

Intervista /

**Stefan Linder**

direttore Iniziativa Svizzera

«Vedo giovani che amano il rischio, non si accontentano del posto fisso. Con loro sta nascendo una nuova classe imprenditoriale»

DI **Mauro Spignesi**FOTO DI **Patric Spahni**

Stefan Linder, direttore di Iniziativa Svizzera.

Tempo di lettura: 8'45"

Stefan Linder è cofondatore dello Swiss Economic Forum, l'evento più importante dell'economia, oltre che direttore di Iniziativa Svizzera (sostenuta da F.G. Pfister Holding SA) che si occupa di promuovere l'imprenditorialità e l'innovazione a livello nazionale. Dal suo osservatorio privilegiato ha una visione d'insieme di quanto accade nei settori produttivi.

**Come Iniziativa Svizzera in questa edizione del «Prix Suisse» avete premiato un imprenditore come Peter Spuhler che in trent'anni è stato capace di trasformare una piccola azienda a Bussnang in un grande gruppo che garantisce 13 mila posti di lavoro. Quanto hanno contribuito le condizioni quadro (stabilità, certezza del diritto, infrastrutture...) della Svizzera?**

«Sì, abbiamo ottime condizioni quadro. In particolare un grande potenziale di professionisti preparati, abbiamo qualità, un alto livello di identificazione con il lavoro e, naturalmente, l'aspetto geografico gioca a nostro favore. La Svizzera si trova nel cuore dell'Europa, ha adeguati collegamenti internazionali e gode di un'ottima reputazione all'estero».

**Basta tutto questo?**

«No, serve intuito e innovazione, qualità che ha dimostrato Peter Spuhler. Bisogna poi conoscere le opportunità di mercato e mettere in pratica un'idea imprenditoriale con coraggio, capacità di rischio, duro lavoro».

**Spuhler ha parlato degli svizzeri come di un «piccolo popolo di montagna bellicoso». Secondo lei come si fa a ribaltare una posizione di partenza di debolezza (essere un piccolo Paese) in un vantaggio in tempi di globalizzazione?**

«Serve qualità, flessibilità e affidabilità, oltre che -ripeto- capacità di innovazione. Bisogna essere sempre un passo avanti rispetto alla concorrenza. Inoltre, non bisogna mai fermarsi e ritenersi soddisfatti di ciò che si è realizzato, inoltre bisogna guardare avanti cercando di migliorare sempre. Essendo noi un piccolo popolo di montagna, abbiamo costruito presto ferrovie in vetta (Jungfraujoch, Gornergrat, Pilatus ecc.),

“**Per avere successo oggi serve affidabilità, capacità di innovazione, bisogna essere un passo avanti rispetto alla concorrenza**”

“**Vorrei che il Ticino fosse più presente nella Svizzera tedesca, perché ha aziende leader e tante opportunità**”

abbiamo scalato pendii usando ruote dentate e sfidato neve, ghiaccio e basse temperature. Oggi i nostri ingegneri sanno come affrontare i problemi e sviluppare prodotti che funzionano nei mercati mondiali in tutte le condizioni».

**Iniziativa Svizzera è un'agenzia di promozione economica e sociale senza scopo di lucro. Ma è anche il proseguimento di una storia imprenditoriale visto che è finanziata dalla Fondazione FG Pfister legata alla catena di negozi di mobili fondata nel 1882. Promuovere economia e imprenditorialità è dunque la vostra priorità?**

«Promuovere l'imprenditorialità e l'innovazione è il nostro obiettivo finale. Mobili Pfister è un pioniere e un innovatore da oltre 137 anni. Questa è sempre stata una parte importante del DNA dell'azienda. Manteniamo questi valori anche senza più vendere mobili».

**In questi anni vi siete interrogati su come può crescere il Paese. Oggi con la COVID tuttavia più settori sono in difficoltà. Dal suo osservatorio privilegiato che idea si è fatto, come sta la Svizzera?**

«Rispetto ad altri Paesi la Svizzera sta andando molto bene. Avolte ci lamentiamo e spesso non sappiamo apprezzare ciò che abbiamo. Negli ultimi anni abbiamo registrato una spinta nel set-

tore della digitalizzazione, che ci ha catapultato in avanti di almeno 5-10 anni. Non appena la pandemia sarà finita, decolleremo. Grazie al lavoro a orario ridotto e agli aiuti pubblici, l'occupazione è stata garantita in quasi tutti i settori, nonostante la COVID e il lockdown. Il know-how nelle aziende è così assicurato, poi con il 2,4% abbiamo uno dei tassi di disoccupazione più bassi al mondo. Questo nonostante due anni di pandemia».

**Lei, insieme a Peter Stähli, ha iniziato a promuovere l'economia negli anni Novanta con lo «Swiss Economic Forum». E poi avete creato organizzazioni per stimolare l'imprenditorialità giovanile. Vede una nuova classe imprenditoriale?**

«Sì, sicuramente. Ci sono giovani preparati, motivati, pronti a percorrere nuove strade, correre rischi e mettere da parte i vantaggi di un impiego sicuro a favore di una start-up. Quello che stiamo osservando sempre più oggi sono team composti da 2 a 5 persone che si completano e si motivano a vicenda. Portare al successo una start-up è ancora estremamente difficile e richiede costanza e disciplina».

**Oggi si parla di etica e responsabilità sociale delle aziende, di sostenibilità, energia pulita, di legare il mondo del lavoro ai programmi e alle materie di studio di università e scuole universitarie. Secondo lei si va verso questa direzione o termini come etica e sostenibilità restano parole vuote?**

«Le aziende che non hanno ancora riconosciuto questi segni dei tempi avranno difficoltà. Questo è un prerequisito di successo».

**Curiosità, competenza, coraggio, capacità di leggere i tempi: quali sono le caratteristiche più importanti di un imprenditore in tempi come questi dove il mercato cambia rapidamente?**

«La qualità più importante per un'azienda di successo è quella di essere molto vicina al mercato e ai clienti. Devi essere flessibile per cogliere le richieste dei clienti e adattarti ai cambiamenti di mercato senza ritardi. Bisogna capire quali saranno i requisiti da 1 a 3 anni e questo richiede una forte cultura aziendale che permetta anche gli errori e incoraggi i dipendenti ad andare avanti e osare qualcosa di nuovo».

**Arbloom, che ha creato un nuovo materiale sostenibile in legno e Connexa Helvetica, start-up che ha sviluppato un programma di trasferimento di conoscenze tra generazioni al di là dell'area linguistica, sono i due progetti che avete scelto di sostenere quest'anno. Con quali criteri?**

«Siamo rimasti colpiti positivamente dall'idea di Arbloom. La start-up si basa interamente sulla sostenibilità e sul legno, disponibile in grandi quantità in Svizzera. Questo accorcia e rivoluziona l'intera catena di produzione e mostra quale potenziale ci sia nel campo della sostenibilità e dell'ecologia. Una tazza-bicchieri prodotta da Arbloom, ad esempio, costa circa 4 centesimi in più di una tazza di cartone importata, tuttavia utilizza circa il 70% in meno di risorse. Con Connexa-Helvetica invece vogliamo riavvicinare le diverse regioni linguistiche e promuovere un forte senso del "Noi" nel nostro Paese. Allo stesso tempo siamo convinti che non dobbiamo tralasciare l'esperienza professionale e di vita degli over 65. Con questo progetto promuoviamo lo scambio tra giovani e meno giovani e questo in tutte e quattro le lingue nazionali».

**Oggi la Svizzera viaggia a due velocità. Abbiamo aree in crescita, agili e capaci di cogliere i cambiamenti, come Zurigo. E altre che invece fanno fatica. Come si può invertire questa tendenza?**

«Ciò che mi preoccupa di più è osservare il solco fra centro e periferia. Un fenomeno che emerge anche nelle votazioni nazionali. Ci sono aree economiche forti come Basilea, Zurigo, Losanna. Tuttavia, dobbiamo stare molto attenti a non trascurare le regioni più deboli della Svizzera. Grazie alle brevi distanze e all'eccellente infrastruttura, possiamo affrontare bene questa sfida. Anche qui la digitalizzazione offre grandi opportunità».

**Che idea si è fatto del Ticino, osservandolo attraverso il suo bagaglio di conoscenze acquisite in questi anni di forum, convegni e confronti?**

«Noi svizzeri-tedeschi conosciamo il Ticino soprattutto come cantone di villeggiatura. Purtroppo, dal punto di vista economico, il cantone meridionale è poco presente, soprattutto nella Svizzera tedesca. Ci sono aziende innovative, in alcuni casi anche leader, che dal Ticino stanno conquistando i mercati mondiali. Vorrei che lo scambio e il networking fossero migliorati in futuro. Il Ticino è un cantone bellissimo e grazie alla sua vicinanza al nord Italia ha opportunità molto interessanti».