altri Paesi (Italia: circa 11 000 EUR, Francia 8300 EUR, Germania 123 000 EUR e Austria 223 100 EUR). In altre parole, il limite massimo per le fideiussioni è relativamente basso, ma le imprese ne usufruiscono per importi superiori alla media. In Svizzera, nel 2021, il 76 per cento di tutte le fideiussioni in corso presentava un importo pari o superiore a 100 000 franchi. In termini di performance economica complessiva, il sistema delle fideiussioni assume un peso nettamente maggiore in altri Paesi. Per esempio, mentre in Svizzera il volume delle fideiussioni rispetto al prodotto interno lordo è pari allo 0,4 per cento, Portogallo e Italia si attestano su percentuali decisamente maggiori, pari rispettivamente all'1,8 e all'1,4 per cento; questi valori indicano che, in altri Paesi, le fideiussioni sono uno strumento più diffuso che in Svizzera. In Francia, per esempio, si stima che ricorra alle fideiussioni il 40 per cento delle imprese, in Italia il 26 per cento e in Svizzera, su un totale di ben 1900 imprese, solo lo 0,3 per cento.

## 3 Politica del turismo

### 3.1 Basi strategiche

#### 3.1.1 Analisi della situazione del turismo svizzero

In Svizzera il settore del turismo occupa circa 173 700 persone (equivalenti a tempo pieno), pari al 4,2 per cento dell'occupazione totale, e rappresenta il 2,9 per cento del valore aggiunto dell'economia svizzera<sup>64</sup>.

<sup>64</sup> Indicatori annuali del conto satellite del turismo, consultabili sul sito [www.statistica.admin.ch](http://www.statistica.admin.ch) > Turismo > Aspetti monetari.

Dopo un periodo prolungato di stagnazione, il settore ha registrato un notevole aumento della domanda dal 2016 al 2019 (crescita cumulata: +11 %). Nel 2019 è stato addirittura raggiunto un record storico a livello svizzero con 39,6 milioni di pernottamenti.

La pandemia di COVID-19 si è abbattuta come una scure sul turismo svizzero e ha provocato un crollo storico della domanda nel 2020, quando i pernottamenti alberghieri sono retrocessi del 40 per cento rispetto all'anno precedente. Dalla primavera del 2021 il turismo svizzero ha beneficiato dei progressivi allentamenti delle misure adottate per contrastare la diffusione del coronavirus ed è riuscito a recuperare gradualmente terreno.

Secondo le previsioni pubblicate nel novembre 2022 dalla società BAK Economics AG<sup>65</sup> nel 2023, la domanda rimarrà di poco al di sotto del livello prepandemico. Per quanto riguarda il turismo d'affari, in particolare nel settore MICE (ossia *Meetings, Incentives, Conventions and Exhibitions*), si presume invece che i livelli prepandemici non saranno raggiunti, quantomeno non nell'immediato.

### 3.1.2 Strategia del turismo della Confederazione

La politica del turismo della Confederazione si basa sulla nuova Strategia del turismo approvata il 10 novembre 2021<sup>66</sup> dal nostro Collegio e riprende gli orientamenti della strategia del 2017 sin qui seguita e dimostratasi valida. Intendiamo così realizzare la visione di un'industria svizzera del turismo competitiva a livello internazionale e di una piazza turistica svizzera efficiente e di grande attrattiva.

Gli obiettivi della strategia del turismo concretizzano gli orientamenti della politica del turismo della Confederazione e rispondono alle principali sfide del settore in Svizzera. Gli obiettivi sinora perseguiti, ossia quelli di «migliorare le condizioni quadro», «promuovere l'imprenditoria», «sfruttare le opportunità della digitalizzazione» e «aumentare l'attrattiva e la visibilità dell'offerta turistica», sono tuttora idonei ad attuare in modo efficace la politica del turismo della Confederazione. A questi si aggiunge il nuovo obiettivo del contributo allo sviluppo sostenibile, con cui si prende atto che lo sviluppo sostenibile riveste un'importanza sempre maggiore per la promozione della piazza economica e per la politica del turismo, oltre a offrire numerose opportunità da non lasciarsi sfuggire soprattutto per il turismo.

Per raggiungere gli obiettivi sono fondamentali i quattro strumenti di promozione della politica del turismo: la promozione dell'innovazione, la collaborazione e lo sviluppo delle conoscenze nel turismo (Innotour, cfr. n. 3.3), Svizzera Turismo (ST, cfr. n. 3.4), Società svizzera di credito alberghiero (SCA, cfr. n. 3.5) e Nuova politica regionale (NPR, cfr. n. 4).

<sup>65</sup> BAK Economics AG (2022): *Previsioni per il turismo svizzero, edizione novembre 2022*, disponibile sul sito > [www.seco.admin.ch](http://www.seco.admin.ch) > Promozione della piazza economica > Politica del turismo > Attualità.

<sup>66</sup> Consiglio federale (2021): *Strategia del turismo della Confederazione del 10 novembre 2021*, disponibile sul sito > [www.seco.admin.ch](http://www.seco.admin.ch) > Promozione della piazza economica > Politica del turismo > Strategia del turismo della Confederazione.

Molteplici fattori influenzano in misura determinante lo sviluppo del turismo, come ha inequivocabilmente dimostrato la pandemia di COVID-19. Le condizioni quadro continuano infatti a rappresentare una grande sfida per il settore, sebbene la fase acuta della pandemia sia stata superata. Il quadro geopolitico nel 2022 ha accresciuto i rischi per l'economia mondiale. In un'ottica turistica, sono rilevanti soprattutto il repentino rialzo dell'inflazione, l'evoluzione dei cambi, le difficoltà di approvvigionamento e la minaccia di una penuria di energia. Le conseguenti incertezze, unite a possibili scenari di recessione e alla perdita di potere d'acquisto, rappresentano rischi per l'evoluzione della domanda turistica, in particolare quella proveniente dai mercati esteri. Nel contempo i costi normativi continueranno ad aumentare, anche in correlazione alla lotta contro i cambiamenti climatici, il che potrebbe rendere più oneroso viaggiare in futuro.

A ciò si aggiungono importanti criticità strutturali. La carenza di personale e di manodopera qualificata continua ad accentuarsi. Le imprese attive nel settore sono obbligate a trovare nuove strade, per esempio per quanto riguarda la gestione del personale o i modelli di orario di lavoro. Sono messi alla prova anche gli istituti di formazione, che nel recente passato hanno registrato un calo significativo del numero di persone interessate alle professioni turistiche. In generale è necessario rafforzare gli sforzi per rendere più interessante il mercato del lavoro nel settore.

Il turismo svizzero è inoltre chiamato a potenziare la componente della sostenibilità lungo l'intera catena di creazione di valore aggiunto, per esempio nell'ambito della produzione alimentare regionale, in risposta a un'esigenza sempre più sentita dai clienti. Per questo motivo Innoutour promuove progetti lungo la catena di creazione di valore aggiunto nell'agriturismo (cfr. n. 3.3). Per il turismo svizzero è essenziale ridurre l'impronta climatica e adeguarsi ai cambiamenti climatici. Occorre quindi sviluppare soluzioni sostenibili per la mobilità (arrivo e partenza dei clienti) e gli edifici, nonché a livello di consumo energetico e utilizzo delle risorse. Il turismo deve sviluppare progetti di sostenibilità e, parallelamente, diversificare la sua offerta e ridurre i rischi. In questa ottica è importante anche la protezione dai pericoli naturali. È altresì necessario aumentare l'impegno volto a preservare e valorizzare le importanti risorse turistiche, tra cui la qualità del paesaggio, la cultura edilizia o la biodiversità.

Occorre inoltre intervenire sul fronte della digitalizzazione. I clienti desiderano un'interazione completamente digitalizzata in tutto il loro percorso di acquisto (*customer journey*). La frammentazione del settore dev'essere compensata da una cooperazione più sistematica e da soluzioni informatiche più rapide di quanto avvenuto sinora.

La politica del turismo della Confederazione aiuta gli operatori del settore a superare le sfide sopra esposte e a cogliere le opportunità per diventare ancora più produttivi e competitivi. L'attuazione della strategia del turismo della Confederazione pone dunque l'accento sul miglioramento delle condizioni quadro, puntando innanzitutto sul coordinamento e sulla cooperazione nella politica del turismo, nonché sull'impegno per creare un contesto normativo favorevole al turismo. Altre priorità sono rappresentate dall'ulteriore promozione degli investimenti, dallo sviluppo sostenibile del turismo e dalla trasformazione digitale (cfr. n. 3.2).

L'attuazione della strategia del turismo della Confederazione è monitorata da un gruppo di accompagnamento per la politica del turismo, che è istituito dal capo del Dipartimento federale dell'economia, della formazione e della ricerca (DEFR) e funge da organo consultivo esterno (*sounding board*). Il capo del DEFR ha riconfermato il mandato e la composizione del gruppo di accompagnamento per il periodo 2022–2025.

Il DEFR presenterà al nostro Collegio un rapporto sull'attuazione e gli effetti della politica del turismo della Confederazione entro la fine del 2025. Le basi strategiche saranno verificate e, se necessario, adeguate. La scadenza prevista per la presentazione del rapporto è coordinata con i processi generali della promozione della piazza economica svizzera. Queste tempistiche consentono di integrare nel messaggio del periodo successivo gli adeguamenti strategici decisi per la politica federale del turismo.

### 3.1.3 Quadro finanziario globale della politica del turismo

Per Svizzera Turismo viene chiesto un limite di spesa di 233 milioni di franchi, a parziale compensazione del rincaro previsto nel periodo 2024–2027 in Svizzera (cfr. n. 3.4.3). Per Innotour sono chiesti 45,43 milioni di franchi. Tale importo si compone delle stesse risorse ordinarie degli anni 2020–2023 (incl. una parziale compensazione del rincaro) e dei mezzi finanziari previsti per il programma di rilancio (*Recovery Program*) negli anni 2024–2026 (cfr. n. 3.3.3).

## 3.2 Priorità 2024–2027

La politica del turismo della Confederazione negli anni 2024–2027 è incentrata sull'attuazione della strategia turistica. Pone l'accento sull'ulteriore promozione degli investimenti, sullo sviluppo sostenibile del turismo e sulla sua trasformazione digitale. Contribuisce così alle attività 5 (accesso al finanziamento), 11–14 (sviluppo sostenibile) nonché 15, 18 e 19 (digitalizzazione) della strategia mantello per la promozione della piazza economica (cfr. n. 1.2.1). Altrettanto rilevante è la promozione dell'imprenditorialità, fermo restando che lo sfruttamento delle potenzialità del mercato del lavoro nel settore del turismo riveste un ruolo chiave. Si tiene così conto della situazione di tensione sul mercato del lavoro nel settore. Numerose aziende hanno difficoltà ad assumere personale e manodopera qualificata in numero e in qualità sufficienti.

Approfondite analisi fondamentali condotte dalla SECO hanno evidenziato la necessità di intervenire sulla promozione degli investimenti da parte della Confederazione. Per questa ragione, la SECO sta preparando una revisione delle basi legali per il settore alberghiero (cfr. n. 3.5.1). Si prevede che la legge federale del 20 giugno 2003<sup>67</sup> sulla promozione del settore alberghiero entri in vigore nel 2025. La politica di promozione, inclusa quella a favore degli investimenti, sarà sviluppata anche nel quadro del programma pluriennale NPR 2024–2031 (cfr. n. 4).

<sup>67</sup> RS 935.12

La politica del turismo della Confederazione, con il suo approccio improntato alla sostenibilità, mira a promuovere in primo luogo la capacità economica degli attori del settore, includendo anche la loro resilienza alle crisi. Tra i temi prioritari si annoverano l'incremento della produttività economica e l'efficienza delle risorse nella sua accezione più ampia. L'industria svizzera del turismo deve potersi sviluppare in modo economicamente proficuo, ma responsabile nei confronti dell'ambiente e della società.

Concretamente sono due gli obiettivi strategici prioritari: in primo luogo la Svizzera come destinazione turistica deve posizionarsi a livello internazionale in qualità di leader di sostenibilità nel maggior numero di ambiti possibili. I relativi parametri dovranno essere misurati sia attraverso un confronto internazionale sia mediante i sondaggi svolti da Svizzera Turismo presso i clienti per valutare la loro percezione della Svizzera. Per attuare questo obiettivo, la SECO ottimizza e amplia di continuo le basi di dati e le basi statistiche relative allo sviluppo sostenibile del turismo svizzero. In collaborazione con l'Ufficio federale di statistica (UST) è previsto, tra l'altro, di integrare il conto satellite del turismo (CST), basato su standard internazionali, con gli indicatori dello sviluppo sostenibile. Secondariamente, la politica federale del turismo deve contribuire alla Strategia per uno sviluppo sostenibile 2030 (SSS 2030)<sup>68</sup> e, in particolare, ai suoi tre temi prioritari. A ciò si collega il fatto che la politica del turismo svizzera svolge un ruolo anche nel raggiungimento degli obiettivi dell'Agenda 2030 per lo sviluppo sostenibile promossa dall'ONU.

La strategia del turismo contempla già le prime attività e misure da attuare. Il successo di questa strategia non può prescindere soprattutto da un'assidua collaborazione tra la SECO e altri uffici all'interno dell'Amministrazione federale nonché con partner esterni. Oltre al lavoro condiviso con l'UST per l'ampliamento del CST, è opportuno citare l'ottima collaborazione sui temi della cultura edilizia, della qualità del paesaggio e della biodiversità all'interno di un gruppo di lavoro composto da rappresentanti della SECO, dell'Ufficio federale dell'ambiente e dell'Ufficio federale della cultura. Da qui sono scaturite misure concrete da affrontare e attuare nei prossimi anni, per esempio lo sviluppo di una guida sulla «lettura del paesaggio e della cultura edilizia» destinata agli operatori del settore.

Nell'ottica della digitalizzazione, la padronanza delle tecnologie esistenti sta diventando un fattore di competitività sempre più importante nel turismo globalizzato. In base alle esperienze maturate durante la pandemia di COVID-19, questa tendenza dovrebbe accentuarsi. Proprio le numerose possibilità di perfezionare i processi aziendali permettono di ridurre i costi e di aumentare la produttività. Considerando la crescente complessità della digitalizzazione e la frammentazione del tessuto turistico svizzero, per molti operatori diventa difficile tenere il passo con lo sviluppo e l'applicazione di strumenti digitali all'avanguardia (p. es. l'intelligenza artificiale). Per rimanere competitivo, il turismo svizzero dovrà sfruttare in modo sistematico le opportunità della digitalizzazione. Con la sua strategia, la Confederazione sostiene le imprese e le organizzazioni turistiche in questa trasformazione.

<sup>68</sup> Consiglio federale (2021): *Strategia per uno sviluppo sostenibile 2030*, disponibile sul sito [www.are.admin.ch](http://www.are.admin.ch) > Sviluppo sostenibile > Pubblicazioni > Strategia per uno sviluppo sostenibile 2030.

Un'altra priorità della politica federale del turismo per il periodo 2024–2027 è costituita dall'attuazione del programma di rilancio per il turismo svizzero, adottato dal nostro Consiglio il 1° settembre 2021. Tale programma, che si estende sul quinquennio 2022–2026 e comprende i tre strumenti di promozione Svizzera Turismo, Innotour e NPR, contribuisce a rilanciare la domanda nonché a preservare e rafforzare la capacità di innovazione. Per Svizzera Turismo e la NPR il programma di rilancio è attuato nel periodo 2022–2023 (cfr. n. 1.3.3 e 3.4.1). Per Innotour è invece necessaria una modifica della legge federale. Il nostro Collegio ha adottato il relativo messaggio<sup>69</sup> il 22 giugno 2022 (cfr. n. 3.3.1).

### 3.3 Innotour

#### 3.3.1 Obiettivi e compiti

La Confederazione svolge la sua attività di promozione turistica in base alla legge federale del 30 settembre 2011<sup>70</sup> che promuove l'innovazione, la collaborazione e lo sviluppo delle conoscenze nel turismo. L'esecuzione compete alla SECO.

Poiché il turismo è un settore economico frammentato, creare offerte turistiche complete genera costi di transazione elevati. Realizzare offerte innovative integrate non è semplice dato che i costi e i rendimenti derivanti dall'innovazione sono difficili sia da internalizzare sia da suddividere. Questo crea incertezze e ostacola la cooperazione. Innotour ascrive quindi molta importanza allo sviluppo di offerte turistiche interaziendali.

Inoltre Innotour, incoraggiando lo sviluppo delle conoscenze e la loro diffusione, fornisce un contributo importante all'ulteriore sviluppo della piazza turistica svizzera. Finanzia anche basi conoscitive come le previsioni sul turismo o eventi di scambio di conoscenze come il Forum Turismo Svizzera (FTS).

Innotour è uno strumento di promozione aperto fondamentalmente a tutti gli operatori del settore, nell'ambito del quale sono le cerchie turistiche stesse ad assumersi la maggior parte dei costi (almeno il 50 %). Lo strumento crea incentivi, ma lascia la responsabilità del finanziamento e della gestione ai responsabili di progetto. Questo principio della responsabilità individuale è confermato dal fatto che gli aiuti finanziari di Innotour sono concessi solo come aiuti iniziali una tantum.

Negli ultimi anni Innotour ha puntato sulla digitalizzazione. Ha pertanto sostenuto numerosi progetti innovativi in ambiti tematici diversi: *blockchain*, sicurezza informatica, mercati digitali, digitalizzazione del reporting, Internet delle cose, gestione delle entrate o robotica. Ma Innotour ha dato una spinta al turismo svizzero anche in altri settori quali l'imprenditoria, l'ottimizzazione dell'offerta o lo sviluppo sostenibile.

<sup>69</sup> FF 2022 1742

<sup>70</sup> RS 935.22

## Priorità 2024–2027

Nel periodo 2024–2027 Innotour contribuirà ai cinque obiettivi della strategia del turismo della Confederazione mediante la promozione dei progetti nonché lo sviluppo e il trasferimento delle conoscenze (cfr. n. 3.1.2). Questo programma è particolarmente rilevante per i due campi d'innovazione strategici prioritari: lo sviluppo sostenibile e la digitalizzazione. Innotour contribuisce così globalmente all'attuazione dell'attività 7 della strategia mantello per la promozione della piazza economica (cfr. n. 1.2.1).

In futuro saranno ad esempio promossi, sostenuti in via prioritaria e attivamente monitorati nell'economia del turismo svizzera la diffusione e il perfezionamento dell'iniziativa Swisstainable, lanciata da Svizzera Turismo nel settore dello sviluppo sostenibile, nonché l'istituzione del «Centro di competenza sostenibilità» (KONA) integrato nella Federazione Svizzera Turismo. Innotour contribuisce così all'attuazione dell'attività 12 della strategia mantello per la promozione della piazza economica (cfr. n. 1.2.1). Per rimanere concorrenziali a livello internazionale nel campo della digitalizzazione ci vogliono non solo innovazioni isolate portate avanti da singole aziende, ma anche approcci nuovi e cooperativi a livello regionale e nazionale. È qui che bisogna porre l'accento.

Nella promozione di progetti la politica del turismo della Confederazione continuerà a puntare sulla digitalizzazione. Tuttavia, la promozione ad opera di Innotour sarà parzialmente ottimizzata attraverso la precisazione dei requisiti di finanziamento e una migliore comunicazione dei contenuti dei progetti potenzialmente idonei. Nel campo della digitalizzazione saranno sostenuti soltanto i progetti trasferibili e le soluzioni «aperte», cioè quelle che ammettono cooperazioni e che sono orientate al futuro. Uno dei requisiti da soddisfare per ottenere il sostegno di Innotour, per esempio, è l'interoperabilità, ossia la capacità di cooperazione di sistemi, tecniche e organizzazioni diversi. La gestione e la *governance* dei progetti di digitalizzazione saranno tenute in maggiore considerazione nell'attribuzione degli aiuti.

Sotto il profilo dei contenuti, gli aiuti finanziari non saranno più accordati unicamente in funzione del potenziale successo di mercato e quindi dei ricavi previsti, ma terranno sempre più conto anche dei costi. L'idea è quella di sfruttare maggiormente il potenziale di risparmio insito nei progetti di digitalizzazione. Sarà rivolta particolare attenzione ai progetti di cooperazione perché negli ultimi anni si è visto che in generale le cooperazioni offrono nuove opportunità e possibilità. In futuro la digitalizzazione diventerà probabilmente sempre più un motore di cooperazione essenziale, soprattutto perché permette di ridurre gli ostacoli. Ma finanziare soluzioni digitali non basta: bisogna anche migliorare le conoscenze e le abilità di chi le usa (*know-what e know-how*).

## Programma di rilancio

L'attuazione del programma di rilancio è una delle priorità di Innotour negli anni 2024–2027 (cfr. n. 3.2). L'aumento del contributo federale massimo dal 50 al 70 per cento previsto per un periodo limitato, ossia dal 2023 al 2026, servirà a sostenere più intensamente e in modo mirato le iniziative d'innovazione nel turismo e a ridurre i costi a carico dei responsabili dei progetti di innovazione nel settore turistico. Il sostegno ottenuto grazie al suddetto aumento interesserà soprattutto i già citati



campi d'innovazione strategici prioritari dello sviluppo sostenibile e della digitalizzazione. Un terzo punto focale consiste nello sviluppo di ulteriori offerte e nuovi modelli commerciali per il turismo urbano e d'affari, dove è importante mettere in discussione i modelli di business esistenti e dare nuove prospettive alle aziende e alle destinazioni. L'aumento delle aliquote di contribuzione garantito per quattro anni comporterà maggiori uscite dell'ordine di 20 milioni di franchi (cfr. n. 3.3.3).

### 3.3.2 Efficacia

Nel periodo 2020–2023 Innotour ha sostenuto, fino a settembre 2022, 62 progetti per un totale di 24,6 milioni di franchi. Il numero di domande e di progetti sostenuti rispetto al precedente periodo 2016–2019 è rimasto sostanzialmente uguale, seppure con forti variazioni legate alla pandemia di COVID-19.

Lo scoppio della pandemia di COVID-19 ha causato ritardi e interruzioni dei progetti sostenuti da Innotour, richieste di proroga e un calo delle domande presentate. Il numero delle domande si è ridotto di un terzo nel 2020 e nel 2021 rispetto al periodo pre-pandemico, ma dall'inverno 2021/2022 si osserva un'inversione di tendenza, con un notevole aumento del numero delle domande presentate, anche negli ambiti della digitalizzazione e della sostenibilità. Nei primi nove mesi del 2022 le domande sono aumentate del 35 per cento rispetto allo stesso periodo dei due anni precedenti. È presumibile che il forte incremento dall'inverno 2021/2022 sia riconducibile ad alcuni effetti di recupero, ma è anche un indizio che gli operatori del settore hanno sfruttato il periodo della pandemia per mettere in discussione lo status quo e sviluppare nuove idee. Nel complesso questi sviluppi lasciano sperare che l'industria turistica svizzera esca rafforzata dalla pandemia.

In seguito al forte aumento delle domande, nel giugno 2022 la SECO ha comunicato un ordine di priorità già stabilito e applicato in precedenza. In conformità alla legge del 5 ottobre 1990<sup>71</sup> sui sussidi, deve in effetti essere istituito un ordine di priorità se le domande presentate o prevedibili superano i mezzi disponibili. Secondo le priorità stabilite da Innotour, in un simile caso le domande di aiuto finanziario sono trattate secondo la successione cronologica di ricezione dei dossier completi.

La ripartizione del finanziamento tra Innotour (un terzo) e i capi progetto (due terzi) dimostra l'effetto leva di Innotour. Circa il 74 per cento delle risorse è stato concesso a progetti svizzeri e, grazie allo strumento dei progetti modello, sono stati sostenuti 24 progetti locali e regionali. Sostenendo questi progetti, Innotour contribuisce all'attuazione dell'attività 6 della strategia mantello per la promozione della piazza economica (cfr. n. 1.2.1).

#### **Esempio di progetto sostenuto da Innotour: iniziativa OK:GO – informazioni sull'accessibilità delle offerte turistiche in Svizzera**

L'iniziativa OK:GO promossa dall'Associazione Svizzera senza ostacoli raccoglie le informazioni sull'accessibilità delle offerte turistiche. Ciò consente alle

<sup>71</sup> RS 616.1

persone con disabilità, agli anziani e alle famiglie con bambini piccoli di trovare le proposte turistiche consone alle loro esigenze.

Il progetto è entrato nella seconda fase, che mira a una maggiore visibilità e a una migliore integrazione nel turismo per garantire la prosecuzione dell'iniziativa. Oltre all'acquisizione di nuovi partecipanti, è necessario ottimizzare e sviluppare la tecnologia utilizzata.

Il progetto fornisce così un contributo essenziale alla dimensione sociale dello sviluppo sostenibile, quindi anche al raggiungimento degli obiettivi della strategia del turismo della Confederazione. La seconda fase del progetto va dal 2022 al 2025. Innotour la sostiene con sussidi federali dell'ordine di 900 000 franchi.

Negli ultimi anni la SECO ha notevolmente ampliato lo scambio di esperienze e di conoscenze sui progetti promossi da Innotour sulla base dei risultati delle valutazioni effettuate<sup>72</sup>. La SECO organizza così più volte all'anno workshop Innotour per veicolare temi specifici secondo il modello «Walk the Talk». L'obiettivo dei workshop è accelerare lo scambio di esperienze e di conoscenze affinché importanti risultati tratti da progetti esemplari possano essere condivisi e il maggior numero possibile di attori ne benefici. In tal modo si intende aumentare l'impatto continuo e a lungo termine dei progetti. I workshop hanno destato reazioni molto positive, quindi continueranno a essere organizzati. A livello tematico, il trasferimento di conoscenze nel quadro del programma Innotour sarà incentrato sullo sviluppo sostenibile. Innotour contribuisce così all'attuazione delle attività 9 e 18 della strategia mantello per la promozione della piazza economica (cfr. n. 1.2.1).

Ogni due anni la SECO conduce un sondaggio relativo all'esecuzione della legislazione Innotour presso tutti coloro che chiedono aiuti finanziari. I risultati dell'ultimo sondaggio, condotto nel 2022, sono stati positivi. I richiedenti risultano infatti soddisfatti dell'esecuzione della legislazione Innotour e giudicano positivamente le diverse fasi previste: trasmissione della domanda, esame della stessa, fase successiva alla decisione.

Nei prossimi anni il sistema per valutare l'impatto del programma Innotour sarà sviluppato focalizzandolo sul contributo allo sviluppo sostenibile (cfr. n. 3.2) e la SECO procederà a una nuova valutazione di Innotour nel periodo 2025–2026. Inoltre, il suddetto aumento del contributo federale massimo, previsto nel quadro del programma di rilancio per il turismo svizzero, sarà oggetto di una valutazione finale nel 2027.

<sup>72</sup> INFRAS / IMP-HSG (2018): *Valutazione di Innotour del 28 agosto 2018*, disponibile sul sito > [www.seco.admin.ch](http://www.seco.admin.ch) > Promozione della piazza economica > Politica del turismo > Innotour > Valutazioni; Scuola universitaria di Lucerna / BHP Brugger und Partner AG (2020): *Valutazione del pacchetto di misure di politica del turismo 2013 del 31 agosto 2020* (in tedesco), disponibile sul sito > [www.seco.admin.ch](http://www.seco.admin.ch) > Promozione della piazza economica > Politica del turismo > Innotour > Valutazioni.

### 3.3.3 Decreto federale sul finanziamento della promozione dell'innovazione, della collaborazione e dello sviluppo delle conoscenze nel turismo (Innotour) negli anni 2024–2027

#### Proposta del Consiglio federale

A titolo di credito d'impegno, il nostro Collegio propone di stanziare, negli anni 2024–2027, un totale di 45,43 milioni di franchi per la promozione dell'innovazione, della collaborazione e dello sviluppo delle conoscenze nel settore del turismo. Ciò corrisponde a una progressione media annua del 7,68 per cento (cfr. tabella 5).

Tabella 5

In mio. fr.	Proposta 2024–2027	Decreto federale 2020–2023	Spese effettive/ previste 2020–2023	Differenza proposta/ spese effettive	Differenza media proposta/ spese effettive (in % all'anno)
Innotour	<b>45,43</b>	35,00 <sup>73</sup>	34,75	10,68	7,68

Il credito d'impegno richiesto non comporta oneri supplementari rispetto alla pianificazione finanziaria attuale (cfr. tabella 6):

Tabella 6

Spese Innotour (spese di trasferimento) in mio. fr.	2024	2025	2026	2027	2028	2029
Pianificazione finanziaria attuale	12,4	12,5	12,7	7,8		
Spese previste secondo la proposta	12,4	12,5	12,7	7,8		
– di cui Innotour 2020–2023	1,5	0,8				
– di cui Innotour 2024–2027	5,9	6,7	7,7	7,8	1,5	0,8
– di cui programma di rilancio	5,0	5,0	5,0			
Differenza rispetto alla pianificazione finanziaria	0	0	0	0		

#### Motivazione del Consiglio federale

Rispetto alle risorse effettive disponibili durante il periodo precedente, pari a 34,75 milioni di franchi, si registra un aumento di 10,68 milioni di franchi (cfr. tabella 5), che include la parziale compensazione del rincaro e le risorse aggiuntive

<sup>73</sup> Il credito d'impegno 2020–2023 accordato in base al decreto federale ammontava a 30 milioni di franchi. Nel suo messaggio concernente la modifica della legge federale che promuove l'innovazione, la collaborazione e lo sviluppo delle conoscenze nel turismo (il nostro Collegio proponeva di accordare, in relazione con il programma di rilancio (cfr. n. 3.3.1), un credito supplementare di 5 milioni di franchi in aggiunta al credito d'impegno esistente per la promozione dell'innovazione, della collaborazione e dello sviluppo delle conoscenze nel turismo (Innotour) 2020–2023. Questo credito supplementare iscritto nel preventivo 2023 di 5 milioni di franchi rimane bloccato fino all'entrata in vigore della modifica della base legale.

destinate al programma di rilancio nel periodo 2024–2026 (cfr. n. 3.3.1). L'aumento delle aliquote di contribuzione garantito a tempo determinato per quattro anni comporta maggiori uscite dell'ordine di 20 milioni di franchi (5 mio. fr. all'anno nel periodo 2023–2026). Il presente messaggio chiede un aumento del credito d'impegno per i contributi previsti a partire dal 2024 dell'ordine di 15 milioni di franchi; questi fondi sono già iscritti nella pianificazione finanziaria del nostro Collegio dell'estate 2022.

In virtù degli articoli 6 («Procedura») e 7 («Informazione e valutazione») della legge federale del 30 settembre 2011<sup>74</sup> che promuove l'innovazione, la collaborazione e lo sviluppo delle conoscenze nel turismo, la SECO dispone delle risorse necessarie a copertura delle spese proprie destinate all'elaborazione di basi statistiche, ad attività di informazione e all'esecuzione della legislazione Innotour. Nel periodo 2024–2027 è stato previsto un limite di spesa complessivo di 2,9 milioni di franchi (circa 100 000 franchi all'anno per l'esecuzione, 60 000 franchi all'anno per le previsioni turistiche, 213 000 franchi all'anno per la predisposizione delle basi statistiche da parte dell'UST, dal 2023 finanziata mediante un computo delle prestazioni con effetto compensativo sui crediti, e 350 000 franchi all'anno per le attività d'informazione).

Per gli anni 2024–2027, lo strumento di promozione Innotour dispone quindi complessivamente di 48,33 milioni di franchi (45,43 mio. fr. per spese di riversamento e 2,9 mio. fr. per spese proprie).

### Aspetti giuridici

Il credito d'impegno per il finanziamento dello strumento di promozione Innotour negli anni 2024–2027 è retto dall'articolo 8 della legge federale che promuove l'innovazione, la collaborazione e lo sviluppo delle conoscenze nel turismo, secondo cui l'Assemblea federale stabilisce a scadenze quadriennali, mediante un decreto federale semplice, le risorse a disposizione quale credito d'impegno.

## 3.4 Promozione turistica

### 3.4.1 Obiettivi e compiti

Svizzera Turismo (ST) è una corporazione di diritto pubblico sui generis, incaricata dalla Confederazione, conformemente alla legge federale del 21 dicembre 1955<sup>75</sup> concernente Svizzera Turismo, di promuovere la domanda di viaggi e vacanze in Svizzera. Secondo la legge, Svizzera Turismo si occupa del marketing turistico di base, che comprende attività come la cura del marchio, la prospezione dei mercati e l'informazione degli utenti, ma ricopre anche un incarico di coordinamento e di consulenza, nell'ambito del quale contribuisce tra l'altro alla cultura dell'approccio «Team Switzerland» e, in tal modo, a un'immagine coordinata della Svizzera all'estero. Svizzera Turismo contribuisce così all'attuazione delle attività 22 e 23 della strategia mantello per la promozione della piazza economica (cfr. n. 1.2.1).

<sup>74</sup> RS 935.22

<sup>75</sup> RS 935.21

Tra le attività prioritarie di Svizzera Turismo si annoverano anche lo sviluppo e l'attuazione di prodotti e iniziative. Ne è un esempio «Swisstainable»<sup>76</sup>, un'iniziativa di successo lanciata in coordinamento con gli operatori del settore. Essa consente una promozione mirata del turismo e dei prodotti sostenibili in Svizzera e posiziona la Svizzera come leader della sostenibilità tra le destinazioni turistiche del mondo. Le imprese e le organizzazioni che si impegnano a favore dello sviluppo sostenibile lo dimostrano esibendo il logo «Swisstainable», che non rappresenta una nuova certificazione, bensì si basa sulle certificazioni e sui programmi esistenti. L'obiettivo è offrire ai clienti una migliore informazione. Il programma «Swisstainable» mira ad aumentare del 5 per cento rispetto al 2020 la percezione della Svizzera come destinazione sostenibile presso i clienti entro il 2023 e all'adesione di 4000 imprese e organizzazioni per la fine del 2024. Contribuisce così all'attuazione dell'attività 13 della strategia mantello per la promozione della piazza economica (cfr. n. 1.2.1). Dal 2022 l'attuazione e lo sviluppo di «Swisstainable» sono stati affidati al Centro nazionale di competenza per la sostenibilità costituito dalla Federazione svizzera del turismo (FST). Sotto l'egida dell'FST e con il sostegno di Svizzera Turismo, «Swisstainable» è orientato in modo ancora più mirato alle destinazioni e alle regioni turistiche.

Oltre a «Swisstainable», Svizzera Turismo attua altre misure per consolidare lo sviluppo sostenibile nel turismo svizzero. Attraverso campagne pubblicitarie, cerca per esempio di distribuire omogeneamente i flussi turistici in tutta la Svizzera e promuove il turismo nell'arco dell'intero anno. Inoltre incoraggia il prolungamento dei soggiorni e le forme di viaggio a bassa impronta climatica, soprattutto per migliorare il bilancio di CO<sub>2</sub> per pernottamento dei turisti provenienti da lontano, che, rappresentando quasi il 20 per cento dei pernottamenti alberghieri, rivestono un'importanza cruciale per il turismo svizzero e rimarranno quindi un target del marketing di Svizzera Turismo. Questa categoria di turisti prenota con largo anticipo, offrendo agli operatori una certa sicurezza in termini di pianificazione, e viaggia tutto l'anno, quindi anche fuori stagione e nei giorni infrasettimanali, il che garantisce di mantenere l'attività e di preservare preziosi posti di lavoro per tutto l'anno. Inoltre, questi turisti spendono al giorno in media molto più degli altri. Nel mix dei mercati globali, quelli lontani hanno fornito un contributo essenziale alla crescita prepandemica, quindi hanno avuto un ruolo stabilizzatore sullo sviluppo dell'industria turistica svizzera nel lungo termine. Il marketing di Svizzera Turismo mira a un mix equilibrato tra le diverse regioni del mondo: Svizzera 45 per cento, Europa 35 per cento e mercati lontani 20 per cento. Svizzera Turismo ha sviluppato una rete globale che conta 34 succursali in 23 mercati per assicurare la presenza della Svizzera come destinazione turistica sui mercati esteri.

### **Esempio di progetto promosso da Svizzera Turismo**

Svizzera Turismo collabora con personaggi di forte richiamo non solo svizzeri (Roger Federer, Mike Horn, Michelle Hunziker e Beatrice Egli), ma anche provenienti da altri Paesi (p. es. Corea, Stati Uniti e India). Grazie all'ampia diffusione delle piattaforme e dei canali di queste celebrità, temi strategici come «Swisstainable», ma anche i punti forti della Svizzera, tra cui le molteplici attività all'aria

<sup>76</sup> Svizzera Turismo, disponibile sul sito [www.stnet.ch](http://www.stnet.ch) > Events & Marketing > Swisstainable.

aperta, raggiungono in modo mirato un nuovo pubblico con affinità comuni. Questi contributi personali, le immagini e le esperienze condivise sui social media godono di una grande credibilità, alla quale si aggiunge l'eco mediatica di questi personaggi. Per esempio, il coinvolgimento di Roger Federer a favore del turismo svizzero ha generato 1300 articoli e 1,4 miliardi di contatti in tutto il mondo.

La digitalizzazione contribuisce anche a dinamizzare l'immissione sul mercato delle offerte turistiche. Per rispondere alle esigenze dei clienti, Svizzera Turismo attribuisce la priorità alla digitalizzazione del marketing, includendo la dimensione digitale in tutte le discipline e tutti i settori. La comunicazione di Svizzera Turismo è imperniata sul portale «MySwitzerland.com», suddiviso in tre aree: il mondo del turismo, il mondo degli affari ed Extranet per gli addetti ai lavori. Il portale serve a garantire un'interazione completamente digitalizzata con i suoi visitatori in tutto il loro percorso di acquisto e funge da piattaforma per incorporare i nuovi sviluppi tecnologici, tra cui le applicazioni che usano l'intelligenza artificiale e la realtà virtuale. MySwitzerland è oggetto di una continua evoluzione. Inoltre, Svizzera Turismo assume il ruolo di capofila digitale per il turismo svizzero, in altri termini sperimenta e implementa per primo le nuove applicazioni. Le esperienze sono condivise con gli operatori del settore, che riescono così a utilizzare i nuovi strumenti in modo proficuo. A titolo d'esempio menzioniamo Trendradar di Svizzera Turismo, uno strumento che consente di individuare e comunicare le principali tendenze, tra cui l'individualizzazione delle esigenze dei turisti. Per questo motivo Svizzera Turismo auspica una maggiore personalizzazione della comunicazione con i clienti. Sono altresì importanti i lavori condotti su dati e statistiche. Svizzera Turismo utilizza le nuove fonti di dati per la gestione dei flussi dei turisti. Attingendo ai dati della telefonia mobile, comunica tramite il portale MySwitzerland.com l'affluenza attesa di visitatori in circa 500 luoghi di interesse con tre giorni di anticipo. Contribuisce così all'attuazione delle attività 16 e 19 della strategia mantello per la promozione della piazza economica (cfr. n. 1.2.1).

Svizzera Turismo ha ampiamente contribuito a rafforzare la domanda turistica durante la pandemia di COVID-19 (cfr. n. 1.3.3). Nel quadro dei due programmi di rilancio per gli anni 2020–2023 ha fissato come priorità la domanda interna, il recupero dei turisti stranieri, la rivitalizzazione del turismo urbano e d'affari e lo sviluppo del turismo sostenibile. La Confederazione sostiene queste attività con 70 milioni supplementari, la metà dei quali è destinata allo sgravio finanziario dei partner turistici di Svizzera Turismo.

In generale, Svizzera Turismo è finanziata dalla Confederazione per poco oltre il 50 per cento. Negli anni 2016–2019 la quota dei fondi federali ammontava in media al 56,7 per cento del suo preventivo, ma è aumentata durante la pandemia di COVID-19 fino a raggiungere il 70,6 per cento nel 2020 e nel 2021. La Confederazione prevede che i partner turistici di Svizzera Turismo siano in grado di tornare al livello pre-pandemico di partecipazione alle attività di marketing a partire dal 2024, inoltre si aspetta che Svizzera Turismo raccolga fondi di terzi per la promozione della piazza turistica svizzera, per esempio fornendo a membri e terzi servizi previsti dal mandato conferitole dalla legge. Una parte importante dei fondi di terzi raccolti dalla corporazione proviene dai partenariati conclusi con gli attori economici; per il resto, Svizzera Turismo si finanzia con i contributi dei suoi membri.

### 3.4.2 Efficacia

Svizzera Turismo dispone di un sistema integrato per valutare l’impatto della sua attività. Questo strumento permette di prendere conoscenza delle attività di marketing portate avanti da Svizzera Turismo nonché dell’influsso esercitato sul numero di pernottamenti alberghieri e sul fatturato. Secondo le stime, per il settore alberghiero e paralberghiero svizzero la scelta della destinazione e del pernottamento è influenzata da Svizzera Turismo nel 14 per cento dei casi<sup>77</sup>. Negli anni 2020 e 2021 si è aggiunto l’effetto dei programmi di rilancio (cfr. n. 1.3.3). Secondo i risultati di un sondaggio condotto presso i clienti, Svizzera Turismo ha influenzato circa un pernottamento su cento nel settore alberghiero e paralberghiero in Svizzera grazie alle risorse supplementari impiegate nell’ambito «Campaigning & Activation». Negli anni 2020 e 2021 ciò rappresenta quasi 1,4 milioni di pernottamenti e 190 milioni di franchi di fatturato (il 30 % circa dei pernottamenti e del fatturato riguarda turisti stranieri). La SECO prevede di verificare l’efficacia dei programmi di rilancio di Svizzera Turismo nel 2024/2025, una volta che saranno conclusi.

Nell’autunno del 2022 è stato condotto un sondaggio sulla soddisfazione dei partner di Svizzera Turismo<sup>78</sup>; quest’ultima ha ottenuto una valutazione di 7,9 su 10, qualificabile da «buona a ottima». I partner sono particolarmente soddisfatti della professionalità, dell’affidabilità e della competenza di Svizzera Turismo.

### 3.4.3 Decreto federale sulla concessione di un aiuto finanziario a Svizzera Turismo negli anni 2024–2027

#### Proposta del Consiglio federale

Per gli anni 2024–2027 proponiamo di stanziare un limite di spesa totale di 233 milioni di franchi a favore di Svizzera Turismo, il che corrisponde, in media, a 58,25 milioni di franchi all’anno (cfr. tabella 7).

Tabella 7

In mio. fr.	Proposta 2024–2027	Decreto federale 2020–2023	Spese effettive/ previste 2020–2023	Differenza proposta/ spese effettive	Differenza media proposta/ spese effettive (in % all’anno)
Limite di spesa Svizzera Turismo	<b>233,00</b>	230,00	227,97	5,03	0,55

Rispetto alla pianificazione finanziaria attuale, il limite di spesa comporta una diminuzione dell’onere di 3,84 milioni di franchi (cfr. tabella 8), imputabile al fatto che,

<sup>77</sup> Le ultime stime si riferiscono all’anno turistico 2017. A causa del mix non rappresentativo di turisti durante la pandemia, il sondaggio turistico ordinario previsto per il 2021 (Monitoraggio del turismo svizzero) è stato rinviato al 2023.

<sup>78</sup> gfs.bern (2022): *Studie zur unabhängigen Zufriedenheitsbefragung der Partner von Schweiz Tourismus* (in tedesco), disponibile sul sito > [www.seco.admin.ch](http://www.seco.admin.ch) > Promozione della piazza economica > Politica del turismo > Attualità.

nella promozione della piazza economica per gli anni 2024–2027, è stata attribuita la priorità allo sviluppo dell'*e-government* e alla promozione delle esportazioni.

Tabella 8

Spese Svizzera Turismo in mio. fr.	2024	2025	2026	2027
Pianificazione finanziaria attuale	57,78	58,70	59,64	60,71
Spese previste secondo la proposta	57,77	58,09	58,41	58,73
Differenza rispetto alla pianificazione finanziaria	-0,01	-0,62	-1,23	-1,99

### Motivazione del Consiglio federale

Nel quadro del messaggio concernente la promozione della piazza economica negli anni 2020–2023, le vostre Camere avevano accordato a Svizzera Turismo un limite di spesa di 230 milioni di franchi. In fase di esecuzione del preventivo, gli aiuti finanziari ordinari stanziati poi per Svizzera Turismo negli anni 2020–2023 sono stati pari, complessivamente, a 227,97 milioni di franchi. A questi si aggiungono 70 milioni di franchi per i programmi di rilancio negli anni 2020–2023, 35 milioni dei quali sono destinati allo sgravio finanziario dei partner di Svizzera Turismo attivi nel settore.

Con il limite di spesa accordato a Svizzera Turismo per il periodo 2024–2027 proponiamo di compensare una parte del rincaro previsto in Svizzera. Sulla base del valore attuale del preventivo 2023, il contributo complessivo per gli anni 2024–2027 ammonta a 233 milioni di franchi.

Nella sua pianificazione finanziaria per gli anni 2024–2027 Svizzera Turismo parte dal presupposto che la quota della Confederazione si avvicini al livello pre pandemico e rappresenti poco più della metà delle sue entrate. Gli aiuti finanziari saranno utilizzati prevalentemente (per il 61 % circa) nel marketing (cfr. tabella 9).

Tabella 9

### Pianificazione finanziaria di Svizzera Turismo per gli anni 2024–2027

In mio. fr.	2024	2025	2026	2027	2024–2027
<b>Entrate</b>					
Confederazione Svizzera	57,77	58,09	58,41	58,73	233,00
Altri contributi dei membri	2,70	2,70	2,70	2,80	10,90
Partner turistici	27,80	28,30	28,10	28,80	113,00
Partner economici	9,10	9,30	9,50	9,70	37,60
Entrate estranee all'esercizio	1,50	1,50	1,50	1,50	6,00
<b>Totale</b>	<b>98,87</b>	<b>99,89</b>	<b>100,21</b>	<b>101,53</b>	<b>400,50</b>



In mio. f.r	2024	2025	2026	2027	2024–2027
<b>Uscite</b>					
Spese per il marketing	61,00	61,50	61,30	62,00	245,80
Spese per il personale	31,27	31,69	32,21	32,73	127,87
Altre spese/diverse	4,80	4,90	4,90	5,00	19,60
Onere finanziario	0,10	0,10	0,10	0,10	0,40
Ammortamenti	0,70	0,70	0,70	0,70	2,80
Spese estranee all'esercizio	1,00	1,00	1,00	1,00	4,00
<b>Totale</b>	<b>98,87</b>	<b>99,89</b>	<b>100,21</b>	<b>101,53</b>	<b>400,50</b>

Svizzera Turismo ha inizialmente chiesto che le risorse messe a disposizione dalla Confederazione fossero portate a 258 milioni di franchi (aumento di 28 mio. fr. rispetto al periodo 2020–2023), il che sarebbe corrisposto a un aumento considerevole rispetto agli aiuti finanziari ordinari a disposizione per gli anni 2020–2023 (227,97 mio. fr.). Svizzera Turismo motiva questo aumento con l'esigenza di risorse finanziarie supplementari per la promozione dello sviluppo sostenibile del turismo (+10 mio. fr.), il sostegno della trasformazione digitale e la garanzia della sovranità dei dati (+5 mio. fr.) nonché il potenziamento del turismo d'affari (+5 mio. fr.). Considerando anche la compensazione del rincaro (Svizzera e mercati di origine) per 8 milioni di franchi, gli aiuti finanziari richiesti da Svizzera Turismo alla Confederazione raggiungono i 28 milioni di franchi.

Il nostro Collegio ritiene che un aumento di tale entità non sia giustificato e che Svizzera Turismo debba realizzare il marketing nel quadro delle risorse finanziarie ordinarie stanziata dalla Confederazione per il periodo 2024–2027. Secondo il nostro Consiglio, inoltre, la promozione dello sviluppo sostenibile del turismo, il sostegno della trasformazione digitale e la garanzia della sovranità dei dati nonché il potenziamento del turismo d'affari rientrano tra i compiti ordinari che Svizzera Turismo deve adempiere nel quadro del preventivo ordinario secondo un ordine di priorità. In linea con l'approccio seguito sinora, non si intravede altresì la necessità di compensare il rincaro nei mercati di provenienza.

Al fine di promuovere la Svizzera come destinazione turistica, Svizzera Turismo dispone anche di rappresentanze all'estero, dove al momento impiega, in modo flessibile e a seconda dei potenziali di mercato di volta in volta ravvisati, 111 collaboratori. Laddove possibile e auspicabile, che sia per ragioni amministrative o per garantire la sicurezza dei collaboratori, le rappresentanze di Svizzera Turismo fanno parte integrante della rete esterna del Dipartimento federale degli affari esteri (DFAE). Attualmente, sono 27 i collaboratori (26,5 equivalenti a tempo pieno) della rete esterna del DFAE che lavorano per Svizzera Turismo e che, per ragioni di diritto internazionale, hanno stipulato un contratto di lavoro con il DFAE. Ogni anno il DFAE mette in conto a Svizzera Turismo spese per il personale pari a circa 2,4 milioni di franchi per tali collaboratori. Per adempiere alle disposizioni della legge federale del 7 ottobre 2005<sup>79</sup>

sulle finanze della Confederazione in materia di allestimento ed esecuzione dei preventivi (art. 31), le risorse necessarie ai fini dell'impiego dei collaboratori di Svizzera Turismo con un contratto di lavoro del DFAE sono iscritte, dal 2020, nelle spese e nei ricavi del DFAE secondo il principio degli importi lordi, ma le spese per il personale sostenute per i collaboratori di Svizzera Turismo con un contratto di lavoro del DFAE sono coperte interamente da Svizzera Turismo.

### Aspetti giuridici

Il limite di spesa per la concessione di un aiuto finanziario a Svizzera Turismo negli anni 2024–2027 è retto dall'articolo 6 della legge federale concernente Svizzera Turismo, secondo cui l'Assemblea federale stabilisce a scadenze quadriennali, mediante un decreto federale semplice, il limite di spesa.

## 3.5 Promozione del settore alberghiero

### 3.5.1 Obiettivi e compiti

La SCA è incaricata dell'esecuzione della legge federale del 20 giugno 2003<sup>80</sup> sulla promozione del settore alberghiero. La SCA è una società cooperativa di diritto pubblico a cui la Confederazione ha accordato un credito esente da interessi per un totale di circa 236 milioni di franchi affinché possa adempiere il suo mandato legale. A sua disposizione, la SCA ha inoltre un capitale sociale di circa 28,4 milioni di franchi (stato al 31 dicembre 2021) e riserve. Oltre alla Confederazione, la SCA conta fra i suoi membri banche, Cantoni, organizzazioni del settore alberghiero e dell'economia, associazioni e molti privati. La SECO esercita la vigilanza sulla SCA e, a tal fine, ha concluso con questa una convenzione relativa al controllo politico, al reporting e al monitoraggio.

La SCA si prefigge di mantenere e migliorare la competitività e la sostenibilità del settore alberghiero. A questo scopo, concede crediti a titolo sussidiario, a completamento dei creditori privati, alle aziende alberghiere situate in regioni turistiche e in località termali per il rinnovo o l'acquisto di altre aziende alberghiere, per nuove costruzioni e per rilevamenti. Alla fine del 2021 il volume dei crediti concessi ammontava a 229 milioni di franchi, ripartiti su 284 aziende alberghiere. La SCA fornisce inoltre servizi di consulenza in tutta la Svizzera; tra questi rientrano, in particolare, valutazioni di imprese e studi di fattibilità. Per non falsare il mercato, gli introiti generati dalle prestazioni di consulenza devono coprire i costi. La SCA si occupa inoltre del trasferimento di conoscenze a favore del settore alberghiero.

#### **Esempio di progetto sostenuto dalla SCA: Berg & Bett**

La società Berg & Bett Betriebs AG con sede nel Toggenburgo ha trasformato l'Hotel Sântis nell'*hub* «Berg & Bett Sântis Lodge». Ha così creato un'offerta che raggruppa strutture ricettive preesistenti, in risposta alle attuali esigenze dei clienti. È stata data una nuova vita all'Hotel Sântis, che oggi funge da piattaforma

<sup>80</sup> RS 935.12

per la prenotazione di appartamenti di vacanza e da fornitore di servizi per gli ospiti e i proprietari degli appartamenti.

La SCA ha sostenuto la società di gestione accordandole un mutuo e ha predisposto una perizia da sottoporre all’Aiuto svizzero alla montagna per ottenere un contributo a fondo perduto.

La promozione del settore alberghiero da parte della SCA deve essere ottimizzata mediante una revisione delle basi legali. La sua attività deve essere maggiormente incentrata sul miglioramento e sulla trasformazione delle strutture nonché sullo sviluppo sostenibile. La SCA è dunque chiamata a ricorrere soprattutto a incentivi finanziari sotto forma di mutui a condizioni preferenziali per progetti che meritano un particolare sostegno. Si è ormai affermata come centro di competenza per la promozione del settore alberghiero. A questo punto è necessario ampliare il suo raggio d’azione includendo il sostegno alle giovani realtà imprenditoriali e alla successione d’impresa, per esempio mediante informazioni, consulenza o prestiti a condizioni vantaggiose. Occorre inoltre flessibilizzare il concetto di investimento, oggi focalizzato sull’immobiliare. Nel complesso, l’ottimizzazione del sostegno al settore alberghiero consentirà alla SCA di migliorare il suo contributo all’attività 5 della strategia mantello per la promozione della piazza economica (cfr. n. 1.2.1).

### **3.5.2 Efficacia**

L’efficacia della SCA e della promozione degli investimenti nel settore del turismo da parte della Confederazione è stata oggetto di numerosi studi, dai quali è emerso che la promozione federale degli investimenti mediante la SCA è sostanzialmente strutturata in modo appropriato ed è dotata di sufficienti risorse finanziarie anche nel raffronto internazionale con i Paesi dove la promozione degli investimenti nel settore alberghiero ha una struttura simile.

La SCA è stata in grado di sviluppare progressivamente le sue attività di promozione, riuscendo a portare il volume dei crediti concessi dai 156 milioni di franchi del 2015 ai 229 milioni di franchi del 2021 (+47 %). Negli anni della pandemia di COVID-19 (2020 e 2021) la SCA ha sostenuto i clienti aventi problemi di liquidità, in particolare sospendendo gli ammortamenti per un totale di circa 22 milioni di franchi. A causa delle notevoli incertezze legate agli effetti della pandemia di COVID-19 sul settore alberghiero, la SCA è stata costretta a procedere a ulteriori correzioni di valore sui prestiti concessi per evitare perdite effettive. Si è quindi trovata in una situazione di sovraindebitamento tecnico. Per ripristinare la sua capacità d’intervento, la SCA e la Confederazione (rappresentata dal DEFR) hanno stipulato una convenzione concernente l’assunzione delle perdite per il 2021 e il 2022.

Dagli studi condotti emerge un elevato grado di soddisfazione sull’offerta di finanziamento della SCA tra gli operatori turistici. In particolare sono valutate positivamente sia la notevole competenza della SCA nelle questioni finanziarie sia la messa a disposizione di un’ulteriore fonte di finanziamento. Il know-how della SCA è molto apprezzato anche dalle banche e dai Cantoni e ha un impatto positivo sulla concessione di finanziamenti bancari e sussidi cantonali.

## 4 Politica regionale

La Nuova politica regionale (NPR) promuove lo sviluppo a livello di economia regionale delle regioni di montagna, delle aree rurali e delle regioni di frontiera. Gli strumenti della NPR hanno finora dato prova di efficacia e nel 2024 saranno al centro del terzo programma pluriennale della durata di otto anni (2024–2031).

### 4.1 Basi strategiche

Le strategie sovraordinate e le basi legali della politica regionale sono: il Progetto territoriale Svizzera<sup>81</sup>, la Politica per le aree rurali e le regioni montane (P-LRB)<sup>82</sup>, la Politica degli agglomerati (AggloPol)<sup>83</sup> nonché la legge federale del 6 ottobre 2006<sup>84</sup> sulla politica regionale, insieme all'ordinanza del 28 novembre 2007<sup>85</sup> sulla politica regionale.

La politica regionale è sancita nella strategia mantello per la promozione della piazza economica della Confederazione e contribuisce in modo essenziale a realizzare gli obiettivi di quest'ultima. In tale contesto in primo piano vi sono l'obiettivo 2 «Rafforzamento delle regioni», l'obiettivo 3 «Contributo allo sviluppo sostenibile», e l'obiettivo 4 «Sfruttamento delle opportunità offerte dalla digitalizzazione» (cfr. n. 1.2.1). La NPR consente di sfruttare potenziali a livello di economia regionale, creare una rete di attori economici, trasferire le conoscenze, nonché preservare e generare posti di lavoro, il tutto allo scopo di realizzare e mantenere prospettive a lungo termine per l'economia e la popolazione nelle zone target, di concerto con altri strumenti di promozione della piazza economica.

Con il presente messaggio il nostro Consiglio vi sottopone il programma pluriennale 3 2024–2031. Definendo i contenuti e le priorità in materia di promozione, esso delimita il margine di manovra con il quale Cantoni, regioni e attori attuano la NPR armonizzandola in modo ottimale con le necessità e le particolarità locali e regionali. Il programma pluriennale 3 2024–2031 si fonda sull'estesa valutazione del secondo programma pluriennale della NPR per il periodo in corso (programma pluriennale 2 2016–2023), svolta da un team esterno e indipendente di esperti e pubblicata a

<sup>81</sup> Consiglio federale svizzero, CdC, DCPA, UCS, ACS (2012): *Progetto territoriale Svizzera*, disponibile sul sito [www.are.admin.ch](http://www.are.admin.ch) > Sviluppo e pianificazione del territorio > Strategia e pianificazione > Progetto territoriale Svizzera.

<sup>82</sup> Consiglio federale svizzero (2015): *Politica della Confederazione per le aree rurali e le regioni montane*, rapporto del 29 settembre 2011 in adempimento della mozione Maissen 11.3927, Berna, disponibile sul sito [www.are.admin.ch](http://www.are.admin.ch) > Agglomerati e aree rurali > Strategia e pianificazione > Politica per le aree rurali e le regioni montane.

<sup>83</sup> Consiglio federale svizzero (2015): *Politica degli agglomerati della Confederazione 2016+*, Per uno sviluppo territoriale coerente in Svizzera, disponibile sul sito [www.are.admin.ch](http://www.are.admin.ch) > Agglomerati e aree rurali > Strategia e pianificazione > Politica degli agglomerati.

<sup>84</sup> RS **901.0**

<sup>85</sup> RS **901.021**

febbraio 2022 (cfr. n. 4.1.1)<sup>86</sup>. A ciò si sono aggiunti altri lavori di base (cfr. n. 4.1.2), basandosi sui quali i servizi cantonali responsabili e la SECO hanno ulteriormente sviluppato la NPR in stretta collaborazione. Discussioni e consultazioni con le cerchie interessate alla NPR a livello di imprese, sfere politiche, associazioni, Amministrazione federale, regioni e società civile hanno permesso di ottenere importanti contenuti che confluiscono ora nel programma pluriennale 3 2024–2031.

Come i suoi predecessori, il programma pluriennale 2024–2031 ha una validità di otto anni, dal momento che la politica regionale è una politica economica e strutturale con un orientamento a lungo termine, incentrata nella sua attuazione su strategie di sviluppo cantonali e (sovra)regionali e pertanto proiettata su periodi di tempo più lunghi. Anche l'oneroso processo di elaborazione tra Confederazione e Cantoni depona a favore di programmi pluriennali.

#### 4.1.1 Valutazione del programma pluriennale 2016–2023

La valutazione indipendente del programma pluriennale 2016–2023 attesta che la NPR raggiunge il proprio scopo e ottiene l'effetto auspicato. Nelle regioni target, promuove un'ampia gamma di progetti orientati alla creazione di valore aggiunto. Dal 2016 sino alla fine del 2020 sono stati realizzati 1614 progetti, sostenuti dalla Confederazione con 391 milioni di franchi. Questo sostegno ha consentito investimenti per una cifra complessiva di 2,2 miliardi di franchi. Ogni franco impiegato dalla Confederazione ha quindi attivato investimenti pari al quintuplo del suo valore nelle regioni svizzere. La maggior parte dei progetti proseguirà a lungo termine o sarà ulteriormente sviluppata, consentendo così alla NPR di generare un effetto duraturo.

I Cantoni utilizzano la NPR in modo diversificato per testare nuove idee, promuovere innovazioni e rafforzare reti interaziendali. La concentrazione finora esclusiva sul principio della base d'esportazione a livello di promozione dei progetti è vista in modo critico dalla maggior parte degli attori. Ciò è dovuto al fatto che l'attrattiva di una regione come luogo di insediamento, soprattutto al di fuori dei centri regionali, è sempre più determinata da aspetti dell'economia locale, ad esempio le attività nell'area in cui si vive e si lavora. La valutazione giunge inoltre alla conclusione che la NPR promuove sì progetti che contribuiscono allo sviluppo sostenibile, ma non sfruttano ancora tutto il potenziale in tal senso.

Sulla base dei risultati ottenuti, la valutazione formula 15 raccomandazioni per mettere più a fuoco il profilo, rafforzare l'impatto strategico della NPR e ottimizzare la sua attuazione operativa. Particolarmente rilevante è la raccomandazione secondo cui la NPR dovrebbe essere portata avanti come strumento di politica economica e come azione congiunta di Confederazione e Cantoni. Centrali sono anche le raccomandazioni di utilizzare i sistemi di incentivazione per sviluppare e promuovere un maggior numero di progetti che contribuiscano ancora di più allo sviluppo sostenibile, di mantenere la gamma di strumenti a un livello gestibile e di abbassare il più possibile le

<sup>86</sup> SECO (edit.) 2022: *Unabhängige Evaluation des Mehrjahresprogramms 2016–2023 der Neuen Regionalpolitik (NRP)*, Evaluationsbericht mit Management Response, disponibile sul sito [www.improve-nrp.ch](http://www.improve-nrp.ch) (rapporto completo disponibile in tedesco).

barriere all'ingresso per gli attori. Questa e altre raccomandazioni contribuiscono a rendere la NPR ancora migliore, più semplice e soprattutto più efficace per gli attori e per la popolazione nelle zone target.

#### 4.1.2 Lavori di base

Nell'estate del 2020, il «Libro bianco sulla politica regionale»<sup>87</sup> ha dato il via libera alle riflessioni per l'ulteriore sviluppo della NPR a partire dal 2024 (NPR 2024+). Nel corso di numerose consultazioni tematiche svoltesi attraverso diversi canali, i principali portatori d'interesse dello sviluppo regionale (Cantoni, regioni, servizi federali, imprese, rappresentanti della scienza e della società civile) sono stati costantemente coinvolti nell'ulteriore sviluppo della NPR per un periodo di due anni. Elemento centrale a livello formale e contenutistico dei lavori di base è la valutazione del programma pluriennale 2016–2023, che analizza quanto finora attuato e definisce raccomandazioni per la realizzazione futura (cfr. n. 4.1.1). Vari studi, gruppi di lavoro e progetti pilota hanno permesso di approfondire aspetti centrali per la NPR 2024+ – p. es. l'ulteriore sviluppo delle basi scientifiche<sup>88</sup> e determinate tematiche, come la promozione degli investimenti<sup>89</sup>, la digitalizzazione<sup>90</sup> o lo sviluppo sostenibile (cfr. n. 4.1.5). Con le «Misure pilota per le regioni di montagna»<sup>91</sup> è stato possibile testare nuovi approcci e acquisire esperienze, che ora si riflettono nel programma pluriennale 3 2024–2031.

Nell'attuazione della NPR 2024–2031 confluiscono inoltre i risultati di studi internazionali, ad esempio le raccomandazioni contenute nei lavori dello *European Regional Policy Research Consortium*<sup>92</sup> e dell'OCSE sullo sviluppo rurale («Rural Innovation 4.0»<sup>93</sup>). Anche i resoconti trasmessi al nostro Consiglio sull'attuazione della politica degli agglomerati (AggloPol) e della Politica per le aree rurali e le regioni montane (P-LRB, cfr. n. 4.1.3) sono importanti basi in questo senso. Di grande rilevanza

87 SECO (2020): *Dal Libro bianco sulla politica regionale nuove idee per sviluppare la politica regionale* del 30 luglio 2020, disponibile sul sito [www.seco.admin.ch](http://www.seco.admin.ch) > Promozione della piazza economica > Politica regionale d'assetto del territorio > Attualità > Libro bianco sulla politica regionale, Spunti di riflessione per la politica regionale del futuro.

88 Università di Berna (2021): *Theorien und Ansätze der Regionalentwicklung: Eine Anwendung auf die Neue Regionalpolitik (NRP) der Schweiz*, disponibile (in tedesco) sul sito [www.boris.unibe.ch](http://www.boris.unibe.ch).

89 SECO (2021): *Weiterentwicklung der NRP-Investitionsförderung 2024+: Bericht und Management Response*, settembre 2021, disponibile (in tedesco) sul sito [www.seco.admin.ch](http://www.seco.admin.ch) > Promozione della piazza economica > Politica regionale d'assetto del territorio > Pubblicazioni > Weiterentwicklung der NRP-Investitionsförderung 2024+.

90 Piattaforma «Digitalizzazione nello sviluppo regionale», [www.regiosuisse.ch](http://www.regiosuisse.ch) > Servizi e offerte > Piattaforma Digitalizzazione nello sviluppo regionale.

91 Misure pilota NPR per le regioni di montagna, [www.regiosuisse.ch](http://www.regiosuisse.ch) > Programmi e politiche > Misure pilota NPR per le regioni di montagna.

92 European Regional Policy Research Consortiums, <https://eprc-strath.org> > Featured Research > EoRPA: Regional Policy in Europe.

93 OCSE (2022): *Enhancing Innovation in Rural Regions, Swiss Case Study* di settembre 2022, disponibile sul sito [www.oecd.org](http://www.oecd.org) > Publications.

è inoltre il rapporto «Macrotendenze dello sviluppo territoriale in Svizzera»<sup>94</sup> del Consiglio per l'assetto del territorio (COTER) del 2019 nonché il nuovo rapporto COTER «Lebendige Peripherien: Entwicklungsperspektiven für das 21. Jahrhundert», in corso di elaborazione (non ancora pubblicato e al momento disponibile solo in tedesco). Quest'ultimo illustrerà come le periferie siano sempre più percepite quali luoghi ricchi di opportunità e come possano essere coadiuvate nel loro sviluppo sostenibile. Un influsso notevole hanno infine le esperienze nel quadro dell'esecuzione e gli sviluppi in campo economico e sociale degli anni passati.

### 4.1.3 Politiche territoriali importanti

La cooperazione e il coordinamento intertematici e intersettoriali ai fini di uno sviluppo coerente del territorio mantengono la loro grande importanza proprio in vista di uno sviluppo territoriale sostenibile della Svizzera. Il Progetto territoriale Svizzera, la Politica per le aree rurali e le regioni montane (P-LRB) nonché la Politica degli agglomerati (AggloPol) costituiscono il quadro politico e concettuale per uno sviluppo territoriale coerente (STCo).

*Sviluppo territoriale coerente (STCo):* le sfide specifiche del territorio e le forti interdipendenze tra aree urbane e rurali dimostrano la grande importanza di pensare e pianificare in termini di spazi funzionali, come richiesto dal Concetto territoriale Svizzera. Per questo motivo, nel 2015 il nostro Collegio aveva presentato una visione d'insieme delle politiche di sviluppo territoriale della Svizzera con la AggloPol 2016+ e il P-LRB, delineando così un quadro differenziato delle aree urbane e rurali e delle regioni di montagna. L'attuazione di queste politiche tiene conto delle sfide specifiche e comuni di questi territori e contribuisce a mantenere e rafforzare la coesione interna della Svizzera.

*Concetto territoriale Svizzera:* il Concetto territoriale Svizzera è il quadro di riferimento per lo sviluppo territoriale sostenibile a tutti e tre i livelli dello Stato. È stato elaborato insieme alle organizzazioni mantello di Comuni, Città e Cantoni e adottato nel 2012 con l'obiettivo di promuovere la qualità degli insediamenti e la diversità regionale, salvaguardare le risorse naturali, gestire la mobilità, rafforzare la competitività e vivere in modo solidale. L'elemento centrale è la definizione di aree d'intervento funzionali, che sono anche un elemento caratterizzante della NPR.

*Politica per le aree rurali e le regioni montane (P-LRB):* con l'adozione della P-LRB, dal 2016, per la prima volta, questi territori hanno ricevuto una visione e obiettivi a lungo termine, che devono guidare le politiche settoriali rilevanti dal punto di vista territoriale e i loro strumenti. Si tratta di creare un ambiente di vita attraente, assicurare e valorizzare le risorse naturali, rafforzare la competitività e dare forma alla diversità culturale.

<sup>94</sup> Consiglio per l'assetto del territorio (2019): *Macrotendenze dello sviluppo territoriale in Svizzera*, disponibile (in francese e tedesco) sul sito [www.are.admin.ch](http://www.are.admin.ch) > Sviluppo e pianificazione del territorio > Organi di coordinamento e pianificazione > Consiglio per l'assetto del territorio COTER.

*Politica degli agglomerati:* con la AggloPol 2016+, il nostro Consiglio ha consolidato e sviluppato ulteriormente la Politica degli agglomerati introdotta nel 2001. A tal fine, si è basato sulla Strategia tripartita per la politica svizzera degli agglomerati, sviluppata congiuntamente da Confederazione, Cantoni, Città e Comuni, nonché sul Concetto territoriale Svizzera. La AggloPol 2016+ persegue quattro obiettivi a lungo termine: elevata qualità della vita, forte attrattiva della piazza economica, sviluppo di insediamenti di qualità e cooperazione efficace. Per raggiungere questi obiettivi, la dimensione economica deve essere rafforzata e, oltre al tema degli insediamenti e dei trasporti, devono essere inclusi altri campi d'intervento aventi una rilevanza sociale e territoriale.

*Valutazione e ulteriore sviluppo di STCo, P-LRB e AggloPol:* parallelamente all'elaborazione del programma pluriennale 3 2024–2031 della NPR, i progetti STCo, AggloPol e P-LRB saranno valutati e ulteriormente sviluppati sotto la guida congiunta dell'Ufficio federale dello sviluppo territoriale (ARE) e della SECO. Conformemente all'obiettivo 3 della strategia mantello per la promozione della piazza economica «Contributo allo sviluppo sostenibile» (cfr. n. 1.2.1) e alle raccomandazioni scaturite dalla valutazione del programma pluriennale 2 2016–2023, la NPR partecipa all'attuazione e all'ulteriore sviluppo dello STCo, del P-LRB e della AggloPol nell'ambito della Rete nazionale sviluppo territoriale coerente città-campagna (Rn STCo). Le conclusioni di questo processo sono costantemente incorporate nella progettazione e nell'attuazione della NPR. Ciò garantisce un'impostazione proattiva e orientata alle potenziali sinergie tra la NPR e altre politiche efficaci dal punto di vista territoriale, soprattutto la politica ambientale e di pianificazione territoriale.

#### 4.1.4 Politiche tematiche importanti

*Politica in materia d'innovazione:* l'innovazione si riferisce alla capacità di una società di adattarsi a circostanze mutevoli, di rispondere positivamente a cambiamenti significativi o di anticipare cambiamenti importanti a proprio vantaggio. L'innovazione è fondamentale per la Svizzera: con la sua economia basata sulle conoscenze che manca di importanti materie prime, il nostro Paese è ai primi posti in molte classifiche sull'innovazione. La Svizzera ha una politica in materia di innovazione che si compone di vari strumenti. Non si trova solo in diverse politiche settoriali, ma anche a diversi livelli di politica statale. Esistono processi sia istituzionalizzati sia informali che consentono la cooperazione all'interno del sistema innovativo nazionale.

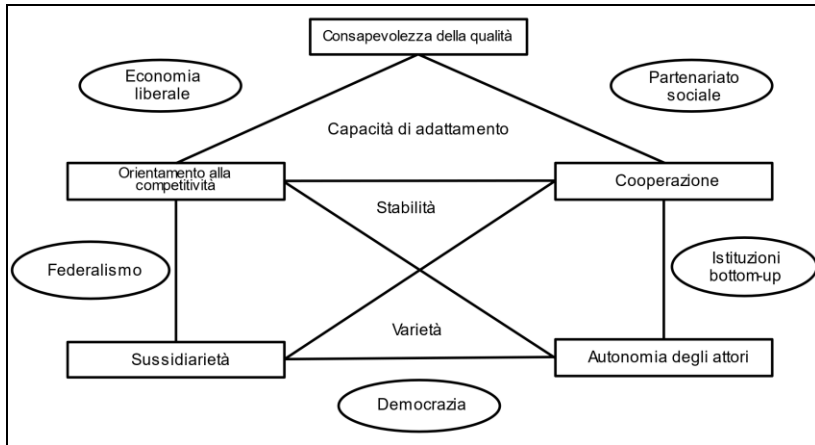
I principi e le strutture più importanti del sistema innovativo svizzero sono stati delineati nella «Visione d'insieme della politica d'innovazione» del nostro Consiglio nel 2018<sup>95</sup>.

<sup>95</sup> SEFRI (2018): *Visione d'insieme della politica d'innovazione*, rapporto del Consiglio federale in adempimento del postulato 13.3073 Derder del 14 febbraio 2018, disponibile (in tedesco e francese) sul sito [www.sefri.admin.ch](http://www.sefri.admin.ch) > In primo piano > Pubblicazioni e Servizi > Pubblicazioni > Banca dati pubblicazioni > Visione d'insieme della politica d'innovazione.



Figura 4

### Principi e strutture del sistema innovativo svizzero



La Svizzera dispone di una politica d'innovazione che copre le tre funzioni centrali dell'innovazione (orientamento alla conoscenza, orientamento all'economia e orientamento alla capacità d'innovazione). Lo fa in modo decentrato e nell'ambito di diverse aree politiche indipendenti ma, se necessario, oggettivamente coordinate. Questa organizzazione garantisce ai singoli attori un elevato margine di manovra, ma consente anche di rispondere in modo diversificato e preciso alle nuove sfide e opportunità. Il nostro Consiglio è contrario all'idea di un *masterplan* o di una legge separata sull'innovazione. Ritiene che gli strumenti di promozione esistenti, comprese le loro basi legali, siano sufficienti. Una politica decentrata in materia d'innovazione porta a un sistema d'innovazione diversificato, stabile e agile, ma anche complesso.

Sostenendo i sistemi regionali di innovazione (RIS), ad esempio, la NPR contribuisce ad aiutare le imprese nelle loro attività di innovazione a livello regionale e quindi a migliorare ulteriormente le condizioni per rimanere competitive: fornisce e sviluppa il know-how, chiarisce le interfacce e indica le possibilità di aggancio con i fornitori esistenti o, se del caso, propone offerte tematicamente complementari.

*Politica del turismo:* con la sua nuova Strategia del turismo del novembre 2021, la Confederazione vuole mantenere l'industria turistica svizzera competitiva a livello internazionale e la Svizzera come destinazione turistica attraente ed efficiente (cfr. n. 3). La NPR è uno dei quattro strumenti che la Confederazione impiega per promuovere la politica del turismo e si concentra su iniziative e progetti per aumentare la competitività a livello regionale. Come settore orientato all'esportazione, il turismo svolge un ruolo importante nelle regioni montane e rurali della Svizzera. Inoltre, le attività commerciali, ricreative e gastronomiche dipendono fortemente dalla domanda locale, soprattutto nelle regioni meno proiettate verso il turismo internazionale. Gli studi condotti nei Cantoni di montagna mostrano che fino al 30 per cento del valore aggiunto lordo cantonale è generato direttamente o indirettamente dal turismo. In linea

con l'importanza che riveste, il turismo figura quindi tra le priorità di promozione della maggior parte dei programmi di attuazione cantonali della NPR.

*Strategia di digitalizzazione:* La strategia «Svizzera digitale»<sup>96</sup> fornisce le linee guida per l'intervento statale e mostra dove e come le autorità, le imprese, il mondo della scienza, la società civile e le sfere politiche devono collaborare per dare forma al processo di trasformazione a beneficio della comunità. Questa strategia è vincolante per tutte le attività della Confederazione, quindi anche per la promozione della piazza economica e per la NPR. L'economia, come classico tema trasversale, è trattata in varie aree strategiche (condizioni quadro, infrastrutture, servizi digitali offerti dalle autorità). L'area strategica delle condizioni quadro è particolarmente rilevante per lo sviluppo regionale. Conformemente alla strategia «Svizzera digitale», per un Paese povero di risorse come la Svizzera è importante sfruttare al meglio il potenziale offerto dalla digitalizzazione.

#### 4.1.5 Sviluppo sostenibile

In linea con il corrispondente obiettivo di promozione della piazza economica 2024–2027 e le relative attività (cfr. n. 1.2.2), anche la NPR nel periodo pluriennale 2024–2031 è sempre più orientata verso l'Agenda 2030 e gli orientamenti strategici e gli ambiti tematici prioritari della Strategia per uno sviluppo sostenibile 2030 (SSS 2030). Gli obiettivi essenziali della NPR restano invariati: rafforzare la competitività delle regioni e aumentare il loro valore aggiunto, in modo da creare e mantenere i posti di lavoro, promuovere la decentralizzazione degli insediamenti e ridurre le disparità regionali.

La NPR rimane uno strumento di politica economica, ma sarà più incentrata sui requisiti e sulle aspettative di uno sviluppo regionale sostenibile. Sulla base del documento concettuale elaborato specificamente per il settore, la NPR sostiene le prestazioni economiche nelle zone target, rafforza la resistenza delle regioni alle crisi e crea prospettive di sviluppo sostenibile. Allo stesso tempo, promuove la solidarietà sociale in collaborazione con gli attori regionali e contribuisce a preservare e valorizzare le risorse naturali. In questo modo si riducono anche i rischi che possono derivare dal progresso economico delle regioni.

A tal fine, sono stati definiti, in collaborazione con i servizi cantonali NPR, obiettivi di sostenibilità concreti, misurabili e conformi alle raccomandazioni scaturite dalla valutazione del programma pluriennale 2 2016–2023 (cfr. n. 4.1.1)<sup>97</sup>. Ogni obiettivo di sostenibilità è accompagnato da indicatori e valori target. A livello di attuazione, i programmi NPR si concentrano deliberatamente su pochi, ma realistici e rilevanti

<sup>96</sup> Cancelleria federale (2019), *Strategia di digitalizzazione della Confederazione 2020–2023 – Strategia dell'Amministrazione federale in materia di trasformazione digitale e di informatica*, disponibile sul sito [www.bk.admin.ch](http://www.bk.admin.ch) > Trasformazione digitale e governance delle TIC > Strategia e pianificazione TIC della Confederazione > Strategia di digitalizzazione della Confederazione 2020–2023.

<sup>97</sup> SECŌ (edit.) 2022: *Unabhängige Evaluation des Mehrjahresprogramms 2016–2023 der Neuen Regionalpolitik (NRP)*, Evaluationsbericht mit Management Response, disponibile sul sito [www.improve-nrp.ch](http://www.improve-nrp.ch) (rapporto completo disponibile in tedesco).

obiettivi di sostenibilità, per raggiungere i quali vengono adottate misure mirate nelle rispettive aree d'impatto. Ciò consente di ottenere informazioni attendibili, comprensibili e verificabili sui contributi della NPR alla SSS 2030. Tra le misure che si possono adottare vi sono i servizi di supporto a bassa soglia per sviluppare e implementare progetti di economia circolare o la valorizzazione della biodiversità e del paesaggio in base alla Concezione «Paesaggio svizzero» (CPS)<sup>98</sup>. L'economia circolare è un approccio olistico che considera l'intero ciclo di vita di un prodotto: dall'estrazione delle materie prime alla progettazione, alla produzione, alla distribuzione e alla fase di utilizzo più lunga possibile, fino al riciclo. Se i cicli dei materiali e dei prodotti possono essere chiusi, le materie prime possono essere riutilizzate più volte, a beneficio sia dell'ambiente sia dell'economia regionale.

Per raggiungere gli obiettivi stabiliti nel documento concettuale avvalendosi dei programmi della NPR, si punterà innanzitutto sugli incentivi e sullo sviluppo di conoscenze tra gli attori, mentre si eviterà di imporre divieti o requisiti aggiuntivi che esulino dal quadro normativo esistente, delineato ad esempio dalla legislazione sull'ambiente e da quella sulla pianificazione del territorio. Gli obiettivi di sostenibilità fanno parte integrante dei modelli d'efficacia della NPR (cfr. n. 4.4) e completano gli obiettivi economici regionali prefissati nei programmi della NPR in base alle priorità cantonali e regionali. In altre parole, gli obiettivi di sostenibilità saranno raggiunti all'interno di un sistema consolidato e attraverso gli strumenti collaudati della NPR.

## 4.2 Obiettivi e compiti

### 4.2.1 Obiettivo della NPR

La NPR sostiene le regioni montane, le aree rurali e le regioni di confine nel loro sviluppo economico. La Confederazione e i Cantoni, insieme ad attori del settore privato e a terzi, finanziano progetti concreti e offerte di *networking* e *coaching* con cui le regioni possono diventare più competitive e aumentare il loro valore aggiunto. La NPR promuove l'utilizzo economico del potenziale endogeno nelle regioni target sulla base degli obiettivi concreti stabiliti nei programmi regionali. Contribuisce così in modo significativo all'attuazione delle attività 6-10 dell'obiettivo 2 «Rafforzamento delle regioni» e delle attività 15, 18 e 19 dell'obiettivo 4 «Sfruttamento delle opportunità offerte dalla digitalizzazione» della promozione della piazza economica (cfr. n. 1.2.1). Con la sua strategia di sostenibilità, la NPR risponde alle aspettative e ai requisiti della SSS 2030, di cui raccoglie le sfide con un approccio orientato alle opportunità, contribuendo così all'attuazione delle attività 11-14 dell'obiettivo 3 «Contributo allo sviluppo sostenibile» della promozione della piazza economica.

La NPR continua a distinguersi dalle risorse liberamente disponibili della perequazione finanziaria (NPC), che ha lo scopo di fornire a tutti i Cantoni un livello minimo

<sup>98</sup> UFAM (edit.) 2020: *Concezione «Paesaggio svizzero»*. Il paesaggio e la natura nelle politiche settoriali della Confederazione. Ufficio federale dell'ambiente, Berna. Umwelt-Info Nr. 2011, disponibile sul sito [www.bafu.admin.ch](http://www.bafu.admin.ch) > Temi > Tema Paesaggio > Informazioni per gli specialisti > Misure > Utilizzo sostenibile > Politica del paesaggio coerente > Concezione «Paesaggio svizzero» (CPS).

di servizi pubblici. In conformità con le raccomandazioni scaturite dalla valutazione<sup>99</sup> del programma pluriennale 2016–2023, la NPR deve restare uno strumento di politica economica. La sua attuazione spetta ai Cantoni; la Confederazione interviene solo a titolo sussidiario.

#### 4.2.2 **Promozione del progetto e misure di accompagnamento**

La NPR prevede la promozione di progetti, iniziative, programmi e progetti infrastrutturali nelle sue zone target. Attraverso misure di accompagnamento sostiene il rafforzamento della cooperazione e l'utilizzo delle sinergie tra la politica regionale e altre politiche federali rilevanti dal punto di vista territoriale. In questo modo, dà un contributo decisivo alla coerenza dello sviluppo territoriale della Svizzera. Tra le misure di accompagnamento figura anche la Piattaforma per lo sviluppo regionale in Svizzera regiosuisse<sup>100</sup>, che assicura la gestione integrale delle conoscenze e delle offerte di qualificazione per gli attori cantonali, regionali e locali.

I programmi speciali – p. es. i programmi di attuazione sovracantonali – promuovono progetti e iniziative in spazi funzionali più ampi, caratterizzati da particolari opportunità di sinergia o da sfide strutturali di una certa portata.

#### 4.2.3 **Sviluppi e cambiamenti nelle zone target**

La situazione economica regionale nelle varie regioni svizzere non è cambiata sostanzialmente negli ultimi anni. Fattori ben noti, come le sfide strutturali che le regioni rurali e montane devono affrontare, si sono accentuati. I comprensori urbani, in particolare le città e i grandi centri, continuano a essere la scelta più gettonata per le aziende alla ricerca di una sede. Essendo anche i più sviluppati, offrono un grande potenziale di forza lavoro. La competitività tra un Cantone e l'altro varia a seconda della loro vicinanza ai grandi centri urbani, della loro massa critica in termini demografici, economici ecc., nonché di altri aspetti come le opportunità di formazione: rispetto a quella di Zugo, in vetta alla classifica<sup>101</sup>, la competitività dei Cantoni rurali come i Grigioni, il Vallese o il Giura è meno della metà. Per quanto riguarda la qualità della piazza economica, tra il 2013 e il 2021 si sono registrati pochi cambiamenti tra i Cantoni. Basilea Città, Ginevra e Vaud hanno fatto un balzo in avanti grazie alle riforme dell'imposizione delle imprese<sup>102</sup>.

Sia nelle aree rurali, sia nelle regioni montane e nelle città, lo sviluppo dell'occupazione è cambiato negli ultimi anni. Ciò riflette il cambiamento strutturale determinato dalla tecnologia, dalla demografia e dalla globalizzazione. Nella maggior parte dei

<sup>99</sup> SECO (edit.) 2022: *Unabhängige Evaluation des Mehrjahresprogramms 2016–2023 der Neuen Regionalpolitik (NRP)*, Evaluationsbericht mit Management Response, disponibile sul sito [www.improve-nrp.ch](http://www.improve-nrp.ch) (rapporto completo disponibile in tedesco).

<sup>100</sup> [www.regiosuisse.ch](http://www.regiosuisse.ch)

<sup>101</sup> UBS (2021): *Indicatore di competitività dei Cantoni 2021 di UBS Switzerland SA*.

<sup>102</sup> Credit Suisse (2021): *Qualità della localizzazione 2021*.

casi, sono gli stessi settori industriali nelle aree rurali e urbane ad aver subito importanti cambiamenti occupazionali a seguito delle trasformazioni strutturali. Negli ultimi anni, i servizi sanitari e sociali, così come i beni immobili e gli alloggi, hanno assunto un'importanza crescente. Altri settori economici invece, come l'industria manifatturiera o l'agricoltura<sup>103</sup>, registrano un calo occupazionale. Dal 2000, la quota di imprese che operano nel campo dell'innovazione dei processi e/o dei prodotti è diminuita drasticamente, anche se non ci sono grandi differenze tra aree urbane, intermedie e rurali<sup>104</sup>. Più che a una riduzione delle attività d'innovazione, questo calo è tuttavia riconducibile a una concentrazione delle attività in poche aziende.

Dal 2020, lo sviluppo economico è stato fortemente influenzato dalla pandemia di COVID-19, anche se non sono ancora prevedibili tutti gli effetti a medio e lungo termine. La pandemia di COVID-19 ha provocato un forte peggioramento congiunturale e alcuni settori, come l'industria culturale e degli eventi, il turismo (ristorazione e alloggio) e l'industria dei viaggi hanno subito in maniera particolarmente acuta le ripercussioni derivanti dalle misure adottate per proteggere la popolazione. Considerate le differenze regionali nella strutturazione dei vari settori, l'impatto della pandemia è stato diverso da una regione all'altra<sup>105</sup>. Ad esempio, nelle regioni di montagna – importanti zone target della NPR – si è registrato un numero superiore alla media di dipendenti costretti a rimanere a casa perché il loro posto di lavoro era stato chiuso a causa della pandemia<sup>106</sup>. Data l'importanza relativamente più forte del turismo, le regioni di montagna hanno in generale subito un contraccolpo maggiore delle città. Sebbene non sia ancora possibile valutare con certezza in quali regioni gli effetti a medio termine saranno più duraturi, sta diventando chiaro che la pandemia di COVID-19 non ha cambiato le carte in tavola per quanto riguarda la competitività. Quello che è cambiato sono piuttosto le opportunità economiche, le sfide e i rischi che le regioni devono affrontare e a cui è necessario trovare una risposta.

Con la diffusione dell'home office è aumentata l'attrattiva delle aree rurali. Negli ultimi anni, gli spazi periurbani sono stati in grado di posizionarsi come località residenziali attraenti perché, da un lato, sono ben collegati e quindi propongono una migliore offerta di servizi rispetto alle aree rurali e, dall'altro, il costo della vita è decisamente inferiore a quello delle città. La pandemia di COVID-19 ha portato con sé una tendenza di fondo al cambiamento dei modi di vita e di lavoro e ha dimostrato che la promozione economica orientata esclusivamente all'esportazione non risponde più appieno alle esigenze odierne e che, al contrario, l'economia locale sta acquistando sempre più importanza.

Le condizioni in cui si iscrive lo sviluppo economico regionale si sono nuovamente deteriorate dopo l'attacco della Russia all'Ucraina nel febbraio 2022. I rischi e le

<sup>103</sup> regiosuisse (2020): *Der Strukturwandel beeinflusst die Beschäftigungsentwicklung*, disponibile (in tedesco e francese) sul sito [www.regiosuisse.ch](http://www.regiosuisse.ch) > Angebote und Werkzeuge > Regionenmonitoring > Der Strukturwandel beeinflusst die Beschäftigungsentwicklung.

<sup>104</sup> Centro di ricerca congiunturale KOF (2018): *Innovationserhebung 2016*, PF Zurigo (disponibile in tedesco).

<sup>105</sup> regiosuisse (2021): *Crollo congiunturale a causa della crisi coronavirus*, disponibile sul sito [www.regiosuisse.ch](http://www.regiosuisse.ch) > Servizi e offerte > Monitoraggio delle regioni > Crollo congiunturale a causa della crisi coronavirus.

<sup>106</sup> UBS (2021): *Indicatore di competitività dei Cantoni 2021 di UBS Switzerland SA* del 25 agosto 2021, disponibile sul sito [www.ubs.com](http://www.ubs.com).

incertezze derivanti dall'inflazione, dai timori di recessione e dall'incombente carenza di energia sono altri fattori che ostacolano lo sviluppo a livello regionale e locale.

Questi aspetti sono di grande importanza al di fuori dei centri regionali, dove manca una massa critica di attori economici e servizi offerti, soprattutto nel turismo. Qui le piazze economiche locali sono estremamente fragili e non hanno il potere d'investimento che si può trovare nei centri regionali. La NPR tiene conto di queste caratteristiche nel programma pluriennale 3 2024–2031, dove viene dato maggior peso alla promozione economica regionale nel senso della NPR, al fine di sostenere specificamente le regioni alle prese con tali sfide. Saranno pertanto finanziati, ad esempio, progetti legati all'economia locale non direttamente orientati all'esportazione (cfr. n. 4.3.1). Inoltre, la NPR continua a porre grande enfasi sul sostegno alle imprese, alle regioni e ai Comuni affinché sfruttino in modo innovativo le opportunità offerte dalla digitalizzazione per lo sviluppo economico regionale (cfr. n. 4.3.2).

### **4.3 Terzo Programma pluriennale della Confederazione 2024–2031 per l'attuazione della Nuova politica regionale**

Di seguito sono presentati gli aspetti fondamentali del programma pluriennale 3 2024–2031, incluse le novità e priorità. Questi elementi tengono conto delle esperienze fatte in sede di attuazione nonché degli sviluppi nel contesto economico e sociale degli ultimi anni. Le regioni target della NPR continueranno ad affrontare sfide impegnative anche in futuro. Oltre alle questioni economiche, come la strategia di crescita da seguire e gli aggiustamenti strutturali richiesti, acquistano sempre maggiore importanza le sfide sociali e ambientali.

#### **4.3.1 Contenuti del programma pluriennale: principi e orientamenti**

In conformità alle raccomandazioni scaturite dalla valutazione del programma pluriennale 2 2016–2023, il programma pluriennale 3 2024–2031 segue la strada tracciata dai precedenti programmi pluriennali (cfr. n. 4.1.1). Oltre ad essere mantenuto l'orientamento di base, ritenuto ancora valido, viene portata avanti la promozione di aree particolarmente colpite dal cambiamento strutturale attraverso l'innovazione e l'aumento del valore aggiunto. Sono poi stati apportati alcuni adeguamenti ad hoc in base alle esigenze individuate per garantire che la NPR rimanga uno strumento rilevante ed efficace per lo sviluppo economico regionale.

Focalizzare maggiormente l'attenzione sulle aree rurali, sulle regioni di montagna e sulle regioni di confine, inclusi i centri regionali: le aree rurali, le regioni di montagna e le regioni di confine continuano a essere le zone target della NPR. Caratterizzate da uno sviluppo economico meno dinamico, queste zone devono affrontare sfide particolari rispetto ai grandi centri urbani. I centri regionali rimangono importanti motori di sviluppo per queste regioni. Tuttavia, i programmi cantonali e intercantonali della

NPR dovranno differenziare le loro priorità di sviluppo in base alle esigenze regionali specifiche, ad esempio rafforzando l'economia locale.

*Attuare la NPR come strumento congiunto federale-cantonale:* la NPR rimane uno strumento congiunto della Confederazione e dei Cantoni. La Confederazione, con il coinvolgimento dei Cantoni, definisce il quadro di riferimento mediante il programma pluriennale, e i Cantoni determinano le loro priorità su questa base. Concordano gli obiettivi con la Confederazione, esaminano le domande di progetto presentate, decidono in materia di finanziamenti e assicurano il monitoraggio dei progetti.

*Focalizzare maggiormente l'attenzione sullo sviluppo economico regionale, integrando il principio della base d'esportazione:* lo sviluppo economico regionale rimane in primo piano. L'obiettivo è quello di sostenere lo sviluppo della piazza economica, vale a dire di migliorare i fattori di localizzazione e le condizioni quadro nelle regioni. In primo luogo, sono promossi i progetti che apportano un nuovo valore aggiunto alla regione. La NPR rimane quindi legata al principio della base d'esportazione, secondo il quale l'aumento del reddito nei settori che esportano beni o servizi da una regione è centrale per lo sviluppo di quella regione, in quanto porta a un effetto moltiplicatore nel settore locale. Tuttavia, le condizioni quadro per lo sviluppo economico regionale sono cambiate dall'introduzione della NPR nel 2008. Le nuove scoperte scientifiche e l'esperienza sui fattori che hanno un impatto sullo sviluppo regionale suggeriscono che in futuro la NPR non potrà più limitarsi esclusivamente al principio della base d'esportazione. Di qui l'entrata in gioco di alcuni aspetti dell'economia locale o dell'economia residenziale alla luce del fatto che, soprattutto negli spazi periurbani e rurali, non sono più solo le attività economiche produttive a guidare lo sviluppo economico, ma anche le attività dei residenti e la presenza di una popolazione ad alto reddito. L'attuale programma pluriennale tiene appunto conto di questi aspetti. Oltre ai progetti che rispondono al principio della base d'esportazione (reddito derivante dalla creazione di valore orientato all'esportazione), sarà quindi possibile sostenere progetti di economia locale (reddito derivante dalla creazione di valore locale), finalizzati a mobilitare gli attori in loco, soprattutto nei comprensori meno densamente popolati. Il coinvolgimento di questi attori nella fornitura di beni e servizi, ad esempio nel settore dell'artigianato o del turismo, per soddisfare una domanda locale e regionale in modo innovativo, instaura un dinamismo economico. In questo contesto, anche gli spazi di *coworking* inseriti nell'economia locale forniscono importanti impulsi. Occorre tuttavia definire regole del gioco chiare per mantenere intatto l'orientamento della NPR in quanto strumento di sviluppo dell'economia regionale.

#### **Esempi pratici: spazi di *coworking* / economia locale**

*Fuchs und Specht*<sup>107</sup>: nel centro storico di Burgdorf, due spazi commerciali adiacenti, destinati in passato alla ristorazione e alla vendita al dettaglio, sono stati riutilizzati in modo innovativo. Oltre a un'offerta gastronomica di base, il ristorante Specht offre la possibilità di condividere la cucina mettendo a disposizione di giovani chef una piattaforma per sperimentare idee gastronomiche. I ristoratori in fase di start-up utilizzano principalmente prodotti regionali, il che a sua volta

107 Fuchs und Specht, [www.fuchundspecht.ch](http://www.fuchundspecht.ch).

promuove il valore aggiunto regionale. Fuchs, invece, viene offerta un'area versatile per il *coworking* (spazio di lavoro condivisa) e il *coselling* (attività di co-vendita). Qui si possono acquistare prodotti provenienti da un raggio di 30 km, ma anche recarsi dal parrucchiere o avvalersi di un servizio di *coaching*.

*Pioniergeist Flums*<sup>108</sup>: il parco commerciale «Flumserei» è stato ricavato da un'ex filanda di Flums. Gran parte della proprietà è già utilizzata e in un'altra sezione si sta realizzando un loft. Alcuni locali, come una vecchia centrale elettrica o un'officina, sono ancora inutilizzati. Il progetto prevede la costituzione di una comunità locale che, tra l'altro, occuperà questi spazi. L'obiettivo è quello di consentire la fabbricazione, la produzione e il lavoro creativi e quindi di realizzare progetti pionieristici. La Flumserei intende offrire un'«officina» per lo sviluppo di idee sostenibili e di nuovi tipi di piattaforme di produzione e vendita.

*Rafforzare la capacità strategica d'intervento degli attori regionali*: grazie a una concezione della NPR incentrata sugli attori, questi ultimi ricevono le capacità, le competenze e le risorse necessarie per creare una rete e sviluppare nuove idee e iniziative strategiche per l'economia regionale. Ne derivano progetti orientati all'exportazione e all'economia locale che, se da un lato rafforzano l'imprenditorialità e il commercio locali, dall'altro affrontano le sfide locali e regionali legate allo sviluppo economico regionale. Soprattutto nelle regioni periferiche, la NPR può quindi facilitare approcci sperimentali e coinvolgere un ampio spettro di attori.

*Ampliare le opzioni di finanziamento per le infrastrutture su piccola scala*: i prestiti rimangono lo strumento essenziale della NPR per il finanziamento dei progetti infrastrutturali. Tuttavia, l'esperienza degli ultimi anni dimostra che i prestiti non sono la soluzione migliore per alcuni piccoli progetti infrastrutturali e per i loro promotori; seppur promettenti, alcuni progetti con un impatto economico regionale finiscono pertanto per non essere realizzati. Certi progetti infrastrutturali di piccola taglia, che non generano flussi di cassa diretti o solo marginali per chi vi investe, si rivelano comunque importanti per l'economia regionale se possono essere utilizzati commercialmente da altri attori economici. Si pensi, ad esempio, al finanziamento dei lavori necessari a costruire una pista ciclabile per la quale non può essere richiesto il pagamento di un biglietto d'ingresso. Una volta realizzata, questa pista integra l'offerta turistica regionale e crea opportunità commerciali per alberghi, ristoranti, visite guidate e per il noleggio e la vendita di mountain bike. Tali infrastrutture dovrebbero quindi poter essere sostenute in misura limitata anche con i mezzi a fondo perduto, garantendo al contempo la coerenza con le altre politiche settoriali e gli strumenti della Confederazione. Questa innovazione richiede una modifica della legge federale sulla politica regionale, che sarà discussa dalle vostre Camere nel 2023, in vista dell'entrata in vigore all'inizio del 2024.

*Sostenere uno sviluppo territoriale coerente come quadro centrale della politica regionale*: la NPR, orientata all'economia regionale, rimane uno strumento ancorato nel territorio e presenta numerose interrelazioni con altre politiche settoriali e strumenti di finanziamento. L'inserimento della NPR in uno sviluppo territoriale coerente,

<sup>108</sup> Pioniergeist Flums, [www.flumserei.ch](http://www.flumserei.ch).



l'utilizzo di sinergie, la gestione proattiva di obiettivi conflittuali e quindi la riduzione dei rischi corrispondenti rimangono obiettivi importanti della NPR (cfr. n. 4.1.3).

*Rafforzare lo sviluppo sostenibile:* in conformità con l'SSS 2030 e con la strategia mantello per la promozione della piazza economica, è importante rafforzare l'orientamento sostenibile in modo proattivo e focalizzandosi sulle opportunità. Una chiara comprensione della sostenibilità, con finalità e indicatori concreti, aiuta a rafforzare gli obiettivi dell'economia regionale sul piano ambientale e sociale (cfr. n. 4.1.5). L'idea è fornire agli attori delle regioni le competenze necessarie per agire e sostenere progetti concreti, ad esempio nell'ambito dell'economia circolare o della valorizzazione del paesaggio e della biodiversità.

*Enfatizzare la cooperazione cantonale e transfrontaliera:* la NPR non deve fermarsi ai confini amministrativi, ma essere attuata negli spazi funzionali. La cooperazione intercantonale, ad esempio nell'ambito dei RIS, e la cooperazione transfrontaliera nell'ambito di Interreg (cfr. n. 4.3.4) rimangono approcci importanti.

*Continuare a finanziare i progetti in base a obiettivi ed efficacia:* i fondi della NPR sono utilizzati in modo orientato agli obiettivi e all'efficacia. A tal fine, sono sviluppati modelli d'efficacia a livello di programma che mostrano quali servizi (*output*) e quali effetti sono rivolti ai gruppi target (*outcome*). Il principio guida è l'effetto sull'economia regionale (*impact*). I modelli d'efficacia sono utilizzati come strumenti di gestione e controllo e costituiscono la base per la rendicontazione.

*Integrare la promozione dei progetti con misure di accompagnamento:* la NPR deve servire principalmente a promuovere progetti specifici nell'ambito dei programmi cantonali e sovracantonali. L'85 per cento dei fondi dovrebbe quindi continuare a confluire in questi programmi anche in futuro. Tuttavia, continueranno a essere necessarie misure di accompagnamento per sfruttare le sinergie con altre politiche settoriali, la comunicazione e il trasferimento delle conoscenze. Queste devono essere limitate a un totale del 15 per cento dei fondi.

La tabella che segue riassume i principali elementi di continuità tra il programma pluriennale 3 2024–2031 e quello precedente, nonché le principali novità.

Tabella 10

### Elementi di continuità e novità nel programma pluriennale 3 2024–2031 della NPR

Elementi di continuità	Osservazioni
Obiettivi di politica economica	La NPR come strumento di promozione economica con particolare accento su innovazioni, valore aggiunto e posti di lavoro
Settore d'impatto	Aree rurali, regioni di montagna, regioni di confine
Priorità di promozione tematiche	Sistemi per la creazione di valore aggiunto: industria e turismo; tema trasversale: digitalizzazione
Strumenti principali	Contributi a fondo perduto, prestiti per progetti infrastrutturali
Suddivisione dei compiti Confederazione – Cantoni	Attuazione fortemente decentrata come fattore di successo

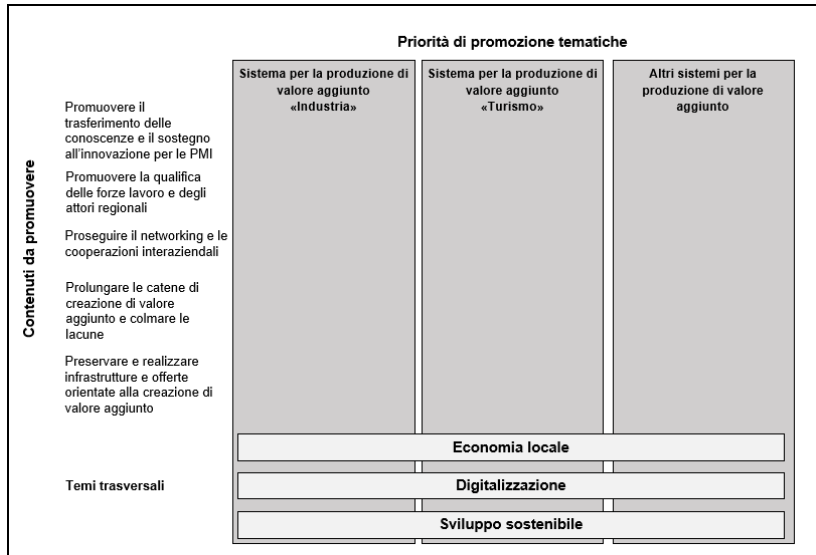
Elementi di continuità	Osservazioni
Criteri di promozione	Contributo allo sviluppo economico regionale attraverso innovazione, orientamento al valore aggiunto, finanziamento iniziale
Programma pluriennale su un arco di otto anni	Programma pluriennale 2024–2031 con due periodi di quattro anni corrispondenti ai relativi messaggi (2024–2027; 2028–2031)
Misure di accompagnamento	Sviluppo coerente del territorio, programmi speciali, acquisizione e trasferimento delle conoscenze ed esperienze
Innovazioni	Osservazioni
Rafforzare lo sviluppo sostenibile	Nuovo tema trasversale con obiettivi e indicatori
Integrare il principio della base d'exportazione	Economia locale e innovativa come nuovo tema trasversale
Rendere più flessibile la promozione delle infrastrutture	Possibilità di finanziare speciali piccole infrastrutture con contributi a fondo perduto

### 4.3.2 **Promozione dei progetti**

Come i suoi predecessori, il programma pluriennale 2024–2031 si basa su contenuti di promozione, priorità di promozione tematiche e temi trasversali. L'industria e il turismo rimangono i sistemi centrali di creazione di valore aggiunto della NPR. La digitalizzazione, la sostenibilità e l'economia locale sono temi trasversali importanti (contributo agli obiettivi 2, 3 e 4 della strategia mantello per la promozione della piazza economica).

Figura 5

## Contenuti di promozione, priorità di promozione e temi trasversali



### Contenuti di promozione

*Promuovere il trasferimento delle conoscenze e il sostegno all'innovazione per le PMI:* il trasferimento delle conoscenze e il sostegno all'innovazione sono una priorità della politica regionale in quanto fattori chiave di competitività. I vantaggi di cui possono beneficiare le PMI ubicate nelle aree metropolitane (alta densità di potenziali fornitori e servizi ai produttori, forza lavoro qualificata e mercati di sbocco di alta qualità, disponibilità di conoscenze e know-how di alta qualità) sono meno pronunciati nelle aree rurali. Le PMI ubicate in queste aree hanno quindi esigenze di sostegno diverse da quelle delle PMI vicine ai centri urbani. Secondo l'approccio adottato dalla NPR, l'innovazione non si basa unicamente sulla scienza e sulla tecnologia, ma comprende anche, ad esempio, le innovazioni di natura organizzativa che portano alla creazione di valore aggiunto nelle regioni e nelle imprese. Questo approccio consente di offrire alle regioni un sostegno su misura. Il gruppo target è principalmente il settore privato, ma anche l'innovazione del settore pubblico può contribuire alla competitività regionale.

In questo contesto, sono da promuovere anche le offerte di servizi e i contenuti dei progetti sostenuti in particolare nell'ambito dei RIS, come per esempio l'uso di *coach* che segnalano alle PMI i potenziali di innovazione, organizzano contatti o accompagnano la realizzazione di progetti d'innovazione, oppure offerte di servizi orientate alle aziende per migliorare le condizioni quadro, o ancora iniziative di lavoro qualificato o soluzioni di cooperazione e networking. In questo contesto, è importante

coordinare la promozione dell'innovazione a livello regionale nell'ambito della NPR con le attività della Confederazione per lo sfruttamento del potenziale innovativo a livello nazionale (in particolare Innosuisse).

*Promuovere la qualificazione della forza lavoro e degli attori regionali:* l'intensa concorrenza a livello di piazza economica costringe le aziende a compiere continui progressi in termini di produttività e a incrementare le attività d'innovazione. Questa pressione si fa sentire anche sui mercati del lavoro delle aree rurali e montane. La necessità di specialisti con una solida formazione e l'importanza di un regolare aggiornamento professionale sono in costante aumento. Allo stesso tempo, l'emigrazione e gli sviluppi demografici stanno privando i mercati del lavoro di preziosi lavoratori qualificati. Allo stesso modo, c'è il rischio di una carenza di decisori qualificati in seno alle autorità e alle istituzioni regionali. Le imprese e le regioni devono quindi impegnarsi attivamente per qualificare il capitale umano regionale, al fine di migliorare i presupposti per un suo utilizzo più efficiente.

Tra i progetti che possono essere promossi dalla NPR figurano le analisi del potenziale del mercato del lavoro, la creazione di reti, la concezione o l'attuazione di programmi di formazione continua e di iniziative per la manodopera qualificata adatte all'economia regionale, o programmi per promuovere il pensiero e l'azione innovativi e imprenditoriali nel settore della formazione. Occorre innanzitutto sfruttare le sinergie con programmi collaudati (p. es. Innosuisse Startup Coaching, Innosuisse Training o Young Enterprise Switzerland). L'inserimento lavorativo diretto e le offerte di formazione e formazione continua non rientrano nell'ambito della NPR.

*Promuovere il networking e la cooperazione imprenditoriali:* nonostante la loro competitività, le imprese delle zone target della NPR non sempre riescono a vendere con successo i loro beni e servizi. Le cause più frequenti sono l'impossibilità di raggiungere la massa critica per un'offerta stabile e la mancanza di competenza imprenditoriale nel trattare con le organizzazioni di vendita esterne o i possibili rischi di esportazione. La cooperazione imprenditoriale, l'uso di risorse condivise e gli scambi temporanei di risorse creano condizioni migliori sul mercato e consentono di realizzare economie di scala. Anche la creazione di reti tra aziende aumenta la probabilità d'innovazione e può servire a creare dei *cluster*, con ricadute positive sulla competitività, sui mercati del lavoro, nonché sul profilo e sull'immagine regionale.

I contenuti del progetto possono includere l'accompagnamento di progetti di cooperazione, l'aggregazione di PMI (personale, macchine, aree di produzione) e la creazione di piattaforme di coordinamento o gruppi di scambio di esperienze.

*Estendere le catene del valore aggiunto e colmare le lacune:* i cambiamenti strutturali e gli sviluppi storici sono spesso all'origine di catene del valore aggiunto lacunose nelle regioni strutturalmente deboli e periferiche, il che ha posto le aziende di queste aree di fronte a sfide particolari in passato. Nel frattempo, però, i miglioramenti sul piano dell'accessibilità e le conquiste nel campo della tecnologia dell'informazione consentono sempre più a queste aziende di colmare le lacune esistenti. Ciò non significa necessariamente che gli altri attori regionali debbano competere per le quote di mercato. La catena del valore aggiunto può per esempio essere espansa in senso verticale o orizzontale. Nel caso dell'espansione verticale, le componenti a valore aggiunto della fase a monte e/o a valle sono integrate nelle proprie attività. L'espansione

orizzontale, invece, permette di creare dei cosiddetti co-prodotti, che sono richiesti insieme ai prodotti e ai servizi tradizionali.

I contenuti dei progetti sovvenzionabili possono contemplare il supporto per chiarire i processi di creazione del valore aggiunto e i potenziali di mercato o l'impegno per integrare le catene del valore aggiunto.

*Proteggere e implementare infrastrutture e servizi a valore aggiunto:* nel settore delle infrastrutture, la NPR si concentra su progetti che aumentano i vantaggi localizzativi di regioni e imprese. Tali infrastrutture possono aiutare a compensare i deficit di accessibilità e topografia e fungere da punti di ancoraggio territoriale per le reti e la cooperazione. In alcuni casi, le infrastrutture sono create e gestite appositamente per sfruttare il potenziale naturale di creazione di valore. Ciò può includere anche le infrastrutture turistiche, che servono come prerequisito per valorizzare l'attrattiva del paesaggio. In questo contesto, deve essere dato il giusto peso alla compatibilità dell'infrastruttura con la natura e il paesaggio, e va da sé che ai progetti infrastrutturali devono essere applicate le pertinenti normative in ambito di pianificazione e di diritto ambientale.

Le infrastrutture hanno spesso le caratteristiche di beni pubblici e/o di merito. Ciò significa che, a causa della mancanza di volontà d'investimento da parte del settore privato, spesso risulta difficile realizzare l'infrastruttura e gestirla a lungo termine. In questo caso, il settore pubblico può porre rimedio a un fallimento del mercato. I contenuti dei progetti sovvenzionabili possono comprendere, ad esempio, la concessione di prestiti, contributi a fondo perduto per piccoli progetti infrastrutturali, nonché studi di mercato e di fattibilità o valutazioni della piazza economica.

### **Priorità di promozione tematiche**

#### *Sistema per la creazione di valore aggiunto «Industria»*

L'industria come sistema per la creazione di valore aggiunto resta una priorità anche negli anni 2024–2031. Alla luce della continua pressione competitiva nazionale e internazionale, le PMI devono costantemente svilupparsi e innovarsi per stare al passo con l'evoluzione del mercato. Questo vale a maggior ragione per le aree rurali e le regioni montane.

Nell'ambito della NPR, l'attenzione si concentra specificamente sui RIS come piattaforme centrali di innovazione, motivo per cui sono stati sostenuti sei RIS dal 2016 al 2023. Grazie ai RIS, numerose PMI beneficiano di *coaching* o sono messe in rete con partner importanti per migliorare la loro competitività.

La valutazione del programma pluriennale della NPR e lo studio dell'OCSE sul panorama dell'innovazione nelle aree rurali confermano l'importanza dell'approccio RIS. Questi studi dimostrano inoltre che i RIS godono fundamentalmente di un ampio sostegno da parte dei Cantoni e che la ripartizione delle responsabilità tra SECO e Cantoni è adeguata. Inoltre, sottolineano che il coordinamento in materia di promozione dell'innovazione è migliorato, ma che l'interfaccia tra i vari attori del panorama innovativo svizzero può essere ottimizzata. I RIS continueranno quindi a ricevere un sostegno negli anni dal 2024 al 2031 e ci si concentrerà sul mantenimento degli elementi chiave che hanno reso i RIS uno strumento di successo fino ad oggi. I contributi continueranno a essere concessi per finanziare determinati servizi, sia che si tratti di

fornire un punto di contatto per le imprese, sia che si tratti di attività di *coaching*, *clustering* o *networking*, o, in misura limitata, anche di attività di indirizzo e sviluppo. Inoltre, gli indicatori d'efficacia stabiliti nel periodo precedente si sono dimostrati validi, motivo per cui continueranno a essere utilizzati per garantire un finanziamento trasparente.

Per il periodo 2024–2031, è previsto che la NPR possa anche sostenere i RIS nell'«approfondimento tematico», ad esempio nei temi della *sostenibilità*, dell'*innovazione turistica e sociale*, della *trasformazione digitale*, dei *sistemi alimentari sostenibili* e nei *progetti di cooperazione*. Vanno sostenuti anche *progetti sperimentali*.

Infine, sarà possibile sostenere anche progetti di ricerca e sviluppo imprenditoriale, purché coinvolgano più aziende. In questo caso, varie società indipendenti possono contribuire in modo significativo al contenuto e al finanziamento del progetto. Tuttavia, affinché un progetto interaziendale riceva un sostegno, deve offrire un valore economico aggiunto per la regione.

**Esempio pratico industria/innovazione: «Zentralschweiz Innovativ»<sup>109</sup>**

I sei Cantoni della Svizzera centrale (LU, NW, OW, SZ, UR, ZG) gestiscono il RIS «Zentralschweiz Innovativ» con l'associazione InnovationsTransfer Zentralschweiz (ITZ) e l'utilizzo dei fondi della NPR. Questo RIS sostiene le aziende nella trasformazione delle loro idee – siano esse nuovi prodotti, servizi, modelli di business o miglioramenti dei processi – in innovazioni pronte per il mercato. Le PMI e le start-up possono usufruire di ore di *coaching* gratuite, di ricerche brevettuali e tecnologiche, nonché di attività di *networking* e di sensibilizzazione. Le idee innovative sono promosse congiuntamente, si cercano partner di cooperazione e finanziamenti, si chiariscono la fattibilità, il potenziale di mercato e le condizioni del quadro giuridico e si costruiscono i primi prototipi.

*Sistema per la creazione di valore aggiunto «Turismo»*

Il turismo riveste una grande importanza nelle zone target della NPR. È quindi anche una priorità tematica di promozione nel programma pluriennale 3 2024–2031. In questo modo, la Confederazione sostiene il cambiamento strutturale con l'obiettivo di rendere più competitive nel contesto internazionale le singole destinazioni e la Svizzera come meta turistica. Tuttavia, gli sviluppi degli ultimi anni hanno dimostrato che le sfide per l'industria del turismo si sono moltiplicate a causa della forza del franco, dell'iniziativa sulle abitazioni secondarie e della pandemia di COVID-19.

Promuovendo la cooperazione, infrastrutture attraenti e fornitori di servizi innovativi e ben qualificati, le destinazioni e le regioni possono posizionarsi strategicamente sul mercato con le loro offerte specifiche, rafforzando così anche la resilienza alle sfide future.

Nell'ambito della NPR, la Confederazione sostiene lo *sviluppo della qualità e dei prodotti allo scopo di estendere le catene di valore aggiunto del turismo*. A essere promosso è soprattutto lo sviluppo di prodotti e servizi turistici commerciabili, come

<sup>109</sup> Zentralschweiz Innovativ, [www.itz.ch](http://www.itz.ch).

pacchetti di esperienze, attività indoor/outdoor o processi di sviluppo del marchio. Prodotti e servizi nuovi e innovativi generano ulteriori opportunità di reddito. I progetti sovvenzionabili possono riguardare, ad esempio, l'analisi dei processi di creazione del valore aggiunto e dei potenziali di mercato o l'accorpamento delle offerte in catene di valore aggiunto estese.

Grazie alla *cooperazione e al collegamento in rete tra aziende, nonché alla ristrutturazione delle organizzazioni turistiche*, i vari fornitori di servizi e le imprese ricettive a livello locale sono aiutati a ridurre gli svantaggi di un'industria turistica spesso caratterizzata da piccole strutture. L'attenzione si concentra su approcci progettuali come la cooperazione intersettoriale, i progetti per l'uso congiunto di risorse strategiche e le piattaforme di coordinamento o di marketing.

L'intensificarsi della concorrenza tra le località costringe le imprese a compiere continui progressi in termini di produttività e a incrementare le attività di innovazione. Un importante fattore di successo è la presenza di una forza lavoro ben qualificata a livello regionale e di imprenditori innovativi. La NPR può fornire un sostegno mirato a questi sviluppi attraverso *misure di qualificazione e coaching per i fornitori di servizi turistici*, come programmi di formazione continua o programmi per promuovere l'imprenditorialità.

Le *infrastrutture a valore aggiunto ubicate nelle destinazioni turistiche* devono costituire una «base» su cui le destinazioni possono sviluppare o integrare in modo sostanziale l'offerta esistente nella catena del valore aggiunto del turismo. I progetti sovvenzionabili devono essere innovativi e orientati al valore aggiunto, ma anche in linea con i requisiti dello sviluppo sostenibile. Sono ammissibili, ad esempio, le infrastrutture prioritarie a livello di destinazione, come gli impianti di trasporto turistici, le piscine termali, le infrastrutture congressuali, gli impianti sportivi di importanza interregionale o le strutture al coperto. Nel settore ricettivo, la NPR può sostenere strutture per seminari, per il benessere o per lo sport di aziende alberghiere che completano l'offerta locale, sempre che tali strutture siano aperte al pubblico.

I Cantoni devono disporre di impianti di risalita moderni per poter promuovere le ferrovie di montagna o gli impianti di innevamento. La SECO ha emanato le relative linee guida per i Cantoni.

#### **Esempio pratico turismo: Mountain hub Adelboden**

Il «Mountain hub Adelboden», collocato all'interno dell'ufficio del turismo, è una zona di incontro per gli ospiti, i fornitori di servizi locali e gli operatori del settore. I corsi e le opportunità di formazione fanno del Mountain hub un luogo attraente e vivace, dove si condividono conoscenze ed esperienze personali nel campo del turismo. Sviluppatori di progetti di vari settori, *coworker*, proprietari di abitazioni secondarie, ospiti in vacanza, imprese locali e altri fornitori di servizi possono occupare uno spazio di lavoro fisso o variabile e trarre vantaggio gli uni dagli altri attraverso lo scambio reciproco. Si tratta di un progetto pilota che funge da modello a livello nazionale per altri progetti simili nelle regioni di montagna. Incentiva inoltre i fornitori di servizi turistici locali ad aumentare il numero di ospiti, soprattutto in bassa stagione, e a prolungare la durata del soggiorno degli ospiti.

### *Altri sistemi di creazione di valore aggiunto*

Anche i progetti di altri sistemi a valore aggiunto, come l'agricoltura e la silvicoltura, il settore dell'energia, della formazione e della salute o le attività creative possono beneficiare dei finanziamenti della NPR. Con il suo orientamento al valore aggiunto e all'innovazione, la NPR può fornire un sostegno significativo a questi sistemi nelle regioni di montagna, nelle aree rurali e nelle regioni di confine. Poiché ogni Cantone e ogni regione hanno potenzialità diverse, in una prospettiva regionale il sostegno si concentra di volta in volta su diversi sistemi di creazione di valore aggiunto. Nel caso dei progetti relativi a sistemi di creazione di valore aggiunto efficaci dal punto di vista territoriale, è particolarmente importante assicurare il coordinamento con altre politiche settoriali e strumenti a livello federale e cantonale. Le misure di accompagnamento (cfr. n. 4.3.3) della NPR contribuiscono a rafforzare tale coordinamento, sia in termini geografici che contenutistici, e quindi il potenziale di creazione di valore aggiunto. Come tutti i progetti della NPR, anche quelli relativi ad altri sistemi di creazione di valore aggiunto devono dimostrare come contribuiscono allo sviluppo economico regionale.

### **Temî trasversali**

*Digitalizzazione:* nell'ambito del programma pluriennale 3 2024–2031 la digitalizzazione continua a figurare tra le priorità della NPR, in linea con la strategia «Svizzera digitale» e con la strategia del turismo della Confederazione (cfr. n. 4.1.4). Con i suoi investimenti e le sue attività nel settore della digitalizzazione, la NPR contribuisce in particolare al raggiungimento dell'obiettivo 4 «Sfruttamento delle opportunità offerte dalla digitalizzazione» della promozione della piazza economica della Confederazione (cfr. n. 1.2.1).

La NPR dà impulso alla trasformazione digitale nelle regioni cofinanziando progetti regionali legati alla digitalizzazione. I progetti e le attività finanziati devono rafforzare la competitività (digitale) di una regione, dei suoi attori e delle sue imprese. Nel settore della digitalizzazione, la NPR può sostenere, ad esempio, studi preliminari e lavori strategici, progetti innovativi come nuovi modelli di business e nuove offerte o cooperazioni. Per quanto riguarda le infrastrutture, è possibile, a determinate condizioni, sostenere spazi di *coworking* o anche cofinanziare lavori preliminari in relazione agli sviluppi digitali o al loro utilizzo.

Le informazioni rilevanti sui temi della digitalizzazione vengono fornite principalmente attraverso *regiosuisse*, la piattaforma per lo sviluppo regionale in Svizzera (sito Internet, eventi e corsi di formazione), dove oltre a essere favoriti gli scambi tra gli attori regionali e la creazione di reti di contatti, vengono proposte varie offerte di formazione. Queste ultime possono per esempio servire agli attori del turismo alpino, chiamati a cimentarsi con i nuovi strumenti digitali. Le competenze e le conoscenze sono risorse fondamentali per far fronte alla crescente complessità dei processi digitali. Per questo, la NPR sostiene anche i progetti riguardanti l'acquisizione di competenze digitali.

La NPR affronta gli aspetti della digitalizzazione nell'ambito della promozione dell'innovazione anche nel quadro dei RIS (p. es. attraverso il *coaching* e le piattaforme interaziendali), incentivando così la trasformazione digitale. Le PMI, anch'esse ampiamente rappresentate nelle zone target della NPR, dominano il panorama



economico svizzero. La trasformazione digitale di queste aziende è un elemento importante per rendere e mantenere competitive le regioni.

I dati e le statistiche digitali devono tuttavia essere facilmente accessibili affinché il loro utilizzo possa tradursi nella creazione di valore aggiunto (p. es. permettendo lo sviluppo di modelli di business basati sui risultati delle analisi dei dati). La NPR mette a disposizione le conoscenze relative all'utilizzo dei dati, facilita la creazione di reti e può sostenere progetti in questo ambito.

#### **Esempio pratico: Data & Content Hub Regione Lucerna-Lago dei Quattro Cantoni**

Il «Data & Content Hub LUV» facilita l'uso condiviso dei dati e dei contenuti digitali della regione superando i confini delle singole organizzazioni e aziende. Funge da piattaforma comune per le varie applicazioni (app, siti Internet ecc.) sviluppate e gestite dalle organizzazioni turistiche e dai fornitori di servizi della regione. Questa piattaforma serve anche a rendere i dati e i contenuti della regione visibili, accessibili e utilizzabili attraverso interfacce aperte a piattaforme globali e ad altri utenti («open data»). L'intento è inoltre quello di fare di questa piattaforma una sorta di porta d'accesso per la regione turistica Lucerna-Lago dei Quattro Cantoni.

*Sviluppo sostenibile:* lo sviluppo sostenibile svolge un ruolo importante in tutte le priorità di promozione tematiche della NPR (cfr. n. 4.1.5). Da un lato, occorre soddisfare in modo proattivo i requisiti e le aspettative di uno sviluppo regionale sostenibile, riducendo così i rischi corrispondenti. Dall'altro, la NPR si occupa di individuare le opportunità che si aprono per lo sviluppo economico delle varie regioni della Svizzera. Gli attori che hanno riconosciuto lo sviluppo sostenibile come un fattore decisivo per il futuro e la competitività delle aziende, delle regioni e dei Comuni devono poter ricevere un sostegno mirato e a bassa soglia dalla NPR. È necessario innanzitutto attivare il potere innovativo degli attori e utilizzarlo per far nascere idee e progetti che abbiano un effetto positivo sull'economia regionale e che, allo stesso tempo, permettano agli spazi rurali, alle regioni di montagna e a quelle di confine di affrontare le odierne sfide ecologiche e sociali.

L'operatività dello sviluppo sostenibile nel programma pluriennale 3 2024–2031 non avviene attraverso considerazioni e valutazioni di sostenibilità a livello di programma. Gli obiettivi concreti di sostenibilità sono ancorati nei modelli d'efficacia dei programmi di attuazione della NPR e quindi dispiegano il loro impatto lungo i potenziali economici, le priorità e le condizioni delle rispettive regioni.

*Economia locale:* l'economia locale («économie résidentielle», «économie présenteielle») è un fattore importante per lo sviluppo economico regionale, soprattutto al di fuori dei centri urbani, anche se non genera flussi finanziari diretti verso una regione. Oltre al principio della base d'esportazione, si possono quindi sostenere progetti dell'economia locale (cfr. n. 4.3.1) che concorrano al raggiungimento degli obiettivi di sviluppo economico della regione e avere un orientamento interaziendale. Spesso i «progetti economici locali» contengono anche componenti turistiche o industriali (orientate all'esportazione). A causa della crescente mobilità di beni, servizi e capitale,

ma anche dei consumatori, le offerte dell'industria, dell'artigianato e del turismo non sono mai esclusivamente locali. Di conseguenza, l'economia locale è un tema trasversale nella NPR: un'offerta può contribuire a generare ricavi da esportazione, ma allo stesso tempo anche a rafforzare i cicli economici locali. La NPR può sostenere, soprattutto nelle regioni periferiche, le iniziative volte a trattenere all'interno della regione una parte maggiore del valore aggiunto creatovi e quindi a ridurre i flussi di spesa in uscita.

### 4.3.3 Misure di accompagnamento

Il cofinanziamento e il sostegno di progetti concreti per lo sviluppo economico regionale sono il fulcro della NPR. Tuttavia, sono necessarie anche misure di accompagnamento per la preparazione mirata e l'attuazione efficace di questi progetti. La NPR incoraggia quindi anche lo sviluppo e la diffusione delle conoscenze e promuove e sostiene programmi e progetti che si collocano al crocevia con altre politiche territoriali o che riguardano regioni con problemi particolari. Con questi contributi agli obiettivi 1 e 2 della strategia mantello per la promozione della piazza economica (cfr. n. 1.2.1) la NPR fornisce un contributo significativo a uno sviluppo regionale coerente e sostenibile.

Con *regiosuisse*<sup>110</sup>, la piattaforma di diffusione delle conoscenze e di messa in rete, è stato creato un sistema integrale di gestione delle conoscenze che garantisce anche la qualificazione degli attori cantonali e regionali. Il Centro della rete *regiosuisse* elabora le conoscenze sullo sviluppo regionale e le rende accessibili al grande pubblico. Mette in rete gli attori e offre informazioni ed eventi di formazione continua. Nel corso degli anni, *regiosuisse* si è affermata e sviluppata come importante catalizzatore per l'efficace attuazione della NPR; anche nel periodo 2024–2031 manterrà quindi la sua funzione di piattaforma di diffusione delle conoscenze per lo sviluppo regionale. Oltre a lavorare su temi specifici della NPR, *regiosuisse* promuove anche l'integrazione della NPR in uno sviluppo territoriale coerente, ad esempio fornendo una panoramica dei vari strumenti di finanziamento. Nel farlo, tiene conto delle raccomandazioni scaturite dalla valutazione intermedia<sup>111</sup>, ridefinendo per esempio l'offerta di base e chiarendo i servizi finalizzati a favorire uno sviluppo territoriale coerente.

La NPR è una politica a incidenza territoriale, i cui progetti hanno quindi spesso un impatto diretto sul territorio; per garantire uno sviluppo del territorio coerente, è quindi importante un buon coordinamento con le altre politiche territoriali, cosa che la NPR assicura nell'ambito delle misure di accompagnamento. Le interrelazioni con altre politiche sono affrontate in modo proattivo, ad esempio nell'ambito dei «Progetti modello Sviluppo sostenibile del territorio»<sup>112</sup>. Oltre a essere una componente importante della politica della Confederazione per le zone rurali e le regioni montane (P-LRB), la NPR contribuisce alla Politica degli agglomerati, due politiche sovraordinate

<sup>110</sup> [www.regiosuisse.ch](http://www.regiosuisse.ch).

<sup>111</sup> SECO (2019): *Regional- und Raumordnungspolitik: Zwischenevaluation der Netzwerkmuster Regionalentwicklung regiosuisse – Management Response und Schlussbericht*, disponibile (in tedesco e francese) sul sito [www.regiosuisse.ch](http://www.regiosuisse.ch) > Download.

<sup>112</sup> Progetti modello Sviluppo sostenibile del territorio, [www.progettmodell.ch](http://www.progettmodell.ch).

per uno sviluppo territoriale coerente basate sul Concetto territoriale Svizzera<sup>113</sup>, che entreranno in una nuova fase nel 2024 (cfr. n. 4.1.3).

#### 4.3.4 Interreg / Cooperazione territoriale europea

Nell'ambito della NPR, la Svizzera partecipa a diversi programmi Interreg transfrontalieri dell'Unione europea e alla Strategia macroregionale alpina (EUSALP). Questi strumenti fanno parte della politica di coesione dell'UE. Le valutazioni della partecipazione svizzera a Interreg<sup>114</sup> ne hanno confermato l'importanza. La Confederazione continuerà quindi a sostenere la partecipazione ai programmi Interreg attraverso la NPR. I progetti Interreg contribuiscono in particolare all'obiettivo 2 «Rafforzamento delle regioni», all'obiettivo 3 «Contributo allo sviluppo sostenibile» e all'obiettivo 4 «Sfruttamento delle opportunità offerte dalla digitalizzazione» della strategia mantello per la promozione della piazza economica (cfr. n. 1.2.1). Da parte dell'UE, l'obiettivo dello sviluppo sostenibile è stato ulteriormente potenziato per il periodo 2021–2027.

Per Interreg VI 2021–2027 la Confederazione mette a disposizione ben 56 milioni di franchi nell'ambito della NPR, mentre i Cantoni forniscono contributi di un importo almeno equivalente in ciascuno dei vari programmi previsti da Interreg VI.

#### 4.3.5 Attuazione della promozione dei progetti

La promozione dei progetti avviene nell'ambito di programmi di attuazione pluriennali elaborati a livello cantonale o sovracantonale. Secondo l'articolo 15 della legge federale sulla politica regionale, questi sono elaborati e aggiornati periodicamente dai Cantoni, in collaborazione con i loro enti per lo sviluppo, i segretariati regionali o altri attori regionali e sulla base dei requisiti definiti dalla Confederazione. L'elemento centrale del programma d'attuazione è costituito dai modelli d'efficacia (cfr. n. 4.4), dove gli obiettivi del programma sono mappati su tre livelli: i risultati concreti dei progetti (*output*), il loro effetto sui gruppi target (*outcome*) e l'efficacia economica a livello regionale (*impact*). Sulla base di questi programmi, la Confederazione stipula con i Cantoni convenzioni di programma (CP) pluriennali (art. 16 della legge federale sulla politica regionale). I programmi d'attuazione e le CP hanno generalmente una durata di quattro anni. Le CP costituiscono la base per un contributo forfettario della Confederazione.

La CP stabilisce anche i requisiti per la misurazione dell'efficacia e la rendicontazione. Negli ultimi anni il processo di pianificazione e rendicontazione è stato snellito

<sup>113</sup> Consiglio federale svizzero, CdC, DCPA, UCS, ACS (2012): *Progetto territoriale Svizzera*, disponibile sul sito [www.are.admin.ch](http://www.are.admin.ch) > Sviluppo e pianificazione del territorio > Strategia e pianificazione > Progetto territoriale Svizzera.

<sup>114</sup> B,S,S. Volkswirtschaftliche Planung und evaluanda (2018): *Evaluation der Schweizer Teilnahme an Interreg* (disponibile in tedesco) nonché Infrac (2018): *Teilevaluation der Interreg V B-Programme Alpenraum und Nordwesteuropa* (disponibile in tedesco).

e digitalizzato, il che permette di semplificare la rendicontazione annuale e facilitare le valutazioni.

I cicli si chiudono con la valutazione intermedia dopo quattro anni e con la valutazione finale dell'efficacia delle misure dopo otto anni. Per la partecipazione ai programmi Interreg dell'UE, i rispettivi «programmi operativi» sono riconosciuti come programmi d'attuazione. In questo caso, le convenzioni di programma sono coordinate con i periodi di finanziamento dell'UE e durano sette anni.

I requisiti concreti del progetto e i principi di esclusione si basano sugli obiettivi e sui criteri degli articoli 4–7 della legge federale sulla politica regionale. La selezione dei progetti è di competenza dei Cantoni. La Confederazione assiste i Cantoni con una guida in cui sono spiegati i rispettivi requisiti e principi. Nei programmi d'attuazione i Cantoni devono descrivere le modalità con cui selezionano i progetti.

### 4.3.6 Aspetti finanziari

Conformemente all'articolo 21 della legge federale sulla politica regionale, la NPR è finanziata dal Fondo per lo sviluppo regionale, il cui meccanismo di finanziamento è spiegato nel messaggio del 16 novembre 2005<sup>115</sup> concernente la Nuova politica regionale (NPR). Secondo le stime, il valore nominale del Fondo alla fine del 2023 sarà di circa 1,1 miliardi di franchi, il che equivale a una riduzione di circa 130 milioni di franchi dall'inizio del 2008, ovvero circa 8 milioni di franchi all'anno.

Conformemente all'articolo 22 della legge federale sulla politica regionale, per ulteriori conferimenti al Fondo l'Assemblea federale stabilisce, mediante decreto federale semplice, un limite di spesa limitato a un periodo di otto anni. Il nostro Collegio propone nuovi contributi dell'ordine di 217,3 milioni di franchi per il periodo 2024–2031 (ossia 12,7 mio. fr. in meno rispetto ai precedenti periodi di otto anni 2008–2015 e 2016–2023), vale a dire contributi annui con ripercussioni sul preventivo di circa 27 milioni di franchi.

Rispetto all'importo proposto, il nostro Consiglio prevede le seguenti prestazioni finanziarie per il periodo 2024–2031, che saranno finanziate con il Fondo per lo sviluppo regionale:

- prestiti: massimo 400 milioni di franchi (ossia 50 mio. fr. all'anno; importo indicativo invariato rispetto ai periodi di programma precedenti);
- contributi a fondo perduto: massimo 400 milioni di franchi (cioè 50 mio. fr. all'anno; importo indicativo in aumento del 25 %).

L'aumento dei contributi a fondo perduto è dovuto all'ulteriore sviluppo della NPR: i versamenti aggiuntivi per finanziare piccoli progetti infrastrutturali, l'estensione della NPR all'economia locale e il maggiore orientamento verso l'SSS 2030 ci fanno prevedere un fabbisogno supplementare di fondi del 15–25 per cento per i programmi cantonali e sovracantionali della NPR.

<sup>115</sup> FF 2006 221, qui 259 segg.

L'importo indicativo dei contributi a fondo perduto è aumentato a 400 milioni di franchi ed è prelevato dalle riserve del Fondo per lo sviluppo regionale. Se le risorse disponibili sono utilizzate completamente, ciò potrebbe comportare una riduzione del valore del fondo di un massimo di circa 21 milioni di franchi all'anno. La liquidità attualmente disponibile nel Fondo consente tali prelievi, che non gravano sul bilancio federale.

Tabella 11

In mio. fr.	<b>Proposta 2024–2031</b>	Decreto federale 2016–2023	Spese previste 2024–2031	Spese previste per anno	Riduzione del valore del Fondo per anno
Versamenti nel Fondo per lo sviluppo regionale	<b>230,00</b>	230,00	400,00	50,00	max. 21,25
Nominale in mia. fr.	2008 Inizio programma pluriennale 1 2008–2015	2015 Fine programma pluriennale 1 2008–2015	2023 Fine programma pluriennale 2 2016–2023 (stima)	2031 Fine programma pluriennale 3 2024–2031 (stima)	Riduzione del valore del Fondo dal 2008
Evoluzione del Fondo per lo sviluppo regionale	1,24	1,19	1,11	0,90	–0,34
Nominale in mia. fr.	2008 Inizio programma pluriennale 1 2008–2015	2015 Fine programma pluriennale 1 2008–2015	2023 Fine programma pluriennale 2 2016–2023 (stima)	2031 Fine della programma pluriennale 3 2024–2031 (stima)	Aumento della liquidità del Fondo dal 2008
Evoluzione della liquidità del Fondo per lo sviluppo regionale	0,26	0,44	0,53	0,36	0,10

Nel 2022 il Controllo federale delle finanze (CDF) ha portato a termine una *verifica della redditività dei progetti concernenti le infrastrutture turistiche della Nuova politica regionale* (CDF-20028) ed è giunto alla conclusione che la liquidità del Fondo non è proporzionata alla necessità, in costante diminuzione, di tali mezzi. Il CDF ha pertanto raccomandato alla SECO di chiarire come adeguare l'importo; non si è invece pronunciato sulla possibilità di ridurre la liquidità aumentando i contributi a fondo perduto. La SECO non condivide la valutazione del CDF perché da una verifica dei progetti di infrastrutture turistiche (prestiti) non si possono trarre conclusioni sull'intero Fondo.

La verifica condotta dal CDF sulle infrastrutture turistiche ha dimostrato che gli elevati costi operativi possono rappresentare un rischio a lungo termine e un onere elevato per le finanze pubbliche. Ritenendo che la NPR rischi di creare falsi incentivi, il CDF ha quindi raccomandato che, nell'assegnare i fondi, venga accordato più peso all'aspetto della redditività economica a lungo termine degli enti promotori dei progetti concernenti le infrastrutture turistiche, in modo da ridurre al minimo i rischi corrispondenti. La NPR risponde a questa richiesta nelle disposizioni di attuazione concordate con i servizi cantonali NPR.

### 4.3.7 Controlling e valutazione

La NPR è un compito comune della Confederazione e dei Cantoni. I modelli d'efficacia a livello di programma (cfr. n. 4.4) sono lo strumento centrale per dirigere e controllare la NPR e quindi anche per misurare e valutare la sua efficacia. Sono definiti ex ante e mostrano quali obiettivi devono essere raggiunti e quali indicatori possono essere influenzati dall'attuazione della NPR sul piano federale e cantonale.

Il controlling si concentra sui livelli di *output* e *outcome*: lo sviluppo desiderato a lungo termine (*impact*) nelle zone target della NPR può infatti essere influenzato da numerosi effetti esterni. Il raggiungimento degli obiettivi di *output* e *outcome* è periodicamente oggetto di discussioni tra la Confederazione e i Cantoni ed è registrato in uno strumento di controllo informatico. Al termine del quadriennio, per ogni programma viene presentato un rapporto finale sull'attuazione degli obiettivi e sull'utilizzo dei fondi federali e cantonali.

### 4.4 Efficacia della NPR

L'attuazione coerente e orientata all'efficacia della NPR, che la Confederazione e i Cantoni hanno introdotto a tutti i livelli di esecuzione nel 2016, sta dimostrando la sua validità. La Confederazione stabilisce gli obiettivi d'efficacia sovraordinati a livello nazionale e i Cantoni ne ricavano i modelli d'efficacia specifici per i programmi. Infine, gli enti promotori mostrano come i loro progetti contribuiscono al raggiungimento degli obiettivi.

I modelli d'efficacia mostrano gli effetti pianificati lungo i quattro livelli target rilevanti. Gli obiettivi di *input* includono le risorse finanziarie e umane, quelli di *output* descrivono i risultati diretti del progetto, gli obiettivi di *outcome* gli effetti sui gruppi target e gli obiettivi di *impact* gli effetti a lungo termine nella regione. I modelli d'efficacia costituiscono il nucleo dei programmi di attuazione cantonali e sovracantonali e fanno parte integrante delle convenzioni di programma sottoscritte da Confederazione e Cantoni. A ciascuno degli obiettivi (tranne che per quelli di *impact*) sono assegnati indicatori con valori target.

Gli obiettivi, gli indicatori e i valori target sono mappati in un database a disposizione dei Cantoni per la rendicontazione sull'attuazione dei loro programmi.

La valutazione del programma pluriennale 2 2016–2023<sup>116</sup> (cfr. n. 4.1.1), così come le misurazioni dell'efficacia di 34 singoli progetti esemplari tra il 2012 e il 2020<sup>117</sup> mostrano un quadro complessivamente positivo dell'impatto ottenuto con la NPR. La valutazione complessiva per oltre l'80 per cento dei progetti è «molto soddisfacente» o «soddisfacente». Solo cinque progetti (15 %) sono stati giudicati complessivamente «insoddisfacenti», mentre nessuno è stato valutato «molto insoddisfacente».

<sup>116</sup> SECO (edit.) 2022: *Unabhängige Evaluation des Mehrjahresprogramms 2016–2023 der Neuen Regionalpolitik (NRP)*, Evaluationsbericht mit Management Response, disponibile (in tedesco) sul sito [www.improve-nrp.ch](http://www.improve-nrp.ch).

<sup>117</sup> Misurazione degli effetti dei progetti NPR e Interreg, [www.regiosuisse.ch](http://www.regiosuisse.ch) > Servizi e offerte > Misurazione degli effetti dei progetti NPR e Interreg.

Con oltre 1600 progetti NPR solo tra il 2016 e il 2020, le misurazioni degli effetti dei singoli progetti riguardano una parte limitata delle attività NPR e Interreg, fornendo quindi un quadro poco rappresentativo. Ma nonostante questi limiti di carattere informativo, apportano un valore aggiunto alle valutazioni di ordine qualitativo, come conferma la valutazione del programma pluriennale 2016–2023. Inoltre, le misurazioni degli effetti forniscono indicazioni sul potenziale di ottimizzazione restante e sui fattori di successo più importanti. Questi risultati possono a loro volta essere utilizzati per lo sviluppo di nuovi progetti.

Per il prossimo periodo di promozione, sarà portata avanti l'attuazione della NPR orientata all'efficacia. Tuttavia, la qualità dei modelli d'efficacia e quindi la misurabilità degli impatti ottenuti nelle regioni dovrebbero essere ulteriormente migliorate. Le interazioni tra i vari parametri d'efficacia devono essere presentate in modo comprensibile, gli obiettivi devono essere più concisi e gli indicatori corrispondenti devono essere ancora più facili da misurare. A tal fine, la Confederazione mette a disposizione dei servizi cantonali, tra le altre cose, anche strumenti digitali.

#### **4.5                   Decreto federale che definisce il programma pluriennale della Confederazione 2024–2031 concernente l'attuazione della Nuova politica regionale (NPR)**

Il decreto federale che definisce il programma pluriennale della Confederazione 2024–2031 concernente l'attuazione della NPR (DF programma pluriennale 2024–2031) disciplina i contenuti e le priorità di promozione ammissibili al finanziamento dei progetti della NPR (compresa la cooperazione territoriale europea; in precedenza: componente 1 della NPR). Definisce inoltre le misure di accompagnamento in conformità all'articolo 13 della legge federale sulla politica regionale (in precedenza: componenti 2 e 3 della NPR). Il nostro Collegio chiede alle vostre Camere di approvare il decreto.

#### **4.6                   Decreto federale concernente ulteriori conferimenti al Fondo per lo sviluppo regionale**

Per gli anni 2024–2031, il nostro Collegio propone di trasferire un massimo di 217,3 milioni di franchi dal conto di finanziamento della Confederazione al Fondo per lo sviluppo regionale. I conferimenti annuali sono sottoposti alla decisione delle vostre Camere nell'ambito del preventivo della Confederazione.

Le risorse del Fondo per lo sviluppo regionale, per un massimo di 1 milione di franchi, saranno utilizzate per la valutazione del programma pluriennale 2024–2031 secondo l'articolo 18 della legge federale sulla politica regionale e per l'ulteriore sviluppo della NPR.

## 4.7 Sgravi fiscali

Nell'ambito della valutazione del programma pluriennale 2 2016–2023 per l'attuazione della politica regionale, la SECO ha commissionato un'analisi sugli effetti economici regionali degli sgravi fiscali concessi conformemente all'articolo 12 della legge federale sulla politica regionale sul numero di posti di lavoro a tempo pieno nel settore industriale dei Comuni svizzeri tra il 2008 e il 2016<sup>118</sup>. L'analisi conferma per la prima volta che esiste un legame causale tra lo strumento degli sgravi fiscali e un calo meno pronunciato del numero di posti di lavoro: dai risultati emerge infatti che, sebbene i posti di lavoro nel settore industriale nelle zone strutturalmente deboli siano diminuiti tra il 2008 e il 2016, tale diminuzione è stata leggermente attenuata dallo strumento degli sgravi fiscali. In media, nei Comuni in cui questo strumento è stato utilizzato (zone di applicazione) si sono persi circa 30 posti di lavoro in meno rispetto alle altre zone strutturalmente deboli. Considerato che, in queste zone, il numero totale di posti di lavoro nel settore industriale è limitato, la suddetta mitigazione assoluta della diminuzione è proporzionalmente elevata. Gli sgravi fiscali contribuiscono quindi in modo significativo al rafforzamento delle regioni, sostenendo gli insediamenti di imprese nei centri regionali degli spazi rurali e nelle regioni di montagna (contributo all'obiettivo 2, attività 10 della strategia mantello per la promozione della piazza economica, cfr. n. 1.2.1).

In conformità con l'ordinanza del DEFR del 3 giugno 2016<sup>119</sup> concernente la concessione di agevolazioni fiscali in applicazione della politica regionale, il DEFR esamina una volta per legislatura le modifiche alle aree di applicazione nell'ambito del modello di controllo esistente. Di conseguenza, nel 2021 è stato preparato un aggiornamento per integrare i cambiamenti nelle strutture comunali e i dati economici attuali nella valutazione delle zone di applicazione. L'ordinanza riveduta è entrata in vigore il 1° gennaio 2023 dopo la consultazione dei Cantoni. Nel programma di legislatura 2024–2027, il modello di controllo dovrà essere adeguato e le zone di applicazione aggiornate di conseguenza. I risultati e le eventuali raccomandazioni saranno inclusi nel messaggio concernente la promozione della piazza economica negli anni 2027–2031.

Secondo il messaggio del 22 giugno 2022<sup>120</sup> relativo al decreto federale concernente un'imposizione speciale dei grandi gruppi di imprese, si prevede che la concessione di sgravi fiscali nell'ambito della politica regionale continuerà a essere consentita (attuazione del progetto dell'OCSE e del G20 sull'imposizione dell'economia digitale). Non è previsto un corrispettivo, cioè una riduzione dell'utile netto imponibile, per la base imponibile. Le società soggette alla tassazione minima secondo l'OCSE/G20 e che richiedono sgravi fiscali possono quindi essere soggette a un'imposta supplementare che neutralizzerà l'effetto dello sgravio fiscale. Per le altre, invece, lo sgravio fiscale manterrà il suo pieno effetto.

<sup>118</sup> Dr. Thomas Kurer (2020): *Disegno di regressione discontinua delle agevolazioni fiscali in applicazione della politica regionale di gennaio 2020*, disponibile (in tedesco con riassunto in italiano) sul sito [www.seco.admin.ch](http://www.seco.admin.ch) > Servizi e pubblicazioni > Pubblicazioni > Promozione della piazza economica > Studi > Disegno di regressione discontinua delle agevolazioni fiscali in applicazione della politica regionale.

<sup>119</sup> RS **901.022**

<sup>120</sup> FF **2022 1700**



## 5 **Promozione dell'economia esterna**

### 5.1 **Basi strategiche**

Gli strumenti della promozione dell'economia esterna contribuiscono in particolare ad accrescere l'attrattiva della piazza economica svizzera (cfr. n. 1.2.1, attività 20 e 21). Sono concepiti in modo da aumentare la capacità delle PMI esportatrici e creare posti di lavoro in Svizzera. Questi strumenti servono ad agevolare l'attività economica delle imprese svizzere all'estero e a ridurre i rischi (promozione delle esportazioni e ASRE) nonché a promuovere l'insediamento in Svizzera di selezionate imprese estere (promozione della piazza economica). L'iniziativa, la performance e la capacità di innovazione delle imprese stesse si confermano comunque essenziali per il successo dell'export e per l'insediamento duraturo in Svizzera. Le misure della promozione economica esterna sono sussidiarie rispetto a quelle adottate dall'economia privata e dai Cantoni.

In considerazione del limitato mercato interno, le imprese svizzere non possono prescindere dalle esportazioni verso i mercati esteri che dispongono di un quadro regolamentar favorevole al commercio. Tuttavia, nel prospettare nuovi mercati e nello sviluppare quelli esistenti, le imprese svizzere si trovano ad affrontare difficoltà sempre maggiori in termini di ostacoli all'esportazione e di rischi. Le tendenze protezionistiche già osservate in precedenza, le politiche industriali e la formazione di blocchi economici per affermare i propri regimi di mercato<sup>121</sup> si sono accentuate sotto l'effetto della pandemia di COVID-19 e della guerra in Ucraina. Gli ostacoli e i rischi all'esportazione sono acuitizzati da diversi fattori: informazioni insufficienti sull'evoluzione dei mercati, mancanza di reti di contatti, diversità delle normative applicabili e loro evoluzione in alcuni casi sempre più rapida, restrizioni commerciali imposte dai Governi stranieri, rischi politici, interruzione delle catene di trasporto e di fornitura, rischi associati alle transazioni e ai cambi valutari o cause di forza maggiore (catastrofi naturali, conflitti armati). Realizzare affari all'estero diventa sempre più complesso e oneroso, e questo accresce il fabbisogno di consulenza e di supporto, per esempio per quanto riguarda l'accesso a nuove fonti di fornitura e di approvvigionamento in previsione dell'interruzione dell'approvvigionamento di determinati beni o materie prime, oppure il sostegno in loco – p. es. in caso di restrizioni di viaggio – o ancora la creazione di nuovi canali di vendita digitali. Parallelamente occorrono nuove strategie per diversificare i rischi. Anche l'incertezza concernente l'accesso al mercato dell'Unione europea potrebbe porre problemi a determinati settori industriali svizzeri.

Numerosi Paesi dell'OCSE hanno attuato strumenti di promozione dell'economia esterna comparabili. In molti casi la tendenza è quella di a un loro ulteriore sviluppo. Diversi Paesi propongono crediti statali all'esportazione oppure sviluppano costantemente la promozione dell'economia esterna in altri settori, combinandola a volte con

<sup>121</sup> Consiglio federale (2021): *Strategia di politica economica esterna*, disponibile sul sito [www.seco.admin.ch](http://www.seco.admin.ch) > Economia esterna e cooperazione economica > Politica economica esterna > Strategia di economia esterna.

strumenti della cooperazione allo sviluppo<sup>122</sup>. Le PMI svizzere esportatrici sono quindi chiamate ad affrontare sfide crescenti.

Sempre più spesso si osservano condizioni diverse anche nella concorrenza internazionale per l'insediamento di imprese, per esempio per quanto riguarda gli incentivi o la dotazione di risorse per il marketing della piazza economica. In combinazione con le persistenti incertezze legate a importanti fattori di localizzazione in Svizzera, per esempio in merito all'accesso al mercato dell'Unione europea, ciò complica la promozione della Svizzera come piazza di insediamento delle imprese straniere.

Le nuove sfide e gli sviluppi correlati ai mercati di sbocco comportano rischi, ma anche opportunità. La sostenibilità è ormai un fattore sempre più importante nel commercio mondiale. La domanda internazionale di prodotti e servizi sostenibili aumenta e apre nuove prospettive alle imprese svizzere. Anche i grandi progetti infrastrutturali o i programmi climatici, per esempio il Patto verde per l'Europa (*Green Deal*), schiudono nuovi sbocchi commerciali. I canali digitali che danno accesso ai mercati esteri sono ormai spesso imprescindibili per le PMI. La crescente importanza degli ecosistemi innovativi e tecnologici genera delle occasioni per posizionare al meglio la piazza economica svizzera di fronte alla concorrenza internazionale.

## 5.2 Priorità 2024–2027

Allo scopo di garantire la sussidiarietà e promuovere le esportazioni nel modo più efficace e vantaggioso possibile per la Confederazione, nel messaggio del 20 febbraio 2019<sup>123</sup> concernente la promozione della piazza economica negli anni 2020–2023 il nostro Collegio aveva incaricato S-GE, un'organizzazione per la promozione delle esportazioni, di intensificare la collaborazione con attori terzi. Oggi S-GE propone quindi diverse possibilità di coordinamento e di maggiore collaborazione ai promotori privati delle esportazioni, alle camere di commercio bilaterali, alle associazioni e ad altri portatori di interesse, per esempio nell'ambito di un nuovo formato di dialogo che ha permesso di raggruppare gli attori dell'economia esterna. Attualmente il numero dei progetti comuni è molto più elevato e la promozione delle esportazioni ha una base più ampia ed è più radicata.

Questo riflette anche l'approccio chiamato «Team Switzerland» (cfr. n. 1.2.1, attività 23), che prevede una collaborazione tra associazioni, servizi federali e organismi promotori nell'ambito della quale vengono coinvolti attori diversi a seconda del progetto. In futuro, questo approccio di rete dovrà essere applicato in modo ancora più incisivo in diversi ambiti di attività, tra cui l'accesso degli esportatori svizzeri ai grandi progetti infrastrutturali esteri o ai programmi climatici: per migliorare questo aspetto, nell'aprile 2021 il nostro Consiglio ha istituito un ufficio centrale di coordinamento – il Liaison Office – presso la Direzione per la promozione della piazza economica della SECO. Nell'ambito di un'organizzazione di progetto, sono coordinate e raggruppate le conoscenze e le attività delle associazioni Swissmem, Swissrail, usic,

<sup>122</sup> Klasen, Andreas (2019): *Public Support for Infrastructure Projects, TradeRx*, disponibile sul sito [www.seco.admin.ch](http://www.seco.admin.ch) > Promozione della piazza economica > Promozione delle esportazioni e della piazza economica.

<sup>123</sup> FF 2019 2035

economiesuisse, ASRE, S-GE e dei servizi federali interessati del DFAE, del Dipartimento federale dell'ambiente, dei trasporti, dell'energia e delle comunicazioni (DATEC), del DFF e del DEFR. In analogia con il settore della promozione dell'immagine della Svizzera all'estero, anche qui ogni membro contribuisce secondo le proprie responsabilità e possibilità. Come menzionato, la composizione del «Team Switzerland» è diversa in funzione del progetto. Ne sono un esempio le offerte raggruppate per le imprese generali straniere che desiderano integrare beni o servizi svizzeri nei loro ordini e nel contempo beneficiare di finanziamenti dell'ASRE, l'organizzazione di eventi comuni al WEF nonché le missioni economiche dei consiglieri federali.

Il rafforzamento delle sinergie tra i portatori di interesse e gli organismi promotori coinvolti seguendo l'approccio «Team Switzerland» è incoraggiato anche negli altri ambiti della promozione delle esportazioni e della promozione della piazza economica (cfr. n. 5.3.1 e 5.4.1). Ciò consente la massima continuità nel sostegno dei gruppi target e dei gruppi d'interesse e di valorizzare l'immagine complessiva delle competenze svizzere all'estero in modo ancora più omogeneo e più efficace.

La promozione delle esportazioni e la promozione della piazza economica continueranno a richiedere notevoli competenze, che possono essere acquisite localmente sui mercati e, se necessario, messe a disposizione dei clienti direttamente sul posto sotto forma di servizi di informazione, consulenza e di intermediazione di contatti. Proprio a questo scopo è stata creata una rete di 22 *Swiss Business Hub* (SBH; stato: giugno 2022), che costituiscono un fattore chiave per il successo delle attività di promozione e hanno dimostrato di essere particolarmente preziosi soprattutto nelle situazioni di crisi, cosicché saranno potenziati nel medio termine secondo le possibilità. Gli SBH sono gestiti da S-GE e sono parte della rappresentanza della Svizzera all'estero. Le spese per il personale sono sostenute dal DFAE e ammontano a circa 9,68 milioni di franchi l'anno, cui si sommano i costi dei posti di lavoro (ca. 1 mio. fr.) e il preventivo operativo (1 mio. fr./anno), anch'esso finanziato dal DFAE. Tali costi non sono tuttavia oggetto del presente messaggio. Oltre all'utilizzo delle infrastrutture, gli SBH consentono l'impiego di responsabili degli *hub* e di specialisti locali per 85,5 equivalenti a tempo pieno (stato giugno 2022; cfr. anche n. 6.1.2). Questo dato e le modalità di esercizio degli SBH sono stabiliti in una convenzione tripartita sottoscritta da DFAE, SECO e S-GE, riesaminata periodicamente.

Considerando il crescente fabbisogno, da parte degli esportatori svizzeri, di consulenza tecnica e di supporto in progetti di esportazione sempre più complessi nonché di intermediazione di fronte a concrete opportunità commerciali specifiche a un dato settore, è necessario sviluppare l'offerta di S-GE in modo mirato e puntuale. Inoltre, il perimetro tematico dell'offerta va esteso agli aspetti della sostenibilità e della trasformazione digitale, in modo da assistere le PMI esportatrici in qualsiasi momento e in qualsiasi luogo. Ciò avviene sempre più mediante una piattaforma online (*Go Global Cockpit*), che propone agli esportatori servizi digitali su aspetti rilevanti dell'export, per esempio dei confronti tra Paesi (cfr. n. 5.3.1). Le mutate esigenze degli esportatori saranno prese in considerazione anche per mezzo di un nuovo processo di domanda elettronica all'ASRE e dell'integrazione delle offerte di promozione in *EasyGov* (cfr. n. 1.2.1, attività 4 e n. 2.4.1), lo sportello online per le imprese.

Per continuare a sostenere la cooperazione tra altri attori che operano nella promozione delle esportazioni e stimolare il concorso di idee e l'iniziativa privata, sarà mantenuto, al livello di prestazioni attuale, l'approccio seguito dalla Commissione fiere e progetti (CFP/MPK), indipendente da S-GE, essendosi rivelato efficace ed efficiente. Saranno incoraggiate le prestazioni che vanno a beneficio di un intero settore oppure dell'economia svizzera in generale, per esempio nell'ambito degli stand collettivi svizzeri alle principali fiere internazionali.

La promozione dell'immagine della piazza imprenditoriale svizzera (promozione della piazza economica) sarà rafforzata per informare approfonditamente gli investitori stranieri delle condizioni quadro locali e dei vantaggi della Svizzera in quanto leader mondiale a livello di innovazione, tecnologia ed economia. Quest'ultimo aspetto va di pari passo con il mantenimento della focalizzazione su tecnologie e industrie selezionate, allo scopo di ottenere l'insediamento duraturo di imprese innovative e ad alto valore aggiunto. Tale orientamento è integrato da un approccio ecosistemico che prevede di attirare in modo mirato le aziende straniere i cui prodotti e servizi innovativi completano e ampliano in modo ottimale l'offerta svizzera. Gli aspetti della sostenibilità saranno inoltre sempre più considerati nella valutazione dei progetti di insediamento. L'approccio «Team Switzerland» è rafforzato anche nella promozione della piazza economica in modo da estendere e approfondire la collaborazione con importanti organizzazioni partner. Ciò consentirà di sfruttare un ulteriore potenziale di insediamento per la Svizzera in quanto piazza economica e polo dell'innovazione. Parallelamente la cooperazione servirà a promuovere un'immagine della Svizzera all'estero omogenea e coordinata.

Queste priorità contribuiscono in particolare all'attuazione delle attività 3 (coordinamento con i portatori di interesse), 16 e 17 (digitalizzazione) nonché 20, 21 e 23 (attrattiva della piazza economica) della strategia mantello per la promozione della piazza economica (cfr. n. 1.2.1).

## **5.3 Promozione delle esportazioni**

### **5.3.1 Obiettivi e compiti**

Le misure di promozione delle esportazioni intendono aiutare le PMI esportatrici svizzere a identificare e sfruttare gli sbocchi commerciali e a facilitare l'accesso ai mercati internazionali. Ciò si realizza tramite i servizi di S-GE, le offerte della CFP/MPK e, dal 2021, anche attraverso misure specifiche coordinate dalla SECO e finalizzate a facilitare l'accesso dell'industria svizzera a grandi progetti infrastrutturali all'estero.

Sulla base della legge federale del 6 ottobre 2000<sup>124</sup> sulla promozione delle esportazioni e di un mandato di prestazioni quadriennale della SECO, S-GE sostiene le imprese svizzere, in particolare le PMI esportatrici, mediante servizi di informazione e consulenza in merito alle condizioni, al potenziale e alle opportunità d'affari sui mercati d'esportazione. S-GE è un'associazione privata, ossia una persona giuridica esterna all'Amministrazione federale, alla quale la Confederazione affida incarichi e

<sup>124</sup> RS 946.14

accorda finanziamenti. S-GE non rientra nel campo d'applicazione dell'articolo 8 capoverso 5 lettera a della legge del 21 marzo 1997<sup>125</sup> sull'organizzazione del Governo e dell'Amministrazione (LOGA), perché la Confederazione non partecipa in senso stretto al capitale e non detiene la maggioranza dei voti. In qualità di associazione di diritto privato, S-GE si organizza e agisce fundamentalmente in maniera autonoma. La Confederazione esercita la propria influenza principalmente controllando l'impiego delle sovvenzioni concesse con mandati quadriennali di prestazioni fissando gli obiettivi strategici anche in funzione delle sfide da affrontare (cfr. n. 5.1). Come organizzazione privata senza scopi di lucro, S-GE fornisce le proprie prestazioni adempiendo al mandato di servizio pubblico, pertanto contribuisce a ridurre al minimo le distorsioni della concorrenza. Ha tre sedi in Svizzera (Zurigo, Renens e Lugano) e un organico di 106 collaboratori (93,6 equivalenti a tempo pieno; stato: fine 2021). La rete, di grande rilevanza, di SBH all'estero è descritta al numero 5.2.

### Principali attività e novità nel periodo 2024–2027

Le attività di informazione, consulenza e coordinamento svolte da S-GE saranno sviluppate per rispondere agli sviluppi della situazione internazionale (cfr. n. 5.1) e alla domanda dei clienti. L'ambito informativo comprende, per esempio, gli attuali sviluppi sui mercati internazionali o le pratiche doganali. L'attività di consulenza verte, tra l'altro, su approfondite analisi di mercato o sull'individuazione di opportunità commerciali rilevanti per il settore. Quest'ultimo aspetto deve essere sviluppato in modo mirato per rispondere alla crescente domanda dei clienti, per esempio ampliando i servizi di *matchmaking* digitale con un'offerta ottimizzata di dati correlati. La sempre maggiore complessità delle questioni tecnico-commerciali comporterà una crescente domanda di supporto, quindi l'offerta sarà opportunamente ampliata. In particolare sarà sviluppato il servizio «ExportHelp» per facilitare agli esportatori le operazioni di esportazione, dalla prima richiesta di informazioni fino al disbrigo delle necessarie formalità. Un'offerta di consulenza e di sostegno mirata e rapidamente adattabile a nuove esigenze, per esempio per la riattivazione di catene di fornitura, continua a rivestire una notevole importanza per le esportazioni, in particolare nelle situazioni di crisi.

Gli aspetti della sostenibilità sono sempre più considerati, per esempio incentrando l'offerta di informazioni sugli standard e sulle disposizioni in vigore nei Paesi di destinazione e sulle opportunità commerciali legate allo sviluppo sostenibile. Un settore particolarmente importante nella promozione delle esportazioni è costituito dal *clean tech*, sinonimo di efficienza nell'impiego di risorse e di energia, quindi un pilastro fondamentale dello sviluppo sostenibile. L'esportazione di prodotti e servizi svizzeri *clean tech* rafforza la competitività e l'immagine della Svizzera come polo di produzione e innovazione che si caratterizza per un uso parsimonioso delle risorse e concorre allo sviluppo sostenibile profilandosi sul mercato internazionale. L'attuazione delle misure specifiche rientra in un programma elaborato di concerto con l'Ufficio federale dell'energia (UFE), finanziato in parti uguali dal credito per la promozione delle esportazioni (tramite S-GE) e dall'UFE e sostenuto dall'Ufficio federale dell'ambiente a livello di contenuti. Questo modello collaudato, che facilita le sinergie e la coerenza politica – in particolare per quanto riguarda il nostro mandato di

125 RS 172.010

migliorare l'accesso delle imprese svizzere ai progetti infrastrutturali – sarà mantenuto negli anni 2024–2027 (cfr. n. 1.2.1, attività 11, 13, 14 sviluppo sostenibile).

**Esempio di progetto relativo alla promozione delle esportazioni: impegno per un impegno più sostenibile delle risorse idriche**

Droople, un'impresa *clean tech* della Svizzera romanda, propone un'inedita soluzione digitale per monitorare l'ultimo miglio della rete idrica. Ciò consente di anticipare le manutenzioni e risparmiare acqua ed energia. Oggi Droople annovera clienti in Nordamerica, Europa occidentale e Giappone. Inoltre collabora con la rete di SBH e swissnex per espandere la sua presenza sul mercato internazionale.

Le offerte sopra esposte continueranno a essere sviluppate coinvolgendo terzi, per esempio le camere di commercio o gli offerenti privati, per rispettare la sussidiarietà delle prestazioni fornite da S-GE nella promozione delle esportazioni. Inoltre saranno sfruttate maggiormente le sinergie con altri organismi di promozione, tra cui Innosuisse o Presenza Svizzera, e intensificata la collaborazione in essere.

Le misure introdotte dal 2021 in merito ai grandi progetti infrastrutturali saranno ottimizzate con un approccio innovativo, in stretta collaborazione con le associazioni, i servizi federali coinvolti e gli organismi di promozione (cfr. n. 5.2). Al riguardo si è ben presto dimostrato proficuo dare una risposta coordinata ai cosiddetti *EPC Contractor (Engineering, Procurement, Construction)*, ossia le imprese generali straniere che integrano beni e servizi svizzeri nelle loro commesse. Un anno dopo il lancio del progetto, sette imprese EPC si erano insediate in Svizzera. Con altre 15 l'ASRE ha condotto regolarmente colloqui su futuri progetti per conto del «Team Switzerland». Nel 2022 l'ASRE ha assicurato forniture svizzere per un valore complessivo di circa 490 milioni di franchi nell'ambito dei grandi progetti, tra l'altro per un'infrastruttura ferroviaria in Turchia e la costruzione di scuole professionali in Ghana. Le forniture erano distribuite tra circa 60 esportatori, tra cui anche nuovi clienti dell'ASRE e di S-GE. Altre attività del «Team Switzerland» si sono svolte sotto l'egida di S-GE. Grazie alle competenze di S-GE in particolare nell'avvio di rapporti d'affari su canali digitali, sarà possibile realizzare a medio termine una piattaforma digitale. A metà del 2022 le risorse di sei SBH sono state temporaneamente potenziate con specialisti locali incaricati di individuare sul posto le opportunità d'affari nei grandi progetti infrastrutturali o di rafforzare la collaborazione con istituzioni internazionali di finanziamento. I membri del «Team Switzerland» hanno inoltre partecipato a eventi promozionali congiunti organizzati all'estero e a missioni coordinate da diversi dipartimenti. In aggiunta, saranno organizzate formazioni per i collaboratori della rete esterna ed è previsto di migliorare l'accesso alle informazioni sul progetto e ai decisori nei Paesi prioritari della cooperazione internazionale. Se le risorse necessarie saranno disponibili e le condizioni quadro in loco lo consentiranno, la formula «Team Switzerland» potrebbe essere eventualmente estesa per promuovere la partecipazione dell'industria svizzera alla ricostruzione dell'Ucraina.

Il sostegno offerto dalla CFP/MPK deve essere mantenuto nel quadro attuale al fine di consentire e ampliare i progetti esemplari e innovativi di terzi nell'ambito delle fiere e della proiezione dei mercati. Ciò incoraggerà il concorso di idee e la collabo-

razione nell'ecosistema della promozione delle esportazioni e aumenterà ulteriormente l'impatto dell'offerta svizzera mediante misure comuni di prospezione del mercato.

### 5.3.2 Efficacia

S-GE fornisce in media oltre 15 000 prestazioni sotto forma di informazioni, consulenza e partecipazioni alle fiere a circa 5500 imprese svizzere ogni anno. Un istituto indipendente interpella tutti i clienti di S-GE sei mesi dopo che hanno fatto ricorso a una delle sue prestazioni per misurarne l'efficacia: finora circa il 90 per cento circa dei clienti ha dichiarato che il servizio di cui ha usufruito ha avuto almeno un effetto concreto. I servizi forniti da S-GE e dagli SBH consentono dunque alle PMI di trovare partner commerciali e nuovi mercati di sbocco più facilmente e più rapidamente di quanto avverrebbe se dovessero attivarsi da sole. I clienti sottolineano inoltre l'importanza del ruolo svolto da S-GE come apripista su mercati sconosciuti e difficili a causa delle specificità culturali.

Secondo un sondaggio condotto da un istituto indipendente<sup>126</sup>, la maggior parte dei clienti di S-GE è soddisfatta del supporto offerto e afferma in particolare di avere migliorato le proprie competenze in materia di esportazioni grazie a S-GE. Questi eccellenti risultati hanno trovato conferma nell'ambito di una nuova edizione del sondaggio<sup>127</sup>. È stato inoltre sottolineato il supporto fornito nella costruzione di una rete di contatti d'affari e nel superamento delle barriere commerciali.

In generale sono principalmente le PMI a beneficiare concretamente di informazioni aggiornate e pertinenti sullo stato attuale e sulle tendenze dei mercati esteri, spesso nell'ambito della prima consulenza gratuita fornita da S-GE. Le consulenze a pagamento vengono calibrate sulle esigenze specifiche di alcune imprese per le quali sono rese meglio fruibili, come conferma un altro studio indipendente<sup>128</sup>: le imprese interpellate apprezzano in particolare il fatto che le prestazioni (tra cui analisi di mercato o viaggi d'affari) vengano personalizzate. Nel complesso l'offerta di S-GE ottiene una valutazione da «sicuramente utile» a «molto utile».

Secondo uno studio comparativo condotto dall'*International Trade Center*, S-GE si annovera tra le organizzazioni più efficaci nel raffronto internazionale. In generale, le

<sup>126</sup> gfs.bern (2019): *Studie zur unabhängigen Zufriedenheitsbefragung der Kunden von Switzerland Global Enterprise von April 2019* (disponibile unicamente in tedesco, risultati principali in italiano e francese), disponibile sul sito [www.seco.admin.ch](http://www.seco.admin.ch) > Promozione della piazza economica > Promozione delle esportazioni e della piazza economica > Promozione delle esportazioni.

<sup>127</sup> gfs.bern (2022): *Studie zur unabhängigen Zufriedenheitsbefragung der Kunden von Switzerland Global Enterprise von April 2022* (disponibile unicamente in tedesco, risultati principali in italiano e francese), disponibile sul sito [www.seco.admin.ch](http://www.seco.admin.ch) > Promozione della piazza economica > Promozione delle esportazioni e della piazza economica > Promozione delle esportazioni.

<sup>128</sup> Scuola universitaria di gestione di Friburgo (2022): *Exportförderung in der Schweiz: Eine Perspektive schweizerischer Unternehmen*, agosto 2022 (in tedesco), disponibile sul sito [www.seco.admin.ch](http://www.seco.admin.ch) > Promozione della piazza economica > Promozione delle esportazioni e della piazza economica > Promozione delle esportazioni.

attività di promozione delle esportazioni sono paragonabili a livello internazionale e comprendono la trasmissione delle informazioni, la consulenza e il *matchmaking* con partner nella vendita e nella distribuzione nonché misure concrete per la partecipazione alle fiere. Il quadro che emerge è un orientamento verso settori specifici ed ecosistemi innovativi, come avviene nella promozione delle esportazioni da parte della Svizzera.

L'approccio «Team Switzerland», che è stato potenziato, offre dal canto suo all'export svizzero un valore aggiunto supplementare in quanto i clienti e le parti interessate ai vari strumenti di promozione possono accedere direttamente ai servizi specifici che desiderano, ottenendo così un sostegno efficiente ed efficace. Un sondaggio esterno rivela che gli esportatori giudicano buona e funzionale la collaborazione tra le organizzazioni attive nell'export e apprezzano il fatto di essere all'occorrenza indirizzati ai servizi competenti<sup>129</sup>.

La CFP/MPK sostiene ogni anno circa 80 progetti fieristici, che includono sempre più secondo modelli ibridi e digitali in funzione delle esigenze dei clienti. La nuova offerta lanciata nel 2021 per sostenere progetti di terzi che siano innovativi e possano fungere da modello riscuote un'eco favorevole. Nel primo anno (2021) sono stati già realizzati 18 progetti che servono da ispirazione per sviluppare nuovi approcci e forme di cooperazione nel dispositivo svizzero di promozione delle esportazioni.

### 5.3.3 **Decreto federale sul finanziamento della promozione delle esportazioni negli anni 2024–2027**

Per il periodo 2020–2023 sono stati stanziati per la promozione delle esportazioni 90,5 milioni di franchi, 80,5 dei quali per il mandato di base di S-GE e 10 milioni di franchi per la commissione indipendente CFP/MPK. Ai suddetti importi si sono aggiunti per lo stesso periodo 4,3 milioni di franchi destinati a migliorare l'accesso delle imprese svizzere ai grandi progetti infrastrutturali esteri tenuto conto dei compiti supplementari derivanti dalla nostra decisione del 21 aprile 2021<sup>130</sup>. Ne risulta un importo complessivo di 94,8 milioni di franchi per il periodo 2020–2023, cui si sommano 5,6 milioni di franchi per provvedimenti a tantum adottati in relazione con la pandemia di COVID-19 (cfr. n. 1.3.3). In fase di esecuzione del preventivo, per questo periodo di promozione le vostre Camere hanno approvato un importo complessivo di 97,7 milioni di franchi.

<sup>129</sup> Scuola universitaria di gestione di Friburgo (2022): *Exportförderung in der Schweiz: Eine Perspektive schweizerischer Unternehmen*, agosto 2022 (in tedesco), disponibile sul sito [www.seco.admin.ch](http://www.seco.admin.ch) > Promozione della piazza economica > Promozione delle esportazioni e della piazza economica > Promozione delle esportazioni.

<sup>130</sup> <https://www.admin.ch/gov/it/pagina-iniziale/documentazione/comunicati-stampa/msg-id-83187.html> > Documentazione > Comunicati stampa > 21.4.2021 > «Il Consiglio federale agevola l'accesso ai progetti infrastrutturali esteri»



Con il presente messaggio vi proponiamo di accordare alla SECO un limite di spesa di 99,1 milioni di franchi per la promozione delle esportazioni nel quadriennio 2024–2027 (cfr. tabella 12), 84 dei quali per le prestazioni di S-GE. È previsto che siano accordati nuovamente 10 milioni di franchi per le misure di promozione della CFP/MPK. Come avvenuto sinora, quattro quinti sono destinati alle misure nell'ambito delle fiere e un quinto alla promozione di progetti esemplari di camere di commercio, associazioni o imprese. Altri 5,1 milioni di franchi saranno messi a disposizione dell'export svizzero negli anni 2025–2027 per l'accesso ai progetti infrastrutturali internazionali. Per il 2024, 1,7 milioni di franchi sono già stati stanziati per migliorare l'accesso delle imprese svizzere ai progetti infrastrutturali esteri conformemente alla nostra decisione del 21 aprile 2021.

Tabella 12

In mio. fr.	<b>Proposta 2024–2027</b>	Decreto federale 2020–2023	Spese effettive/previste 2020–2023	Differenza proposta/spese effettive	Differenza media proposta/spese effettive (in % all'anno)
Limite di spesa per la promozione delle esportazioni	<b>99,10</b>	94,80*	97,68	1,42	0,36
* 90,5 milioni di franchi cui si aggiungono 4,3 milioni di franchi per i grandi progetti infrastrutturali secondo la decisione adottata dal nostro Collegio il 21 aprile 2021; sono esclusi 5,6 milioni di franchi per provvedimenti a tantum adottati in relazione con la pandemia di COVID-19.					

L'innalzamento del limite di spesa rispetto alla pianificazione finanziaria attuale comporta un onere annuo supplementare di circa 0,75 milioni di franchi (cfr. tabella 13):

Tabella 13

Spese della SECO per la promozione delle esportazioni in mio. fr.	2024	2025	2026	2027	2024–2027
Pianificazione finanziaria attuale	24,73	23,39	23,77	24,19	96,08
Spese previste secondo la proposta	23,50	25,20	25,20	25,20	99,10
di cui mandato di prestazioni di S-GE	21,00	21,00	21,00	21,00	84,00
di cui CFP/MPK	2,50	2,50	2,50	2,50	10,00
Agevolazione dell'accesso a grandi progetti infrastrutturali (nuovo)	0*	1,70	1,70	1,70	5,10
Differenza rispetto alla pianificazione finanziaria	-1,23	+1,81	+1,43	+1,01	+3,02
* Per il 2024, 1,7 milioni di franchi sono già stati stanziati per migliorare l'accesso delle imprese svizzere ai progetti infrastrutturali esteri secondo la decisione adottata dal nostro Collegio il 21 aprile 2021.					

## Motivazione del Consiglio federale

Il settore delle esportazioni opera in un contesto difficile a causa degli sviluppi internazionali, tra cui le tendenze protezionistiche o i crescenti svantaggi concorrenziali. Le misure mirate e commisurate alle esigenze si confermano dunque importanti nella promozione delle esportazioni. Per questo, il nostro Collegio accoglie con favore il rafforzamento dell'offerta di S-GE su aspetti specifici per aprire concrete opportunità commerciali e sostenere gli esportatori nelle questioni tecnico-commerciali. Lo sviluppo e l'attuazione di queste misure devono continuare in stretta collaborazione con il settore delle esportazioni e con offerenti terzi. L'iniziativa privata è sostenuta anche mediante l'offerta della CFP/MPK: oltre ai progetti fieristici internazionali sarà necessario sostenere anche in futuro gli esportatori, le associazioni e gli offerenti privati nell'attuazione di progetti innovativi che migliorano gli sbocchi commerciali all'estero. Le misure introdotte dal 2021 per migliorare l'accesso ai grandi progetti infrastrutturali esteri devono essere potenziate sulla scia delle attività sinora svolte e in cooperazione con gli attori coinvolti secondo l'approccio «Team Switzerland». Questi tre elementi complementari tra loro sono essenziali per migliorare la promozione svizzera delle esportazioni e, insieme, contribuiscono a neutralizzare le disparità che le PMI esportatrici devono sempre più spesso affrontare di fronte alla concorrenza straniera. Il nostro Consiglio accoglie esplicitamente con favore l'idea del lavoro in rete e della cooperazione sempre più connaturata all'approccio «Team Switzerland». Gli scambi intensificati e una più stretta collaborazione pragmatica tra i servizi federali ed enti parastatali aumentano l'efficacia degli strumenti. Ove possibile e opportuno, occorre dunque proseguire su questa strada.

S-GE prevede di destinare i contributi federali per la promozione delle esportazioni conformemente alla tabella 14.

*Tabella 14*

In mio. fr.	2024	2025	2026	2027	2024–2027
<b>Entrate</b>					
Contributi federali	21,00	21,00	21,00	21,00	84,00
Volume d'affari generato dai clienti di S-GE	7,00	7,00	7,00	7,00	28,00
<b>Totale</b>	<b>28,0</b>	<b>28,0</b>	<b>28,0</b>	<b>28,0</b>	<b>112,0</b>
In mio. fr.	2024	2025	2026	2027	2024–2027
<b>Uscite</b>					
Costi diretti legati a fiere e consulenze	5,30	5,30	5,30	5,30	21,20
Spese per il personale	14,00	14,00	14,00	14,00	56,00
Infrastruttura, informatica, amministrazione	3,40	3,40	3,40	3,40	13,60
Contributi a terzi	2,20	2,20	2,20	2,20	8,80

In mio. fr.	2024	2025	2026	2027	2024–2027
Commercializzazione, rappresentanza e informazione	1,40	1,40	1,40	1,40	5,60
Altre spese materiali	1,00	1,00	1,00	1,00	4,00
Ammortamento	0,70	0,70	0,70	0,70	2,80
<b>Totale</b>	<b>28,00</b>	<b>28,00</b>	<b>28,00</b>	<b>28,00</b>	<b>112,00</b>

I contributi federali aumenteranno in media dello 0,36 per cento all'anno rispetto alla situazione attuale, aumento riconducibile al rafforzamento puntuale del dispositivo per la promozione delle esportazioni. A ciò si aggiungono le misure supplementari introdotte nell'offerta di S-GE per aprire nuovi sbocchi commerciali, sostenere le imprese esportatrici nelle questioni tecnico-commerciali e agevolare le attività nell'ambito dei grandi progetti infrastrutturali.

### Aspetti giuridici

Il decreto federale sul finanziamento della promozione delle esportazioni negli anni 2024–2027 trova è retto dall'articolo 7 della legge federale sulla promozione delle esportazioni, secondo cui l'Assemblea federale stabilisce a scadenze quadriennali, mediante un decreto federale semplice, il limite massimo per la promozione delle esportazioni. Ai sensi dell'articolo 3 capoverso 1, la SECO stipula un mandato di prestazioni in cui definisce le prestazioni per la promozione delle esportazioni e gli altri obblighi materiali come pure il sussidio del mandatario.

## 5.4 Promozione della piazza economica

### 5.4.1 Obiettivi e compiti

Per le piazze economiche di tutto il mondo l'insediamento di imprese straniere è un mezzo per creare nuovi posti di lavoro e acquisire tecnologie e competenze, quindi migliorare costantemente la propria competitività, la capacità innovativa e le infrastrutture. Anche in Svizzera l'obiettivo è quello di potenziare la creazione di valore aggiunto economico. A tal fine, occorrono misure mirate per promuovere l'attrattiva della Svizzera e consentirle così di affermarsi nella competizione tra piazze economiche.

In virtù della legge federale del 5 ottobre 2007<sup>131</sup> che promuove l'informazione riguardante la piazza imprenditoriale svizzera, la Confederazione incoraggia dunque l'insediamento sostenibile di imprese straniere in Svizzera. La promozione della piazza economica esplica così attività di marketing, consulenza e coordinamento a livello nazionale che integrano le misure di insediamento cantonali e regionali. Di conseguenza è concepita come un compito congiunto che S-GE svolge su mandato della Confederazione e di tutti i Cantoni. Oltre a misure mirate di informazione e promozione sui principali vantaggi della piazza economica svizzera, per esempio gli

<sup>131</sup> RS 194.2

ecosistemi innovativi leader a livello mondiale, la manodopera altamente qualificata e l'eccellenza delle infrastrutture, S-GE individua i progetti di insediamento con capacità d'innovazione e ad alto valore aggiunto e li accompagna fino al momento in cui i Cantoni possono subentrare in vista della realizzazione concreta.

S-GE adempie il proprio mandato tramite la rete di SBH, aggregati alle ambasciate svizzere o ai consolati generali. Ciò le consente di garantire la prossimità ai clienti e di mantenere il necessario carattere di ufficialità atteso dai potenziali clienti su numerosi mercati e generalmente utile nei contatti con gli investitori. Il compito di coordinamento svolto da S-GE è inoltre particolarmente importante dato che Cantoni e regioni attuano anche le proprie misure di promozione, adatte alle loro realtà ed esigenze specifiche. Nell'ambito della promozione della piazza economica a livello nazionale, è quindi indispensabile garantire un'immagine il più possibile omogenea all'estero che utilizzi efficacemente il marchio «Svizzera». Questo permette peraltro di accrescere l'impatto delle attività di promozione svolte all'estero.

**Esempio di progetto relativo alla promozione della piazza economica:  
insediamento di Trusted Corporation**

Trusted Corporation è un'impresa TIC giapponese che opera nell'ambito delle energie rinnovabili. La società mette in relazione fornitori e acquirenti di tecnologie e agevola così il processo che parte dal primo contatto e giunge alle trattative. Ciò consente di realizzare soluzioni innovative in tempi più rapidi e in modo più efficace e di accelerare il trasferimento delle conoscenze. La società si è insediata in Svizzera con il sostegno dell'SBH Giappone e della promozione economica di Lucerna.

La promozione economica svizzera, con la sua offerta di prestazioni e gli orientamenti previsti, contribuisce in particolare all'attuazione delle attività 3, 20 e 23 della strategia mantello per la promozione della piazza economica (cfr. n. 1.2.1).

**Principali attività nel periodo 2024–2027**

La focalizzazione avviata nel 2020 su industrie e tecnologie orientate al futuro e ad alto potenziale innovativo, tra cui *advanced manufacturing* o *life sciences*, sarà portata avanti e completata da un'intensificato lavoro di rete nei rispettivi ecosistemi. Le imprese di successo a livello internazionale operano sempre di più in rete e la Svizzera può assicurarsi un vantaggio competitivo posizionandosi come polo centrale. Le misure di promozione della piazza economica e di insediamento sono quindi maggiormente orientate alle imprese straniere innovative e ad alto valore aggiunto, alle quali viene comunicato in particolare lo specifico plusvalore degli ecosistemi innovativi e tecnologici della Svizzera. Ciò dovrà avvenire tra l'altro con campagne mirate, realizzate in collaborazione con Presenza Svizzera, per aumentare il grado di notorietà della Svizzera in questi ambiti, tenendo conto del fatto che le potenzialità del nostro Paese, ma anche gli sviluppi relativi ai fattori di localizzazione, necessitano di una maggiore visibilità presso gli investitori stranieri in considerazione della concorrenza internazionale tra le piazze economiche.

Le misure previste per i mercati target devono essere elaborate secondo un approccio più differenziato per sfruttare meglio le opportunità, le risorse e le strutture disponibili nonché le strategie cantonali, regionali e nazionali. Un migliore coordinamento e una maggiore trasparenza possono accrescere l'impatto e l'efficacia delle misure sui mercati esteri. In questa ottica è già stato approfondito il dialogo tra gli attori cantonali, regionali e nazionali, tra l'altro mediante un *Sounding Board* istituito nel 2022, per affinare insieme gli obiettivi strategici e inserirli in un'ottica globale. In considerazione del suo successo, questo approccio sarà riconfermato.

La consolidata collaborazione della promozione economica nazionale con la Fondazione Switzerland Innovation, l'ente nazionale responsabile del Parco svizzero dell'innovazione, sarà proseguita e sempre più integrata nel sopra esposto approccio in materia di ecosistemi e prospezione dei mercati. Questa collaborazione serve a condividere conoscenze e reti di contatti, accentua il carattere innovativo della promozione della piazza economica svizzera e contribuisce a rafforzare i poli cantonali e regionali di ricerca.

È sempre più importante coltivare le relazioni con le imprese estere già presenti in Svizzera in considerazione delle incertezze che pesano sui fattori chiave che portano tali imprese a insediarsi nel nostro Paese. La promozione della piazza economica offre un valore aggiunto supplementare dando accesso alle sedi internazionali mediante la rete esterna della Svizzera, pertanto deve poter continuare a realizzare, a complemento e in accordo con i Cantoni, misure mirate sottese a mantenere e sviluppare le ubicazioni in Svizzera in cui queste imprese si sono insediate.

#### 5.4.2 Efficacia

Gli insediamenti di imprese estere contribuiscono a favorire la crescita economica e la competitività, per esempio con la creazione di posti di lavoro, il trasferimento di conoscenze e la penetrazione nel tessuto economico locale. Gli effetti diretti e indiretti di un insediamento possono essere rilevanti anche al di fuori del Cantone interessato<sup>132</sup>. La focalizzazione sull'insediamento di imprese con capacità d'innovazione e ad alto valore aggiunto nel settore delle tecnologie futuribili, in linea con la strategia di promozione della piazza economica, aiuta inoltre a rafforzare il ruolo della Svizzera come polo innovativo, tecnologico ed economico e a salvaguardarne la competitività. Quest'ultimo aspetto è anche uno degli orientamenti prioritari della Strategia per uno sviluppo sostenibile 2030<sup>133</sup> (cfr. n. 1.2.1, attività 11).

Il successo degli insediamenti è un segnale positivo anche per quanto riguarda le prospettive delle imprese internazionali e svizzere già presenti. L'economia digitale, ormai diventata un importante fattore di crescita e di innovazione, riveste la massima

<sup>132</sup> Scuola universitaria di Lucerna (2012): *Studie zu den kantonalen und ausserkantonalen Auswirkungen von Firmensiedlungen*, 9 luglio 2012 (in tedesco), disponibile sul sito [www.seco.admin.ch](http://www.seco.admin.ch) > Promozione della piazza economica > Promozione delle esportazioni e della piazza economica > Promozione della piazza economica.

<sup>133</sup> Consiglio federale (2021): *Strategia per uno sviluppo sostenibile 2030*, disponibile sul sito [www.are.admin.ch](http://www.are.admin.ch) > Sviluppo sostenibile > Pubblicazioni > Strategia per uno sviluppo sostenibile 2030.

priorità nella promozione degli insediamenti, di conseguenza la strategia è orientata a tecnologie e settori strettamente correlati alla digitalizzazione. Anche nel confronto internazionale emerge che le misure sono incentrate su industrie e settori specifici, come l'economia digitale<sup>134</sup>, e in riferimento a selezionati Paesi e regioni. S-GE si annovera tra le organizzazioni di promozione della piazza economica più innovative al mondo<sup>135</sup>.

Le misure di promozione si confermano molto efficaci: come avvenuto nel periodo 2012–2016, anche tra il 2017 e il 2021 un insediamento su sette è riconducibile a un progetto intermediato dalla promozione della piazza economica svizzera, i cui due target, ossia gli investitori stranieri e i Cantoni in cui le imprese si insediano, sono periodicamente sondati per accertare il grado di soddisfazione e l'efficacia delle misure. I risultati forniscono un quadro positivo e utili indicatori sui potenziali di ottimizzazione.

La collaborazione tra gli attori sui mercati esteri è stata corroborata con progetti comuni, per esempio quello tra gli attori cantonali, regionali e nazionali per la prospezione del mercato statunitense. Questa forma di stretta collaborazione sarà approfondita con lo studio di una prospezione differenziata del mercato, che potrebbe intensificare l'efficacia delle misure.

### 5.4.3 **Decreto federale sul finanziamento della promozione dell'informazione riguardante la piazza imprenditoriale svizzera (promozione della piazza economica) negli anni 2024–2027**

Per il periodo di legislatura 2020–2023, le vostre Camere avevano accordato un limite di spesa di 17,6 milioni di franchi, ai quali si sono aggiunti complessivamente 5,2 milioni di franchi da parte dei Cantoni. In fase di esecuzione del preventivo, gli aiuti finanziari stanziati per gli anni 2020–2023 sono stati poi di fatto circa 16,7 milioni di franchi.

Con il presente messaggio, vi proponiamo di sostenere la promozione dell'informazione riguardante la piazza imprenditoriale svizzera (promozione della piazza economica) negli anni 2024–2027 con un limite di spesa totale di 18,5 milioni di franchi (cfr. tabella 15).

<sup>134</sup> OCSE (2021): *Investment Promotion and the digital economy: a comparative analysis of investment promotion practices across the OECD*, dicembre 2021, disponibile sul sito [www.oecd.org](http://www.oecd.org) > Directorate for Financial and Enterprise Affairs > International Investment > Investment policy.

<sup>135</sup> OCO Global Ltd. (2021): *Innovation Index Awards Report*, disponibile sul sito [www.ocoglobal.com](http://www.ocoglobal.com) > Oco Innovation Index Awards.

Tabella 15

In mio. fr.	Proposta 2024–2027	Decreto federale 2020–2023	Spese effettive/previste 2020–2023	Differenza proposta/spese effettive	Differenza media proposta/spese effettive (in % all'anno)
Limite di spesa per la promozione della piazza economica	<b>18,50</b>	17,60	16,73	1,77	2,64

L'innalzamento del limite di spesa rispetto alla pianificazione finanziaria attuale comporta un onere annuo supplementare di circa 0,3 milioni di franchi (cfr. tabella 16):

Tabella 16

Spese della SECO per la promozione della piazza economica in mio. fr.	2024	2025	2026	2027	2024–2027
Pianificazione finanziaria attuale	4,22	4,28	4,35	4,43	17,28
Spese previste secondo la proposta	4,70	4,60	4,60	4,60	18,50
Differenza rispetto alla pianificazione finanziaria	+0,48	+0,32	+0,25	+0,17	+1,22

### Motivazione del Consiglio federale

Alla luce delle sfide nazionali e internazionali e della forte concorrenza tra le piazze economiche riteniamo che, anche in futuro, sarà necessaria una promozione efficace e ben coordinata della piazza economica. I vantaggi di una piazza economica sono sempre relativi e possono cambiare rapidamente. Inoltre, gli insediamenti sono in prevalenza progetti a più lungo termine. Il nostro Collegio riconosce dunque la necessità di realizzare ulteriori campagne mirate per far conoscere le condizioni quadro e le potenziali opportunità della Svizzera come polo dell'innovazione e della tecnologia. Ciò significa anche evitare di lasciare alla concorrenza straniera l'ultima parola sulle condizioni quadro offerte dalla piazza economica svizzera.

Le priorità sopra esposte e, in particolare, l'accento posto sui progetti di insediamento rivolti al futuro completano il tessuto economico e d'innovazione della Svizzera e contribuiscono allo sviluppo della sua piazza economica. In questo contesto accogliamo con particolare favore il proseguimento e il rafforzamento della collaborazione con la Fondazione Switzerland Innovation, che consolida la posizione della Svizzera come leader dell'innovazione.

È altrettanto importante coordinare tali misure con quelle adottate a livello cantonale e regionale, ma anche con altri servizi federali ed enti parastatali, tra cui Presenza Svizzera o swissnex, la rete globale svizzera in materia di formazione, ricerca e innovazione. Così l'immagine della Svizzera all'estero si rafforzerà e aumenterà l'impatto delle campagne future.

S-GE prevede di ripartire gli aiuti finanziari stanziati dalla Confederazione per la promozione della piazza economica come indicato nella tabella 17.

Tabella 17

In mio. fr.	2024	2025	2026	2027	2024–2027
<b>Entrate</b>					
Contributi federali alla promozione della piazza economica	4,40	4,30	4,30	4,30	17,30
Contributi federali alla commercializzazione di Switzerland Innovation	0,30	0,30	0,30	0,30	1,20
Contributi cantonali	1,30	1,30	1,30	1,30	5,20
<b>Totale</b>	<b>6,00</b>	<b>5,90</b>	<b>5,90</b>	<b>5,90</b>	<b>23,70</b>

In mio. fr.	2024	2025	2026	2027	2024–2027
<b>Uscite</b>					
Spese per il personale	1,90	1,90	1,90	1,90	7,60
Infrastruttura, informatica, amministrazione	0,90	0,90	0,90	0,90	3,60
Commercializzazione, rappresentanza e informazione	2,10	2,00	2,00	2,00	8,10
Commercializzazione di Switzerland Innovation	0,30	0,30	0,30	0,30	1,20
Altre spese materiali	0,80	0,80	0,80	0,80	3,20
<b>Totale</b>	<b>6,00</b>	<b>5,90</b>	<b>5,90</b>	<b>5,90</b>	<b>23,70</b>

I contributi federali aumenteranno in media del 2,64 per cento all'anno rispetto a quelli attuali, aumento riconducibile soprattutto alle campagne mirate necessarie affinché la piazza economica svizzera si posizioni in modo efficace e sia visibile. Con questi sforzi ulteriori la piazza economica e scientifica svizzera continuerà a guadagnare visibilità su alcuni mercati selezionati. Per il prossimo periodo, tenuto conto delle prime decisioni della Conferenza dei direttori cantonali dell'economia pubblica (CDEP), è possibile che i contributi cantonali restino immutati. Nel 2023 saranno concluse o ratificate le convenzioni di prestazioni tra i Cantoni e S-GE.

### Aspetti giuridici

Il decreto federale sul finanziamento della promozione dell'informazione riguardante la piazza imprenditoriale svizzera negli anni 2024–2027 (promozione della piazza economica) è retto dall'articolo 7 della legge federale del 5 ottobre 2007<sup>136</sup> che promuove l'informazione riguardante la piazza imprenditoriale svizzera, secondo cui l'Assemblea federale stabilisce ogni quattro anni, con decreto federale semplice, l'importo massimo per la promozione dell'informazione riguardante la piazza imprenditoriale svizzera secondo la legge stessa. Ai sensi dell'articolo 3 capoverso 1, la SECO stipula un mandato di prestazioni in cui definisce le prestazioni di promozione e gli altri obblighi materiali del mandatario. La SECO concorda tale mandato con i Cantoni, che a loro volta sottoscrivono un accordo identico con S-GE.

<sup>136</sup> RS 194.2



## 5.5 Assicurazione svizzera contro i rischi delle esportazioni (ASRE)

### 5.5.1 Obiettivi e compiti

Sulla base della legge del 16 dicembre 2005<sup>137</sup> sull'assicurazione contro i rischi delle esportazioni, l'ASRE propone soluzioni assicurative per gli esportatori e gli istituti finanziari agevolando così agli operatori l'acquisizione di ordini dall'estero anche nei casi in cui la riscossione dei pagamenti è soggetta a rischi di natura politica ed economica. I prodotti dell'ASRE facilitano inoltre il finanziamento delle esportazioni. Esiste una correlazione in particolare con le attività 5, 14, 21 e 23 della strategia mantello per la promozione della piazza economica (cfr. n. 1.2.1).

L'ASRE è un istituto di diritto pubblico della Confederazione. Riscuote premi commisurati alle sue prestazioni e lavora in modo da autofinanziarsi nell'adempiimento del suo mandato precipuo, pertanto il presente messaggio non propone finanziamenti che la riguardano. A fine 2021 gli impegni assicurativi dell'ASRE ammontavano a 9,9 miliardi di franchi. Il contributo attivo dell'ASRE è essenziale anche nell'approccio «Team Switzerland» per quanto riguarda l'accesso ai grandi progetti infrastrutturali (cfr. n. 5.3.1). I potenziali committenti di simili progetti esigono oggi che l'offerta contempli condizioni di finanziamento concorrenziali, il che è possibile con il sostegno dell'ASRE. Tuttavia, l'ASRE stessa beneficia anche delle sinergie realizzate nel «Team Switzerland» a favore delle PMI esportatrici, aumentandone il grado di notorietà. Con la sua strategia climatica l'ASRE incoraggia le esportazioni rispettose dell'ambiente e contribuisce così a sostenere attivamente la decarbonizzazione dell'economia globale<sup>138</sup>.

### 5.5.2 Efficacia

In generale l'offerta dell'ASRE è apprezzata dagli esportatori. A fine febbraio 2022, quando è scoppiata la guerra in Ucraina, le esportazioni svizzere a destinazione di Russia, Bielorussia e Ucraina erano assicurate presso l'ASRE per un valore complessivo di 980 milioni di franchi, il che garantisce la liquidità degli esportatori svizzeri assicurati. Ciò sottolinea l'importanza di un'assicurazione presso l'ASRE per gli esportatori nelle situazioni di crisi e di fronte a eventi imprevedibili. Secondo uno studio comparativo condotto a livello internazionale su diverse agenzie di credito all'esportazione<sup>139</sup>, l'efficacia dell'ASRE ha ottenuto valutazioni da molto buone a ottime in numerosi ambiti.

<sup>137</sup> RS 946.10

<sup>138</sup> ASRE (2022): *La strategia climatica dell'ASRE*, disponibile sul sito [www.serv-ch.com](http://www.serv-ch.com) > Sostenibilità.

<sup>139</sup> TradeRX Public Management Consulting (2020): *SERV Benchmarking* (non disponibile in italiano), disponibile sul sito [www.seco.admin.ch](http://www.seco.admin.ch) > Promozione della piazza economica > Promozione delle esportazioni e della piazza economica > Assicurazione contro i rischi delle esportazioni.

## 6 Ripercussioni dei decreti federali proposti

Con il presente messaggio, vi sottoponiamo cinque decreti di finanziamento per diversi strumenti di promozione della piazza economica della Confederazione per gli anni 2024–2027, nonché un decreto federale concernente ulteriori versamenti nel Fondo per lo sviluppo regionale per gli anni 2024–2031<sup>140</sup>. Questi decreti non producono effetti normativi o regolatori e si fondano su leggi in vigore.

### 6.1 Ripercussioni per la Confederazione

#### 6.1.1 Ripercussioni finanziarie

Con il presente messaggio, proponiamo alle vostre Camere di approvare, per gli anni 2024–2027 due crediti d'impegno e tre limiti di spesa per un ammontare totale di 428,83 milioni di franchi. A ciò si aggiunge un limite di spesa di 217,3 milioni di franchi (12,7 mio. fr. in meno rispetto al precedente programma pluriennale) per alimentare il Fondo per lo sviluppo regionale negli anni 2024–2031 (cfr. tabella 18). Questo quadro finanziario consentirà di accelerare l'implementazione di EasyGov, di sviluppare ulteriormente la promozione delle esportazioni/della piazza economica e di mantenere la rotta finora tenuta e collaudata per gli altri strumenti di promozione.

Tabella 188

In mio. fr.	Proposta 2024–2027	Decreti federali 2020–2023	Spese effettive/previste 2020–2023	Differenza proposta/spese effettive	Onere supplementare rispetto alla pianificazione finanziaria	Differenza media proposta/ spese effettive (in % all'anno)
E-Government	32,80	21,70	21,70	11,10	18,30	12,79
Innotour	45,43	35,00 <sup>141</sup>	34,75	10,68	0	7,68
Svizzera Turismo	233,00	230,00	227,97	5,03	-3,84	0,55
Promozione delle esportazioni	99,10	94,80 <sup>142</sup>	97,68	1,42	3,02	0,36
Promozione della piazza economica	18,50	17,60	16,73	1,77	1,22	2,64
<b>Totale</b>	<b>428,83</b>	<b>399,10</b>	<b>398,83</b>	<b>30,00</b>	<b>18,70</b>	<b>1,88</b>

<sup>140</sup> A ciò si aggiunge un decreto federale che stabilisce il programma pluriennale della Confederazione 2024–2031 per l'attuazione della Nuova politica regionale (NPR).

<sup>141</sup> In questa cifra sono compresi 5 milioni di franchi per l'anno 2023 come parte integrante del programma di rilancio del turismo svizzero per il periodo 2023–2026.

<sup>142</sup> Questo include 4,3 milioni di franchi per il periodo 2020–2023 per misure destinate a grossi progetti infrastrutturali. La promozione di grossi progetti infrastrutturali negli anni 2025–2027 non è compresa.

In mio. franchi	Proposta 2024–2031	Decreti federali 2016–2023	Spese effettive/previste 2016–2023	Differenza proposta/spese effettive	Onere supplementare rispetto alla pianificazione finanziaria	Differenza media proposta/ spese effettive (in % all'anno)
Nuova politica regionale	217,30	230,00	204,92	12,38	12,78	0,76

Per il quadriennio 2020-2023 le vostre Camere avevano concesso crediti d'impegno e limiti di spesa pari complessivamente a 399,10 milioni di franchi per la promozione della piazza economica. Il limite di spesa per la Nuova politica regionale dell'importo di 230 milioni di franchi è stato già approvato nel 2016 per un periodo di otto anni. In fase di esecuzione del preventivo, le vostre Camere avevano approvato di fatto 398,83 milioni di franchi negli anni 2016–2023. A ciò si sono aggiunti 204,92 milioni di franchi negli anni 2016–2023 per la NPR. La riduzione delle spese rispetto alla pianificazione è da ricondurre soprattutto a decisioni prese durante il processo di preventivazione e a correzioni del rincaro.

Inoltre, per gestire le conseguenze della pandemia di COVID-19, Svizzera Turismo ha ricevuto altri 70 milioni di franchi per la promozione della domanda turistica e per lo sgravio fiscale dei suoi partner per un importo di nonché 5,6 milioni di franchi supplementari per la promozione delle esportazioni.

L'ulteriore sviluppo di EasyGov si ricollega anche agli obiettivi dell'ADS. Il potenziamento di EasyGov come portale di accesso centrale per le imprese è infatti sancito nel piano di attuazione del Governo elettronico dell'ADS. È pertanto auspicabile che tale potenziamento confluisca nella strategia dell'ADS anche per il nuovo periodo 2024–2027 e che sia co-finanziato con i fondi dell'ADS stessa. Poiché, tuttavia, l'ADS ha già stabilito quali progetti finanzia nel 2024, è lecito presumere che, salvo diverse decisioni, il finanziamento di EasyGov non inizierà prima del 2025, rientrando in ogni caso nella strategia e nel quadro del finanziamento previsto per gli anni 2024–2027. Esso dipenderà inoltre dai decreti cantonali pertinenti e dall'entrata in vigore della LMeCA<sup>143</sup>, che ne costituisce il fondamento. Le risorse finanziarie necessarie per accelerare l'ampliamento della piattaforma andranno inserite nella pianificazione strategica dell'ADS a partire dal 2025, facendo in modo che esse siano possibilmente in linea con l'aumento previsto rispetto alla pianificazione finanziaria attuale (circa 4,6 mio. fr. all'anno). La SECO presenterà all'ADS una domanda in tal senso per il periodo 2025–2027. L'aumento del 2024 andrà a carico del bilancio federale. Gli organi di direzione dell'ADS si pronunceranno in modo indipendente sulla domanda della SECO. Approvando il credito d'impegno, le vostre Camere consentiranno a EasyGov di poter contare sulla sicurezza necessaria in termini di pianificazione, indipendentemente dai canali specifici che erogheranno il finanziamento nel quadro del bilancio federale.

Le previsioni sui tassi di rincaro in base alle quali è stata stabilita la portata dei crediti d'impegno e dei limiti di spesa sono riportate nei decreti federali. Queste previsioni si fondano sullo stato dell'indice nazionale dei prezzi al consumo di dicembre 2022

<sup>143</sup> FF 2022 805 nonché messaggio del 4 marzo 2022 sulla legge federale concernente l'impiego di mezzi elettronici per l'adempimento dei compiti delle autorità (FF 2022 804).

(104,4 punti), che si riferisce alla serie dell'indice «dicembre 2020 = 100 punti». I crediti a preventivo annui saranno di volta in volta adeguati alle previsioni attuali sul rincaro.

I limiti di spesa e i crediti d'impegno sono importi massimi che le vostre Camere fissano per determinate spese e non rappresentano lo stanziamento del credito. I crediti a preventivo necessari per le spese a favore della promozione della piazza economica devono essere richiesti di anno in anno mediante il bilancio e approvati dalle vostre Camere. In considerazione dei disavanzi strutturali dell'ordine di miliardi negli anni di pianificazione finanziaria<sup>144</sup>, il nostro Consiglio definirà nel febbraio 2023 un piano di correzione con dati di riferimento per rispettare il freno all'indebitamento nei prossimi anni. Poiché i disavanzi si sono formati a causa dell'accumulo di nuovi progetti che generano spese, senza contromisure non scompariranno nemmeno se l'andamento economico dovesse migliorare. Almeno a breve termine, occorrerà definire delle priorità e operare tagli trasversali. Tali tagli alla spesa prevista in bilancio permetterebbero di non utilizzare appieno i crediti d'impegno e i limiti di spesa richiesti nel presente messaggio.

Per l'attuazione del messaggio concernente la promozione della piazza economica, il preventivo globale della SECO prevede attualmente quasi 1,5 milioni di franchi all'anno per misure di accompagnamento quali l'elaborazione di valutazioni e le spese informatiche (escl. e-government per le PMI).

### 6.1.2 Ripercussioni sull'effettivo del personale

Nel 2022 l'effettivo del personale addetto alla promozione della piazza economica comprendeva circa 49 posti a tempo pieno, 10,5 dei quali a tempo determinato (numero di equivalenti a tempo pieno supplementari approvati annualmente: 2021 = 10; 2022/23 = 11; 2024–2026 = 8; 2027–2030 = 6; 2031/32 = 3). Con i posti a tempo determinato sono attuate le misure COVID-19 (cfr. n. 1.3).

Per ampliare e rafforzare i requisiti di sicurezza, nell'ambito di EasyGov si farà sempre più ricorso a personale interno anziché a mandati esterni (cfr. a questo riguardo il messaggio concernente la legge sullo sgravio delle imprese)<sup>145</sup>. A seguito di questa internalizzazione, il personale della SECO aumenterà di 10 posti a tempo pieno, corrispondenti a 1,8 milioni di franchi all'anno. Questi posti aggiuntivi saranno finanziati riducendo di 7,2 milioni di franchi il credito d'impegno per il finanziamento delle attività di e-government. Dal 2033 non sono previsti ulteriori posti a tempo pieno, a parte l'internalizzazione nel settore di EasyGov.

Il DFAE finanzia attualmente spese per il personale pari a circa 9,68 milioni di franchi all'anno per la promozione delle attività economiche all'estero nella rete esterna. I costi per questi circa 85,5 equivalenti a tempo pieno per conto di S-GE (cfr. anche

<sup>144</sup> Consiglio federale svizzero (2022): *Rapporto supplementare del 19 ottobre 2022 al preventivo 2023 con piano integrato dei compiti e delle finanze 2024–2026*, disponibile sul sito [www.efv.admin.ch](http://www.efv.admin.ch) > Rapporti finanziari > Preventivo con piano integrato dei compiti e delle finanze.

<sup>145</sup> FF 2023 166

n. 5.2) non sono oggetto del presente messaggio. Per motivi di diritto internazionale, i collaboratori attivi in questo ambito hanno un contratto di lavoro con il DFAE, ma dal punto di vista tecnico sono gestiti da S-GE. Per attuare le misure nel settore dei grandi progetti infrastrutturali, tra il 2022 e il 2024 saranno disponibili altri 0,6 milioni di franchi all'anno destinati a 6 equivalenti a tempo pieno (specialisti locali impiegati a titolo temporaneo) nei mercati prioritari. Considerato l'orientamento a lungo termine dei grandi progetti internazionali, è plausibile ritenere che il fabbisogno di personale si estenderà oltre il 2024.

Ad oggi, inoltre, 27 collaboratori (26,6 equivalenti a tempo pieno) di Svizzera Turismo lavorano per la rete esterna del DFAE. Per motivi di diritto internazionale questi collaboratori hanno tuttavia un contratto di lavoro con il DFAE (cfr. n. 3.4.3).

## **6.2 Ripercussioni per i Cantoni e i Comuni, per le Città, gli agglomerati e le regioni di montagna**

Con la promozione della piazza economica il nostro Consiglio consolida in tutte le regioni della Svizzera l'imprenditorialità, la forza innovativa, la creazione di valore aggiunto e quindi la competitività. Così facendo crea sia per i datori di lavoro – in particolare le PMI – sia per i lavoratori prospettive che vanno oltre i semplici aspetti economici. Poiché la maggior parte degli strumenti è pensata per l'intera Svizzera, le città e gli agglomerati, così come le aree rurali e le regioni di montagna beneficiano dell'impegno della Confederazione. La politica regionale è specificamente orientata alle regioni di montagna, alle aree rurali e alle regioni di confine. In interazione con gli altri strumenti di promozione della piazza economica, contribuisce quindi in modo significativo alla creazione e al mantenimento di posti di lavoro nelle regioni, alla salvaguardia degli insediamenti decentrati e alla riduzione delle disparità regionali. Anche il perimetro della SCA per la concessione di prestiti è limitato e comprende le aree turistiche e le località termali.

Dal punto di vista finanziario, non vi sono modifiche essenziali rispetto al periodo precedente (2020–2023). Nell'ambito della NPR, i Cantoni continuano a partecipare almeno nella stessa misura della Confederazione al finanziamento dei programmi di attuazione.

Nemmeno dal punto di vista del personale vi sono modifiche essenziali rispetto al periodo precedente (2020–2023). Le ripercussioni finanziarie e sull'effettivo del personale per i Comuni dipendono dalle disposizioni cantonali.

## **6.3 Collaborazione tra la Confederazione e i Cantoni**

La stretta e continua collaborazione basata sulla fiducia reciproca con gli enti di promozione economica e della piazza economica dei Cantoni e con le altre parti interessate è un fattore decisivo senza il quale non sarebbe possibile attuare con successo la strategia di promozione della piazza economica della Confederazione. Negli ultimi anni la Confederazione, i Cantoni e altri partner hanno effettuato investimenti mirati in questo settore, per cui la cooperazione sta andando nel complesso molto bene. Per

riunire gli attori dei vari campi d'azione della promozione della piazza economica e per sottoporre costantemente gli strumenti utilizzati a un «reality check», sono ora disponibili varie piattaforme orientate alle esigenze. Ne sono un esempio le «conferenze di promozione della piazza economica», che si svolgono dal 2017 e alle quali partecipano la SECO e i responsabili dei servizi cantonali dell'economia e del turismo.

La riduzione degli oneri amministrativi a carico delle imprese è un obiettivo della politica a favore delle PMI perseguito sia dalla Confederazione sia dai Cantoni. La stretta collaborazione avviene in particolare sia con l'ADS sia attraverso l'integrazione in EasyGov dei servizi offerti dalle autorità cantonali. Esiste anche uno scambio istituzionalizzato tra la Confederazione e i Cantoni sugli approcci per alleggerire il carico amministrativo delle imprese.

Nell'ambito della *politica del turismo*, ogni anno è organizzato un incontro con gli Uffici turistici cantonali. I Cantoni sono inoltre partner importanti del Forum Turismo Svizzera (FTS), che funge da piattaforma di dialogo e coordinamento in questo ambito.

In occasione della «Conferenza dei servizi cantonali NPR e Interreg (CSC)», la SECO e i Cantoni discutono trimestralmente dell'attuazione della *NPR* e dei temi di attualità della *politica regionale*. In vista della preparazione del programma pluriennale 2024–2031, vari gruppi di lavoro della CSC – ampliati a seconda dell'argomento per includere esperti di economia, politica, scienza e società civile – hanno accompagnato lo sviluppo di *piani strategici* e linee guida. Tali gruppi di lavoro tematici saranno istituiti anche durante la fase di attuazione, se necessario.

Nell'ambito della *promozione delle esportazioni* è messa in atto una collaborazione ad hoc con singoli Cantoni, per esempio organizzando congiuntamente eventi informativi nel quadro della «serie di dialoghi sulle esportazioni».

La *promozione della piazza economica* è un compito congiunto di Confederazione e Cantoni. Il mandato è gestito dal gruppo di pilotaggio «Promozione dell'immagine della Svizzera», co-presieduto dalla Conferenza dei direttori economici e dalla SECO e in cui i Cantoni sono rappresentati a livello regionale o di gruppo. I Cantoni sono strettamente coinvolti nel controllo e nella gestione strategica, nonché in importanti decisioni a lungo termine.

## 6.4 Ripercussioni per l'economia

L'obiettivo principale della promozione della piazza economica è mantenere e aumentare sul lungo periodo la competitività dell'economia svizzera, dominata dalle PMI, creare posti di lavoro attraenti grazie all'elevato valore aggiunto e garantire alla Svizzera una piazza economica sostenibile. La promozione della piazza economica, parte integrante della politica economica della Confederazione, si concentra sulle esigenze delle PMI e delle regioni. Promuove uno sviluppo economico sostenibile in Svizzera, che contribuisce anche ad aumentare la resilienza delle imprese e delle regioni, nonché a garantire e valorizzare le risorse naturali e la solidarietà sociale.

Attraverso questo strumento, il nostro Consiglio si adopera per garantire che le PMI e le regioni sfruttino le opportunità offerte dallo sviluppo sostenibile e dalla digitalizzazione. La promozione della piazza economica contribuisce al continuo miglioramento delle condizioni quadro per le PMI e sostiene le prestazioni degli attori economici attraverso strumenti mirati. Oltre a concorrere al rafforzamento della competitività delle regioni, migliora la visibilità della piazza economica svizzera all'estero e ne consolida la presenza sul mercato. Il presente progetto ha pertanto ripercussioni positive per l'economia in generale in tutte le regioni della Svizzera.

Inserita nell'ordinamento statale federalista, la promozione della piazza economica è conforme ai principi di una politica orientata al mercato e alla sostenibilità. Le sue attività sono incentrate sulla creazione di condizioni quadro favorevoli alle PMI in materia di concorrenza e su strumenti di promozione che rispondono a un mandato politico. Nel definire tale mandato e i relativi strumenti di promozione, il nostro Collegio privilegia soluzioni che favoriscono lo spirito d'iniziativa e d'innovazione degli attori privati e che consentono di aumentare la produttività. In linea con la Strategia per uno sviluppo sostenibile 2030 (SSS 2030)<sup>146</sup>, la promozione della piazza economica deve contribuire a impostare i processi produttivi secondo un approccio sostenibile.

I numeri 2–5 forniscono informazioni sulle ripercussioni economiche dei singoli strumenti della promozione della piazza economica. Questi ultimi sono valutati a intervalli regolari e i loro effetti quantificati nella misura del possibile. Non è pertanto stata effettuata un'analisi d'impatto della regolamentazione del presente progetto, che peraltro non contiene disposizioni regolatorie.

## 6.5 Ripercussioni per la società

Con la promozione della piazza economica, i suoi strumenti e le sue attività, il nostro Consiglio contribuisce al mantenimento e alla creazione di posti di lavoro. Promuove quindi la prosperità della società in tutte le regioni della Svizzera come importante prerequisito per la salute e la sicurezza.

Con la promozione della piazza economica, il nostro Consiglio sostiene l'imprenditorialità e l'innovazione come base per nuovi modelli di business resilienti e sostenibili per le realtà economiche. Fornisce un contributo al settore della formazione attraverso la creazione e la diffusione delle conoscenze, lo sviluppo di opportunità formative e la qualificazione degli attori regionali. Il rafforzamento economico delle regioni può inoltre avere ricadute positive sull'identità regionale.

Incentivando il collegamento in rete degli attori economici e il pensiero e l'azione in spazi funzionali e cicli regionali, il nostro Consiglio si avvale della promozione della piazza economica per rafforzare la partecipazione, i valori sociali e la solidarietà nazionale. La valorizzazione del potenziale economico endogeno accresce indirettamente la coesione sociale all'interno e tra le regioni. Con la promozione della piazza

<sup>146</sup> Consiglio federale svizzero (2021a): *Strategia per uno sviluppo sostenibile 2030*, disponibile sul sito [www.are.admin.ch](http://www.are.admin.ch) > Sviluppo sostenibile > Pubblicazioni > *Strategia per uno sviluppo sostenibile 2030*.

economica, il nostro Collegio contribuisce inoltre a rallentare l'esodo dalle zone rurali e montane, e quindi a mantenere la decentralizzazione degli insediamenti, nonché a salvaguardare e migliorare una cultura architettonica di qualità in Svizzera.

Con la promozione della piazza economica, il nostro Consiglio sostiene le regioni economicamente svantaggiate e contribuisce a ridurre le disparità socio-economiche. Mantenendo i posti di lavoro esistenti, creandone di nuovi e incentivando l'imprenditorialità femminile, la promozione della piazza economica concorre all'aumento delle opportunità di occupazione (a tempo parziale) e quindi indirettamente alla parità di genere (fideiussioni). Il nostro Collegio fa leva sull'iniziativa e sull'autoresponsabilità degli attori privati e rafforza gli scambi economici sia all'interno della Svizzera sia con altri Paesi, in particolare attraverso la promozione del commercio estero e la cooperazione transfrontaliera. Cofinanzia progetti che eliminano gli ostacoli strutturali per le persone a mobilità ridotta (SCA) o che sono incentrati sullo sviluppo di prodotti turistici su misura per gli anziani (Innotour). Promuove inoltre le innovazioni sociali, nella misura in cui queste attivano impulsi economici regionali (NPR).

Incentivando la prosperità generale, la coesione tra le regioni, la cooperazione all'interno degli spazi funzionali e nei sistemi regionali nonché collegando sul piano orizzontale e verticale gli attori a tutti i livelli statali, la promozione della piazza economica può avere un impatto positivo indiretto sulla solidarietà sociale in tutto il Paese. Per quanto riguarda gli effetti sull'immigrazione, si rimanda al messaggio del 20 febbraio 2019<sup>147</sup> concernente la promozione della piazza economica 2020–2023.

## 6.6 Ripercussioni per l'ambiente

La promozione della piazza economica è una politica orientata sul lungo periodo e incentrata sul principio della sostenibilità; il nostro Consiglio si adopera per impostare l'attuazione degli strumenti di promozione in maniera tale da trovare soluzioni che consentano di usare efficacemente le risorse economiche, sociali e naturali. I potenziali conflitti con gli obiettivi ambientali e socio-politici sono affrontati in modo proattivo e trasparente, per evitare o almeno ridurre i rischi corrispondenti in queste interfacce. Come avviene nelle altre politiche settoriali della Confederazione, anche nell'ambito della promozione della piazza economica il nostro Consiglio tiene conto degli obiettivi dell'Agenda 2030 e della SSS 2030. In tutte le attività di promozione, gli aspetti rilevanti dello sviluppo sostenibile vengono esaminati sulla base delle linee guida e delle strategie esistenti della Confederazione, nonché degli obiettivi e degli indicatori di sostenibilità stabiliti. Con la promozione della piazza economica, il nostro Collegio contribuisce a far sì che le opportunità economiche nei settori del clima, dell'energia e della biodiversità siano riconosciute e sfruttate, riducendo così i rischi ecologici, attraverso la creazione di conoscenze e competenze e incentivi finanziari. Sebbene gli obiettivi e i compiti di politica economica siano in primo piano, con la promozione della piazza economica il nostro Consiglio sostiene anche gli obiettivi di altre politiche (climatica, energetica, del paesaggio ecc.).

<sup>147</sup> FF 2019 2035 n. 6.5.



Con la sua promozione della piazza economica, il nostro Consiglio contribuisce alla protezione del clima e all'adattamento climatico, nonché alla tutela e allo sviluppo della biodiversità, del paesaggio e della cultura edilizia. La politica del turismo, ad esempio, sostiene lo sviluppo e la diversificazione dell'offerta, in particolare promuovendo il turismo in estate e durante tutto l'arco dell'anno, la mobilità sostenibile e la valorizzazione delle qualità paesaggistiche e architettoniche nel turismo. L'ASRE opera nel rispetto degli standard internazionali per esaminare le questioni ambientali, sociali e dei diritti dell'uomo e riduce i rischi climatici con la sua strategia per il clima. La NPR fornisce agli attori delle regioni le competenze necessarie per svolgere le proprie attività economiche con un approccio più sostenibile e quindi per affrontare le sfide del cambiamento climatico in modo orientato alle opportunità. Gli investimenti nelle infrastrutture sono ottimizzati per quanto riguarda la protezione del clima, l'adattamento climatico e il consumo di energia e risorse.

I progetti sostenuti nell'ambito infrastrutturale (p. es. impianti di risalita, zone industriali e commerciali, settore alberghiero, progetti legati ai rischi delle esportazioni, insediamento di imprese) possono avere ripercussioni negative su suolo, paesaggio e biodiversità. I rischi ecologici devono essere identificati a uno stadio precoce ed evitati o ridotti al minimo. Nel caso di progetti infrastrutturali, sono utilizzati gli strumenti ordinari di pianificazione e di diritto ambientale, che garantiscono la ponderazione degli interessi con la partecipazione pubblica (piani direttori e piani di utilizzazione, procedure di approvazione dei piani e delle concessioni, valutazioni di impatto ambientale, permessi di costruzione).

I progetti innovativi sostenuti dalla promozione della piazza economica (coaching per PMI, Innoutour, e-government per PMI) spesso portano a un aumento dell'efficienza delle risorse e della produttività. La promozione della piazza economica ha un effetto positivo sull'uso delle energie rinnovabili e sui cicli economici regionali. Generalmente, la crescita economica può condurre a un maggiore consumo di energie (rinnovabili e non rinnovabili) e amplificare l'impatto sull'uomo e sull'ambiente. Attraverso il sostegno alle innovazioni nei campi della tecnologia, dei sistemi e dei processi, vengono portati e, ove possibile, ottimizzati, i progressi raggiunti nella tutela dell'ambiente e delle risorse.

## **7                   Aspetti giuridici**

### **7.1                Costituzionalità**

Le basi costituzionali e giuridiche sono indicate contestualmente allo strumento di promozione descritto.

### **7.2                Compatibilità con gli impegni internazionali della Svizzera**

Il presente progetto non ha ripercussioni sugli impegni internazionali della Svizzera.

### 7.3 Subordinazione al freno alle spese

Secondo l'articolo 159 capoverso 3 lettera b Cost.<sup>148</sup>, le disposizioni in materia di sussidi, i crediti d'impegno e le dotazioni finanziarie implicanti nuove spese uniche di oltre 20 milioni di franchi o nuove spese ricorrenti di oltre 2 milioni di franchi richiedono il consenso della maggioranza dei membri di ciascuna Camera. Questa disposizione si applica a tutti i decreti di finanziamento del presente messaggio.

### 7.4 Rispetto del principio di sussidiarietà e del principio dell'equivalenza fiscale

Nell'assegnazione e nell'adempimento dei compiti statali va osservato il principio della sussidiarietà (art. 5a Cost.). L'articolo 43a capoverso 1 Cost. stabilisce che la Confederazione assume unicamente i compiti che superano la capacità dei Cantoni o che esigono un disciplinamento uniforme da parte sua. La Confederazione è chiamata a fare un utilizzo moderato delle proprie competenze e a concedere ai Cantoni un margine di manovra sufficiente per adempiere ai loro compiti.

Il nostro Consiglio porta avanti la promozione della piazza economica a titolo sussidiario, a completamento dell'attività di attori privati, Cantoni e Comuni e sulla base di mandati politici. Questo approccio sussidiario genera impulsi per l'attività economica, l'innovazione e l'iniziativa personale di attori privati e statali a livello regionale e locale; esso presuppone cioè che i beneficiari del sostegno apportino il proprio contributo. Nel contempo, vengono evitate le distorsioni della concorrenza.

Sussidiarietà significa però anche collaborazione tra attori statali, privati e altri fornitori di servizi pubblici. La promozione della piazza economica comprende, tra gli altri, compiti attribuiti alla Confederazione e compiti attribuiti ai Cantoni. In questo contesto, la Confederazione va a integrare le attività dei Cantoni e questo spiega perché i suoi strumenti sono calibrati su quelli di questi ultimi. L'attuazione delle misure contro la pandemia (cfr. n. 1.3) è un esempio di come la promozione della piazza economica rispetti il principio di sussidiarietà.

In base al principio dell'equivalenza fiscale sancito dall'articolo 43° Cost., la collettività che fruisce di una prestazione statale ne assume i costi (cpv. 2); la collettività che assume i costi di una prestazione statale può decidere in merito a questa prestazione (cpv. 3).

Il principio dell'equivalenza fiscale prevede quindi una corrispondenza tra i beneficiari di una prestazione statale, i finanziatori e gli organi decisionali: quando la collettività trae un beneficio da una prestazione statale, ne assume i costi (art. 43a cpv. 2 Cost.) e, quando la collettività assume i costi di una prestazione statale, può decidere in merito a tale prestazione (art. 43a cpv. 3 Cost.).

Nell'attuare la promozione della piazza economica, il nostro Consiglio attribuisce grande valore al rispetto di questo principio. Se Confederazione e Cantoni traggono lo stesso beneficio da una prestazione statale, dai Cantoni è attesa una partecipazione

<sup>148</sup> RS 101

finanziaria commisurata, come avviene, per esempio, con la realizzazione della NPR o con la promozione della piazza economica (cfr. n. 5.4.3).

Questo consente di rispettare il principio dell'equivalenza fiscale in termini di congruenza tra finanziatori e organi decisionali.

## 7.5 Conformità alla legge sui sussidi

### Innotour

Le attività innovative nell'ambito del turismo sono spesso legate a vari malfunzionamenti del mercato, tra cui influssi esterni, beni pubblici o informazioni incomplete; le innovazioni in questo campo non sarebbero le stesse senza i sussidi della Confederazione. Gli aiuti finanziari di Innotour sono pensati come finanziamento iniziale, una tantum e sussidiario, sotto forma di contributi forfettari e sono subordinati alle misure di solidarietà congrue. La modifica temporanea delle basi legali pertinenti consentirebbe di contenere l'importo minimo richiesto in termini di prestazioni proprie (cfr. n. 3.3.1). Tuttavia, a fronte degli effetti della pandemia di COVID-19 sul turismo, l'impulso temporaneo e una tantum che ne scaturirebbe per rilanciare la competitività del settore sarebbe giustificato. Gli operatori del settore turistico continuerebbero a farsi carico di parte dei costi anche nel periodo che va dal 2023 al 2026.

Il rapporto tra il finanziamento di Innotour e il finanziamento proveniente dai promotori dei progetti è circa di uno a tre. La portata finanziaria è descritta al numero 3.3.4, mentre il numero 3.3.2 fornisce ragguagli sulle domande di aiuto finanziario e l'efficacia di Innotour. In termini materiali e finanziari, il sussidio è regolato da decisioni e convenzioni di diritto pubblico e la procedura di concessione è rivista e sviluppata a intervalli regolari. La SECO pubblica su Internet la lista dei progetti finanziati.

### Svizzera Turismo

Il marketing turistico della Svizzera ha il carattere di un bene pubblico: a trarne beneficio sono in molti, ma solo pochi sono disposti a pagare qualcosa in cambio. Con gli aiuti finanziari stanziati per ST, la Confederazione contribuisce a colmare questa lacuna. Senza il marketing turistico nazionale, il numero di turisti provenienti da tutto il mondo sarebbe inferiore. Le prestazioni di ST sono sostanzialmente complementari alle iniziative del settore privato. ST si concentra infatti su prestazioni messe a punto nell'interesse del turismo in tutto il Paese e altrimenti inesistenti sul mercato perché non offerte in modo paragonabile da fornitori privati aventi interessi commerciali. Il numero 3.4.3 fornisce informazioni sulla portata finanziaria dei sussidi. La Confederazione finanzia poco più della metà del preventivo annuo di ST. Negli anni 2020 e 2021 (pandemia di COVID-19), la partecipazione federale al preventivo annuo di ST è stata del 70,6 per cento. ST è finanziata anche dai contributi dei suoi membri. Inoltre, la Confederazione prevede che ST riunisca i fondi di terzi per la promozione della piazza turistica svizzera. In termini materiali e finanziari, il sussidio è regolato tramite una convenzione quadriennale tra SECO e ST in cui sono disciplinate le attività di controlling, rendicontazione e monitoraggio. Su questa base, la SECO intrattiene un regolare scambio di informazioni con ST sotto forma di colloqui di controlling semestrali e gruppi di lavoro che si riuniscono circa quattro volte all'anno. La

SECO rivede e aggiorna periodicamente il proprio modello di vigilanza e le analisi dei rischi per la vigilanza di ST. L'efficacia delle attività di marketing di ST è oggetto di costanti verifiche. Secondo le stime, per il settore alberghiero e paralberghiero svizzero la scelta della destinazione e del pernottamento è influenzata da Svizzera Turismo nel 14 per cento dei casi.

### **Promozione delle esportazioni**

L'attività d'informazione condotta all'insegna della promozione delle esportazioni è un bene pubblico che il mercato non offre nella misura auspicata. Senza la promozione delle esportazioni finanziata dallo Stato, andrebbe persa una parte del potenziale delle PMI, componenti essenziali del tessuto economico svizzero, per esempio perché le opportunità commerciali internazionali sono poco note e quindi difficili da cogliere. Conformemente alla legge federale sulla promozione delle esportazioni, l'offerta delle prestazioni in materia deve essere proposta a completamento dell'iniziativa privata e nel rispetto del principio di sussidiarietà. La portata finanziaria del sussidio è indicata al numero 5.3.3. La SECO regola l'utilizzo dei sussidi concessi a S-GE tramite convenzioni di prestazioni (obiettivi strategici, obiettivi annuali) che, ogni quattro anni, vengono adattate alle nuove sfide poste dal mercato. L'efficacia e l'opportunità della promozione delle esportazioni, nonché le prestazioni dei soggetti che la attuano, sono valutate a intervalli regolari.

### **Promozione della piazza economica**

Le misure per la promozione della piazza imprenditoriale svizzera pongono rimedio alle lacune del mercato. Per insediarsi in un nuovo Paese, le imprese hanno bisogno di informazioni, per esempio per quanto riguarda il sistema fiscale, il diritto del lavoro o il mercato dei capitali. Non tutte le imprese desiderano o sono in grado di coprire i costi necessari per procurarsi questo tipo di informazioni. In tali circostanze, il mercato non offre prestazioni di cui avvalersi, o quanto meno non nella misura sufficiente (bene pubblico). Senza la promozione della piazza economica, la piazza imprenditoriale svizzera non godrebbe della sufficiente visibilità all'estero e diminuirebbe quindi il numero di imprese straniere a forte valore aggiunto che si insediano nel nostro Paese. Le misure volte a promuovere la piazza economica intervengono sussidiariamente rispetto all'iniziativa privata. Come conseguenza della ripartizione federale delle competenze in materia di promozione economica, tali misure sono complementari alle attività dei Cantoni. La portata finanziaria del sussidio è indicata al numero 5.4.3. La Confederazione e i Cantoni hanno incaricato S-GE dell'attuazione operativa della promozione della piazza economica svizzera; insieme stabiliscono le priorità strategiche di S-GE e assicurano un controlling efficace degli obiettivi concordati, garantendo inoltre un utilizzo efficiente degli aiuti finanziari stanziati. L'efficacia e l'opportunità della promozione della piazza economica, nonché le prestazioni dei soggetti incaricati, sono valutate a intervalli regolari.

### **Nuova politica regionale**

La NPR sostiene progetti di politica economica regionale con prestiti e contributi a fondo perduto che rientrano nel quadro della legge sui sussidi (LSu). Adesso, in misura limitata, è possibile sostenere anche piccoli progetti infrastrutturali attraverso contributi a fondo perduto. Mentre ai Cantoni competono la selezione, la valutazione,

l'autorizzazione e l'accompagnamento dei progetti, la SECO e i Cantoni concordano gli orientamenti generali della NPR nel quadro delle convenzioni di programma quadriennali. Le convenzioni precisano l'applicabilità dei crediti LSu alle iniziative di promozione della NPR e disciplinano il controllo finanziario e materiale dei programmi NPR (monitoraggio, rapporti, rendicontazione ecc.).

I Cantoni partecipano al finanziamento dei programmi NPR in misura almeno equivalente alle Confederazione. A livello di singoli progetti, il finanziamento comprende la partecipazione NPR congiunta di Confederazione e Cantoni, la prestazione propria dei promotori dei progetti e i fondi di terzi. Ai numeri 4.3.6 e 4.4 sono riportate informazioni sugli aspetti finanziari e sull'efficacia.

Le procedure e i processi della NPR sono oggetto di regolari verifiche e sviluppi. La SECO pubblica i progetti finanziati nella banca dati del Centro della rete dello sviluppo regionale in Svizzera (regiosuisse).

### **Politica a favore delle PMI**

Il credito d'impegno destinato al finanziamento delle attività di governo elettronico a favore delle PMI per gli anni 2020–2023 non è un sussidio e non rientra pertanto nel campo d'applicazione della legge sui sussidi. Per questa ragione, non viene trattato in questa sede.

## Elenco delle abbreviazioni

ADS	Amministrazione digitale Svizzera
AELS	Associazione europea di libero scambio
AggloPol	Politica degli agglomerati
AP	Accordo programmatico
ASRE	Assicurazione svizzera contro i rischi delle esportazioni
CDC	Conferenza dei governi cantonali
CFP/MPK	Commissione fiere e progetti
Cost.	Costituzione federale
COTER	Consiglio per l'assetto del territorio
CPS	Concezione «Paesaggio svizzero»
CSC	Conferenza dei servizi cantonali NPR
CSI	Conferenza svizzera sull'informatica
DATEC	Dipartimento federale dell'ambiente, dei trasporti, dell'energia e delle comunicazioni
DEFR	Dipartimento federale dell'economia, della formazione e della ricerca
DFAE	Dipartimento federale degli affari esteri
DFF	Dipartimento federale delle finanze
EPC	<i>Engineering, Procurement and Construction</i>
FST	Federazione svizzera del turismo
FTS	Forum Turismo Svizzera
FUSC	Foglio ufficiale svizzero di commercio
ITC	<i>International Trade Centre</i>
KONA	Centro di competenza per la sostenibilità
LIM	Legge federale sull'aiuto agli investimenti nelle regioni montane
LOGA	Legge sull'organizzazione del Governo e dell'Amministrazione
LPR	Legge federale sulla politica regionale
LSgrI	Legge sullo sgravio delle imprese
LSu	Legge sui sussidi
MICE	<i>Meetings, Incentives, Conventions and Exhibitions</i>
NPR	Nuova politica regionale
OCSE	Organizzazione per la cooperazione e lo sviluppo economico

---

ONU	Organizzazione delle Nazioni Unite
OPCR	Ordinanza sui provvedimenti per i casi di rigore
OPR	Ordinanza sulla politica regionale
P	Preventivo
PA	Programmi di attuazione
P-LRB	Politica per le aree rurali e le regioni montane
PMI	Piccole e medie imprese
PP	Programma pluriennale NPR
RIS	Sistemi regionali di innovazione
SBH	<i>Swiss Business Hub</i>
SCA	Società svizzera di credito alberghiero
SDG	<i>Sustainable Development Goals</i>
SECO	Segreteria di Stato dell'economia
SFI	Segreteria di Stato per le questioni finanziarie S-GESwitzerland <i>Global Enterprise</i>
SSS	Strategia per uno sviluppo sostenibile
ST	Svizzera Turismo
STCo	Sviluppo territoriale coerente
Suva	Istituto nazionale svizzero di assicurazione contro gli infortuni
TSA	<i>Tourism Satellite Account</i> (conto satellite del turismo)
UE	Unione europea
UFE	Ufficio federale dell'energia
UST	Ufficio federale di statistica internazionali
WEF	<i>World Economic Forum</i>

