



## Dicastero amministrazione generale

### Servizi centrali

Servizio cancelleria  
Piazza Nosetto 5  
6500 Bellinzona

T +41 (0)58 203 10 00

F +41 (0)58 203 10 20

cancelleria@bellinzona.ch

## Interpellanza 39/2021

### Fa stato la versione pronunciata durante la seduta del Consiglio comunale

Si pensa che il tema sollevato dall'interpellanza derivi con ogni probabilità dal fatto che il Legislativo sia stato da poco rinnovato e, giustamente alcuni passaggi di informazione non sono automatici, anche ai Consiglieri comunali più solleciti.

Il promovimento economico non è un compito che i Comuni storicamente svolgono, in quanto non vi sono obblighi legali in tal senso. Ciò non toglie che tutti gli Enti locali, in modo più o meno strutturato, portano avanti progetti che mirano alla crescita economico-sociale e intessono relazioni con la realtà economica locale.

La ex-Bellinzona, non aveva un Servizio di promozione economica, ma nelle ultime legislature questo compito era assunto direttamente dal Direttore dei servizi finanziari. Con l'aggregazione, la nuova Città ha più recentemente inserito in organigramma un Servizio di promozione economica, seppur esso non sia provvisto di un Responsabile di Servizio, con la conduzione affidata al Direttore del Settore Finanze e promozione economica, e la sua dotazione di personale sia limitata. In questo senso, si risponderà in dettaglio in seguito alle puntuali domande poste.

Quale premessa vale però la pena di commentare l'affermazione contenuta nel titolo dell'interpellanza, secondo la quale il promovimento economico sarebbe "sconosciuto"; il concetto è reiterato nell'incipit, dove l'interpellante scrive <<Il promovimento economico in Città ad oggi e dopo quattro anni di legislatura post aggregazione è qualcosa di misterioso. Si sa poco, forse nulla, ...>>.

Queste affermazioni, legate come detto probabilmente all'avvio della nuova Legislatura e al cambiamento di persone ad esso connesso, offrono l'opportunità di ricordare che sui compiti e gli obiettivi della Promozione economica cittadina si è più volte informato il Legislativo. Si richiamano quindi in questa sede i Messaggi municipali in cui la Promozione economica ha illustrato i propri progetti per l'anno successivo o per l'anno trascorso:

- MM 56, Preventivo 2018, capitolo 2.1.5, p. 19
- MM 207, Bilanci Consuntivi 2018, capitolo 2.5.3, pp. 45-47
- MM 150, Preventivo 2019, capitolo 2.1.5, p. 18-19

- MM 415, Bilanci Consuntivi 2019, capitolo 2.5.3, pp. 54-56
- MM 207, Preventivo 2020, capitolo 2.1.5, p. 21-23
- MM 492, Bilanci Consuntivi 2020, capitolo 2.5.3, pp. 49-50
- MM 449, Preventivo 2021, capitolo 2.1.5, p. 21-22

L'impostazione in base alla quale i vari ambiti della Città si presentano nel quadro dei Messaggi sui preventivi e sui consuntivi offre certamente – al lettore interessato – una parte importante delle informazioni auspiccate.

Giova inoltre ricordare che il lavoro in ambito di promozione economica svolto dall'Amministrazione è alla base di ulteriori Messaggi approvati dal Legislativo, i quali – oltre ad aver goduto di ampio sostegno – rappresentano passi molto significativi nell'ambito degli sforzi per contribuire allo sviluppo economico di Bellinzona. Si tratta in particolare dei seguenti Messaggi:

- MM 330 Realizzazione di un Infoshop-Visitor Center della Città di Bellinzona in Piazza Collegiata
- MM 463 Programma di Valorizzazione del patrimonio UNESCO "Fortezza di Bellinzona" con i Castelli e la murata

Il Servizio promozione economica si è poi occupato di uno svariato numero di specifiche Mozioni, Interpellanze e Interrogazioni.

Da ultimo è opportuno ricordare che molte informazioni sull'organizzazione e l'attività del Servizio promozione economica sono disponibili sul sito della Città di Bellinzona [www.bellinzona.ch](http://www.bellinzona.ch), da cui è inoltre possibile accedere direttamente ad alcuni link utili.

### **1. Come è organizzato l'ufficio del promovimento economico? Quante persone sono dedicate esclusivamente a questo ambito e quante altre ne fanno parte in diversa misura (in entrambi i casi in % lavorativa)?**

Formalmente e così come presentato nell'Organigramma del Dicastero finanze, economia e sport pubblicato in Internet e recentemente anche consegnato alla Commissione della gestione, il Servizio Promozione economica è composto di una sola unità lavorativa al 100%. Come già indicato, questo servizio non dispone di un Responsabile di Servizio, come hanno per contro il Servizio Gestione finanziaria e il Servizio Contribuzioni e esazione. La conduzione del Servizio è quindi garantita dal Direttore del Settore Finanze e promozione economica, che – unitamente al Segretario comunale e alla Direttrice del Settore Cultura e eventi garantiscono pure la supervisione nella Gestione della Fortezza di Bellinzona (di responsabilità della Città dal 1.1.2020).

Considerato che nella promozione economica è corretto far rientrare quanto in atto nell'ambito della valorizzazione della Fortezza, va considerata pure una seconda unità al 100%; questa e non solo questa è stata in questi anni parzialmente finanziata dal Cantone nell'ambito del citato progetto di valorizzazione.

### **2. Come è organizzato il lavoro dell'ufficio, quali gli obiettivi e in particolare quali gli indicatori utilizzati per valutarne il raggiungimento?**

Vi sono due possibili misure nella valutazione degli obiettivi da raggiungere: un primo aspetto è legato all'effettiva realizzazione dei progetti e obiettivi operativi fissati; un secondo aspetto è legato alla valutazione degli effetti positivi a medio-lungo termine prodotti da tali progetti. In relazione ai progetti realizzati, si rimanda ai citati Messaggi sui consuntivi e alla sintesi riportata sotto.

In relazione per contro agli effetti di medio-lungo termine, è bene chiarire che il medio termine è generalmente dimensionabile su 4 anni e il lungo termine ben oltre tale lasso di tempo. Se si considera che nei primi due anni successivi all'aggregazione le priorità del Settore Finanze e promozione economica erano ovviamente dedicate al corretto funzionamento interno dell'Amministrazione (nuovo piano contabile, nuovo modello contabile armonizzato 2, nuova banca dati dei contribuenti, prima emissione delle imposte, ripresa delle procedure esecutive degli ex-Comuni, ecc.) ben si comprende che il tempo trascorso non è sufficiente ad un giudizio d'efficacia.

Va poi rilevato che il Servizio Promozione economica è solo uno degli attori in gioco, assieme all'economia privata, a OTR, ERS-BV, Cantone, e a fattori esterni quali la pandemia, come pure le condizioni economiche cantonali, nazionali e internazionali, etc. Attribuire unicamente a tale Servizio meriti o demeriti dell'evoluzione economica locale sarebbe errato, nel bene come nel male.

### **3. Nei primi quattro anni di legislatura post aggregazione quale è stata la strategia messa in campo da questo ufficio, quali gli scenari percorsi e quali i risultati concreti ottenuti (esempi)?**

Come indicato in modo reiterato nei Messaggi sui consuntivi, l'attività svolta in ambito di promovimento economico dalla Città prende in gran parte spunto dalle riflessioni e dagli approfondimenti svolti nell'ambito del marketing territoriale già dalla precedente Bellinzona. L'attività improntata allo sviluppo economico della Città travalica ovviamente i compiti e le competenze specificatamente del Servizio Promozione economica, ma si estende anche sulle attività di altri Settori e del Municipio. Per conoscere quali siano gli assi di sviluppo voluti dal Municipio, si rimanda al capitolo 1.6 *Progetti strategici e obiettivi della nuova Città* del Messaggio Municipale sul preventivo 2018, dove si citano i seguenti temi:

- a) Scienze della vita (capitolo 1.6.2, p. 8)
- b) Turismo, svago e beni culturali (capitolo 1.6.3, pp. 8-10)
- c) Tecnologia e promozione industriale (capitolo 1.6.4, p. 10)
- d) Scienze dell'amministrazione (capitolo 1.6.5, pp. 10-11)
- e) Pianificazione territoriale e ambiente (capitolo 1.6.6, p. 11).

Le attività di cui si occupa il Servizio Promozione economica rientrano in particolare al punto "b" di cui sopra.

Inoltre, non citati negli assi strategici di sviluppo della Città vi sono tutta una serie di compiti che nondimeno competono al Servizio Promozione economica e che sono legati alle relazioni con i partner sul territorio (ERS-BV, OTR, Società Commercianti, Albergatori, Gastro, proprietari immobiliari, singoli attori economici, ecc.) per lo scambio di informazioni, la ricerca di sinergie o la realizzazione di progetti.

Da ultimo, sempre il Servizio Promozione economica si occupa dell'importante lavoro di raccolta di sponsorizzazioni private per la realizzazione del "Natale in Città"; con questo sostegno importante, il costo netto a carico della Città è ridotto a  $\frac{1}{4}$  del budget complessivo. Per dare concretezza a quanto sopra indicato, ecco sintetizzati i principali progetti gestiti / realizzati in questi anni nei 3 ambiti citati: 1) turismo; 2) "networking"; 3) Natale in Città

#### Turismo

- Conclusione studio di fattibilità del progetto di valorizzazione della fortezza di Bellinzona
- Segnaletica turistico-culturale per Centro storico di Bellinzona
- Audioguida per il Centro storico di Bellinzona
- Progettazione InfoPoint Bellinzona

- Negoziato con Cantone e altri partner per passare dallo studio di fattibilità al progetto definitivo per la Valorizzazione della Fortezza di Bellinzona
- Organizzazione di viaggi stampa con giornalisti e blogger d'Oltralpe, in collaborazione con OTR, ATT, Bellinzona Musei e Ente Carasc.
- Presentazione del Messaggio per il credito necessario alla realizzazione dell'InfoPoint Bellinzona
- Realizzazione (3 anni) di "Birra al Parco" in concomitanza con la Rassegna d'autunno
- Estensione del concetto di segnaletica turistico-culturale al progetto "Via del Ceneri"
- Realizzazione dell'InfoPoint Bellinzona in Piazza Collegiata
- Presentazione del Messaggio per il credito necessario alla pianificazione definitiva del progetto Valorizzazione della Fortezza di Bellinzona
- Co-gestione della Fortezza di Bellinzona
- Realizzazione di un nuovo logo "Fortezza Bellinzona"
- Progettazione e realizzazione gadget e prodotti per InfoPoint Bellinzona

#### Networking e sostegno alla realtà economica locale

- Coinvolgimento dei commerci in "Natale in Città" (lotteria per chi fa spesa in Città, premi immediati per chi fa spesa in Città, concorso miglior vetrina, ecc.)
- Progetto Espace Suisse
- Ottenimento del label "Fair Trade Town" per la promozione del commercio equo e attività di mantenimento del label
- Partecipazione al lavoro di ri-certificazione "Città dell'energia"
- Contatti regolari con commercianti, imprenditori e associazioni di categoria, che – come preannunciato nel Messaggio sul consuntivo 2018 – sono poi stati strutturati
- Collaborazione per la nascita e la diffusione del progetto #iosostengobellinzona a favore del commercio locale
- Messa in contatto dei proprietari d'immobili con potenziali affittuari per gli spazi commerciali
- Agevolazioni sui parcheggi nel periodo natalizio, per favorire i commerci
- Strutturazione e incontri regolari del Tavolo di dialogo "Commerci" che riunisce rappresentanti di: Società commercianti, albergatori, GastroBellinzona, Federcommercio e proprietari immobiliari. Esso è un prodotto diretto del progetto "Espace Suisse" di cui si dirà dopo. A questi incontri sono pure invitati ERS e OTR.
- Strutturazione e incontri regolari del "Tavolo di dialogo Industria e Artigianato" che riunisce rappresentanti del settore e delle Associazioni di categoria in questo ambito. A questi incontri è pure presente l'ERS.
- Collaborazione con Ente Carasc per progetti sulla sponda destra (via alta del Piano, risalita e Alpe Monda, segnaletica turistico-culturale, ecc.)
- Gestione delle richieste finanziarie per progetti di terzi
- Co-organizzazione del "Dialogo cittadino sui sistemi alimentari": si tratta di un progetto a livello federale (Bellinzona per il Ticino) che rientra in quadro di discussione e azioni a livello mondiale, a cui la Confederazione ha aderito.

#### Natale

- Estensione dell'offerta di "Natale in Città" (snowtubing, "Ogni centesimo conta", eventi collaterali, ecc.)
- Raccolta sponsor per la realizzazione di "Natale in Città"

Non è poi possibile non citare i progetti e i compiti svolti direttamente derivanti dalla Pandemia:

- Preparazione delle misure concrete adottate dal Municipio (tassi d'interesse sui crediti, maggiori rateazioni e dilazioni, rinvio emissioni tasse e contenzioso, agevolazioni per commerci – esercenti – taxisti, ecc.
- Concezione dello strumento del Fondo aiuto d'emergenza per l'economia locale
- Gestione della prima fase del Fondo con la richiesta di prestiti
- Gestione dello strumento di sostegno agli apprendisti
- Concezione del rinnovo dello strumento del Fondo aiuto d'emergenza per l'economia locale, nell'ottica dei casi di rigore
- Interfaccia regolare con gli attori economici sul territorio

#### **4. Qual è il costo dell'ufficio e dei mandati esterni dell'ultimo quadriennio? Quanto si pensa sia stato l'indotto generato e sulla base di che parametri?**

I costi di personale del Servizio Promozione economica sono inseriti del Centro di Costo 5000 del Settore Finanze e promozione economica, che – ultimo dato di consuntivo disponibile – mostrano un costo lordo del personale di fr. 2.1 mio, per 23 unità lavorative ca. Per motivi di privacy, non è possibile dettagliare ulteriormente il dato.

A livello di mandati esterni, va distinto tra i mandati relativi agli investimenti da quelli in gestione corrente.

##### Investimenti:

I dati dei Messaggi sono conosciuti:

- MM 330 Realizzazione di un Infoshop-Visitor Center della Città di Bellinzona in Piazza Collegiata; credito stanziato fr. 962'000
- MM 463 Programma di Valorizzazione del patrimonio UNESCO "Fortezza di Bellinzona" con i Castelli e la murata; credito stanziato fr. 1'820'000

In delega, il Municipio ha inoltre dato avvio al progetto di strategia di valorizzazione in collaborazione con Espace Suisse, i costi cost ammontano ad oggi a fr. 58'000 ca. di cui fr. 34'000 finanziati tramite ERS-BV; il costo netto per la città è quindi di fr. 24'000 ca.

Sempre in delega, il Municipio ha stanziato i crediti per il progetto di segnaletica turistico-culturale e relativa audioguida; con il consuntivo 2020 si mostra un importo complessivo di spesa di fr. 130'027.

##### Gestione corrente:

Gli unici crediti disponibili per la Promozione economica sono quelli determinati annualmente dai preventivi – e relativi consuntivi – alla voce 5000.3130.024 Spese per animazione.

Il consuntivo 2020 mostra una spesa di fr. 171'644.05. I costi principali sono determinati da "Natale in Città" con fr. 100'000 ca. di spesa

#### **5. Quali sono i partner sul territorio con cui sono intrattenuti regolari rapporti? Quali gli aspetti positivi, rispettivamente le difficoltà incontrate nelle collaborazioni?**

Il Tavolo di dialogo "Commerci" si ritrova a ritmo trimestrale e riunisce:

- Servizi dell'Amministrazione
- Società commercianti
- Hotellerie Suisse
- Gastro Bellinzona
- Federcommercio
- Rappresentanti dei proprietari immobiliari

- ERS-BV
- OTR

Il “Tavolo di dialogo Industria e Artigianato” si ritrova pure a cadenze trimestrali e riunisce:

- Rappresentanti di singole aziende
- Camera di commercio (in rappresentanza anche di AITI)
- Unione svizzera delle arti e mestieri
- ERS-BV

Inoltre, sono regolari i contatti con singoli imprenditori o commercianti.

**6. I progetti iniziati prima della pandemia (vedi ad esempio il coinvolgimento dell’architetto Fabio Giacomazzi) a che punto sono? Quando è ipotizzabile saperne qualcosa in più sullo stato dei lavori?**

**7. Tra le priorità del progetto “Giacomazzi” vi era una riattivazione/valorizzazione del centro storico cittadino confrontato con difficoltà e numerose chiusure. La pandemia ha esasperato in un certo senso la problematica. Come si pensa di affrontare la situazione? I contatti con tutti i partner coinvolti sono stati mantenuti nel frattempo?**

Per quanto riguarda i contatti con gli operatori economici sul territorio sono stati attivati i già citati “Tavolo di dialogo Commerci” e “Tavolo di dialogo Industria e Artigianato”. Questi tavoli, cui partecipa il Capo Dicastero in rappresentanza dell’autorità politica, si ritrovano a cadenza trimestrale e permettono di strutturare i contatti, che sono poi completati da numerosi scambi bilaterali regolari con singoli operatori o singole Associazioni di categoria.

Per quanto riguarda lo sviluppo del progetto con Espace Suisse, come illustrato nel Messaggio sul consuntivo 2020 (p. 49), a seguito dell’effetto shock portato dal COVID, il Municipio ha inizialmente deciso di sospendere il progetto, per riattivarlo dopo che vi sarebbe stata una visione più chiara degli effetti di breve e medio termine della pandemia.

Con il cambio di legislatura, il progetto è stato riattivato, sono stati designati i nuovi Municipali referenti per il tema, è stato concluso il lavoro di allestimento dei rapporti e, nelle scorse settimane, è stato infine possibile fissare l’incontro per riattivare il Gruppo di accompagnamento (che comprende parte dei membri del Tavolo di dialogo Commerci). Oltre al lavoro derivante da questo progetto, proseguono tutti gli sforzi in atto per promuovere Bellinzona come meta turistica, ciò che pure ha una ricaduta sul commercio e sulla ristorazione. Complice anche la pandemia, le cifre su questo fronte sono sicuramente interessanti e testimoniano di come Bellinzona sia sempre più conosciuta e frequentata dai turisti germanofoni e romandi, una direzione in cui si intende proseguire. A testimonianza di ciò si segnalano i dati di confronto sui pernottamenti nel 2020:

- Ticino: -23.6%
- Bellinzona e Valli: -6.4%

*(fonte: IRE, Osservatorio del Turismo; elaborazione: Settore Finanze e promozione economica)*

A fronte di una perdita di quasi  $\frac{1}{4}$  dei pernottamenti a livello cantonale, la Regione di Bellinzona ha avuto una flessione limitata al 6% circa.

Ecco le variazioni 2021 rispetto ai medesimi periodi 2020 (pernottamenti):

	<b>Bellinzona e Valli</b>	<b>Ticino</b>	<b>Svizzera</b>
Gennaio 2021-febbraio 2021	-34.7%	-27.7%	-48.6%
Marzo 2021-maggio 2021	+236.0%	+514.5%	+174.4%
Giugno 2021-agosto 2021	+28.8%	+26.1%	+23.1%

(fonte: IRE, Osservatorio del Turismo; elaborazione: Settore Finanze e promozione economica)

Il Ticino ha mostrato in tutti i periodi 2021 un'evoluzione dei pernottamenti migliori della media svizzera. Bellinzona e Valli, pur non avendo notoriamente un'importante offerta di letti (solo circa il 7% dell'offerta cantonale) mostra un'evoluzione favorevole, che nel periodo puramente estivo è stata addirittura migliore rispetto al dato cantonale e nazionale.

**8. La pandemia non ha di certo facilitato la situazione: ora più che mai è necessario lavorare bene, in modo rapido e con particolare attenzione al raggiungimento di risultati tangibili. Quali sono gli assi principali che l'ufficio del promovimento economico cercherà di percorrere nel breve-medio termine per cercare di contenere il peggioramento della situazione o, ancor meglio, per cercare di invertire la tendenza? Quali i progetti sul tavolo in questo momento?**

Come già indicato, gli sforzi di sviluppo economico della Città sono svolti e concertati al di là della sola attività del Servizio Promozione economica, ma coinvolgono direttamente il Municipio per alcuni grandi progetti (polo bio-medico, comparto officine, sviluppo trasporto pubblico, ecc.). Questi progetti sono strategici e fondamentali, ma hanno orizzonti dal breve e a lungo termine.

Sul breve/brevissimo termine, la Città – coordinando i lavori della Promozione economica, della Cultura e eventi, della Polizia e di altre forze interne agisce come segue:

- rafforzamento della capacità di Bellinzona di attrarre turisti: promozione dell'immagine, rafforzamento del prodotto, ecc.
- prolungamento delle agevolazioni nell'uso del suolo pubblico concesse in particolare ai ristoratori
- organizzazione estiva di eventi piccoli diffusi, che animano il Centro, ma anche i quartieri a favore in particolare della ristorazione
- organizzazione di eventi di più ampio respiro, capaci di generare frequenza in Città (Festival Sconfinare, Natale in Città, ecc.)
- sostegno all'organizzazione di eventi di terzi, che pure generano frequenza in Città
- dialogo costante con le Associazioni di categoria, sia in occasione di "Tavoli", sia con contatti bilaterali

**9. Che cosa si sente di dire il Municipio alla cittadinanza, ai commercianti e ai ristoratori che sono in difficoltà e che stanno rischiando del proprio per restare a galla? Di parole se ne sono sentite molte, ma è sempre mancata la concretezza e un risultato positivo alla fine delle iniziative intraprese? Il Municipio come intende assicurare la popolazione? Quali impegni ritiene di potersi assumere nel breve periodo?**

La Città c'è stata e c'è per i commercianti, ristoratori e operatori economici in difficoltà e la concretezza pure: agevolazioni sugli affitti, agevolazioni finanziarie sull'uso del suolo pubblico, prestiti di liquidità in relazione alla pandemia, aiuto agli apprendisti, organizzazione di eventi, ecc.

Su questo fronte, proprio l'interpellanza inserisce un punto interrogativo dicendo *“ma è sempre mancata la concretezza e un risultato positivo alla fine delle iniziative intraprese?”*

La risposta a questa domanda è dal nostro punto di vista chiara: sì, la concretezza c'è stata.

In questa sede si conferma pure l'impegno del Municipio nel proseguire i progetti di sviluppo in corso, così come la disponibilità ad approntare le soluzioni necessarie di fronte a emergenze economiche o sociali, così come fatto in particolare durante il 2020 e 2021.

