

L'AITI DEL TERZO MILLENNIO

**Un'associazione di industriali moderna,
per un Ticino più forte**

(Edizione ottobre 2018)

<i>In breve</i>	3
<i>Premessa</i>	5
1. <i>La POLITICA INDUSTRIALE dell'AITI</i>	7
2. <i>L'AITI: identità, rappresentanza, servizi</i>	7
2.1 L'area dell'IDENTITÀ	7
2.2 L'area della RAPPRESENTANZA	7
2.3 L'area dei SERVIZI	8
3. <i>Gli ORGANI dell'AITI</i>	8
3.1 Assemblea dei soci	8
3.2 Comitato	8
3.3 Consiglio di Presidenza	9
3.4 Presidente	9
3.5 Ufficio di revisione	9
3.6 Segreteria	9
3.7 Aree tematiche	9
4. <i>L'AITI e i suoi VALORI</i>	9
5. <i>L'AITI: qualche dato in breve</i>	10
6. <i>Perché associarsi all'AITI?</i>	14

In breve

Il sistema della rappresentanza industriale si è profondamente trasformato in questi ultimi decenni, in Europa e nel mondo.

L'impresa industriale – soprattutto la piccola e media che è l'ossatura del sistema industriale svizzero e ticinese – è gradualmente divenuta un bene quasi comune.

La POLITICA INDUSTRIALE dell'AITI si pone come obiettivo primario la crescita, quantitativa e qualitativa, dell'attuale tessuto industriale e lo sviluppo di nuove imprese, grazie alla salvaguardia e al miglioramento della competitività del territorio.

In questo contesto, l'AITI si pone l'obiettivo di rafforzare il rapporto associativo con azioni e interventi mirati sulle sue tre principali aree di prodotto associativo:

- 1. l'area dell'IDENTITÀ;*
- 2. l'area della RAPPRESENTANZA;*
- 3. l'area dei SERVIZI.*

Con l'affermazione nella società dei valori della libera iniziativa e la riconosciuta funzione sociale del libero mercato e della proprietà privata, l'AITI esprime il bagaglio di VALORI costruiti durante tutto l'arco della sua esistenza e si pone con senso di responsabilità e con integrità morale l'obiettivo di continuare a contribuire al processo di sviluppo dell'economia industriale e alla crescita civile del Paese.

Le imprese associate all'AITI danno lavoro a oltre 20'000 addetti e producono un fatturato che supera i 18,5 miliardi di franchi svizzeri e che si indirizza per i 3/4 all'esportazione.

** * **

Premessa

Il sistema della rappresentanza industriale si è profondamente trasformato in questi ultimi decenni, in Europa e nel mondo.

Il panorama offerto oggi dalle associazioni industriali dei Paesi ad economia evoluta presenta un'ampia articolazione organizzativa e una maggiore forza e ricchezza di rappresentatività.

Non solo il mondo delle imprese, ma anche la società civile e la politica hanno imparato gradualmente ad apprezzare il lavoro e l'azione proposti dalle diverse associazioni di imprenditori industriali, come pure la freschezza e la creatività espresse dal mondo della fabbrica.

L'interesse di chi fa impresa non è più considerato solo e soltanto un mero interesse di categoria, il cui baricentro è unicamente ricondotto al profitto del titolare dell'impresa o degli azionisti a cui quell'impresa fa riferimento.

L'impresa industriale – soprattutto la piccola e media che è l'ossatura del sistema industriale svizzero e ticinese – è gradualmente divenuta un bene quasi comune.

Nell'immaginario collettivo le PMI hanno finalmente perso la connotazione di semplici "produttori" di lavoro faticoso, di rumore, di inquinamento e di atteggiamenti a volte anche dispotici.

La responsabilità e l'utilità dell'impresa industriale, nell'ambito economico e in quello sociale, hanno con il tempo giustamente conquistato le attenzioni dei governi, dei parlamenti, dei partiti, delle organizzazioni dei lavoratori – questo, pur accompagnato ad una miriade di sfumature di interpretazione, può forse apparire normale – ma anche e soprattutto del cittadino qualunque.

Il lavoro svolto in fabbrica si sta gradatamente avvicinando a quello praticato negli uffici, negozi e piazze, se lo si considera nel suo crescente coefficiente di attrattività e gradimento oggi riscontrabile nella società, ma ancora di più se si considera che l'attività industriale ricomprende oggi fattispecie relativamente poco manifatturiere nel loro senso più stretto e, al contrario, molto più di servizio (aree tecniche, ricerca, finanziaria, marketing, logistica, ecc.).

1. La POLITICA INDUSTRIALE dell'AITI

L'AITI si pone come obiettivo primario la crescita, quantitativa e qualitativa, dell'attuale tessuto industriale e lo sviluppo di nuove imprese, grazie alla salvaguardia e al miglioramento della competitività del territorio.

Le basi principali di questa politica sono costituite da:

- una snella regolamentazione statale
- disponibilità e scorrevolezza di moderne vie di comunicazione e di mezzi di trasporto rapidi ed economici
- sviluppo delle competenze professionali dei collaboratori
- progressiva riduzione del costo aziendale del lavoro, abbinata alla salvaguardia del potere d'acquisto dei salari
- incremento della flessibilità organizzativa
- disponibilità delle risorse energetiche a costi competitivi
- facilitazioni in materia di accesso al capitale e politiche fiscali favorevoli agli investimenti
- promozione attiva della pace del lavoro
- lotta attiva agli ostacoli tecnici al commercio e promozione dell'integrazione dei mercati, nonché della loro apertura
- rispetto ambientale

2. L'AITI: identità, rappresentanza, servizi

L'AITI, un'associazione che a partire dal 1962, anno della sua costituzione, aggiorna costantemente il suo modo di operare, adatta sistematicamente il suo ritmo e i suoi contenuti alle vibrazioni che le vengono quotidianamente proposte dalle sue imprese affiliate, con l'intento di coniugare la sua attività nel modo più attento, responsabile e partecipativo nei confronti di ciò che la società le propone.

L'AITI si pone, per sua natura, l'obiettivo di rafforzare il rapporto associativo con azioni e interventi mirati sulle sue tre principali aree di prodotto associativo:

2.1 L'area dell'IDENTITÀ

L'AITI è un'associazione di interessi legittimi, indipendente, che si propone ed è riconosciuta come il rappresentante del settore industriale della Svizzera italiana.

Affinché questi interessi vengano adeguatamente rappresentati, sono necessari investimenti ricorrenti nel rafforzamento dei valori che ispirano la vita associativa, nell'applicazione dell'etica del fare impresa, nella promozione di una cultura di impresa adeguata agli scenari in continuo mutamento.

Si riconosce l'importanza di un corretto posizionamento di immagine, tanto verso l'esterno quanto verso l'interno, e si attribuisce un ruolo cruciale all'interazione con il tessuto sociale ed extraeconomico del territorio.

2.2 L'area della RAPPRESENTANZA

L'AITI, coerentemente con i suoi scopi statuari e con gli obiettivi analoghi proposti dalle proprie associazioni economiche di riferimento a livello nazionale – l'USI-Unione Svizzera degli Imprenditori ed *economiesuisse*-Federazione delle imprese svizzere - non assume opzioni partitiche, rivendicando una sua propria autonomia operativa e ideologica.

La sua natura di soggetto collettivo esprime una missione prioritaria che la porta a svolgere un ruolo insostituibile di tutela e di promozione delle

imprese associate nei confronti delle istituzioni, delle pubbliche amministrazioni, delle organizzazioni economiche, politiche, sindacali e sociali.

Alla rappresentanza verso l'esterno si aggiunge l'obiettivo interno di promuovere una gestione partecipata e democratica della vita associativa, favorendo il lavoro dei suoi organi direttivi, ma anche e soprattutto il coinvolgimento delle imprese e degli imprenditori associati, secondo le loro diverse istanze e caratteristiche.

Oggi l'AITI, partendo da uno storico di 50 anni di vita, ambisce a dare continuità alla sua consolidata esperienza di promotore dello sviluppo locale, collaborando con tutti gli altri attori presenti sul territorio e apportando la competenza propria e quella delle imprese che costituiscono la sua base.

2.3 L'area dei SERVIZI

L'AITI, nata nel 1962 principalmente con intenti di una rappresentanza di categoria assolutamente non votata al semplice corporativismo, riconosce un ruolo preponderante al capitale umano impiegato presso la sua Segreteria e presso le imprese associate.

L'obiettivo è di favorire una gamma di servizi di base ("di primo intervento", siamo abituati a dire) erogati con criteri di efficienza e di professionalità. In genere ricompresi nella quota sociale annua – che è pure la principale fonte di finanziamento dell'associazione – i servizi dell'AITI vogliono ricercare un valore aggiunto per chi ne fruisce in termini di personalizzazione, flessibilità, interdisciplinarietà.

L'AITI ha fin qui ritenuto fondamentale sviluppare servizi utili al rafforzamento del tessuto economico cantonale, per condizionare positivamente il contesto competitivo e territoriale nel quale le sue imprese operano e che incorporano quote crescenti di identità associativa e di rappresentanza nei confronti delle istituzioni e della società.

Con la fondazione, sul finire del 2004, di AitiServizi SA, l'ambito dei servizi ai soci AITI vive una graduale e significativa evoluzione. Con AitiServizi SA, l'Associazione ha aumentato la propria penetrazione del settore, offrendo agli associati un ventaglio di nuove opportunità: ad esempio la selezione e formazione del personale e diverse altre facilitazioni per l'acquisizione di beni e di servizi nei settori prioritari delle imprese (www.aitiservizi.ch).

3. Gli ORGANI dell'AITI

3.1 Assemblea dei soci

L'Assemblea generale è l'organo cui competono le decisioni sugli obiettivi più strategici dell'associazione e la nomina periodica dei principali altri organi dell'associazione.

3.2 Comitato

Il Comitato tratta gli oggetti di rilevante interesse per l'AITI e ogni altro affare sociale che non rientri nelle competenze specifiche dell'Assemblea generale.

3.3 Consiglio di Presidenza

Il Consiglio di Presidenza è un organo collegiale composto dal Presidente, dal Vicepresidente e da altri 3 membri appartenenti al Comitato.

Il Consiglio di Presidenza ha tutte le competenze che lo statuto AITI non riserva esplicitamente ad un altro organo dell'AITI.

3.4 Presidente

Il Presidente AITI è di fatto l'organo più rappresentativo dell'associazione e dirige i lavori di ogni suo organo.

3.5 Ufficio di revisione

L'Ufficio di revisione controlla i conti sociali e rassegna un rapporto scritto all'Assemblea generale.

3.6 Segreteria

La Segreteria è la principale esecutrice delle decisioni degli organi dell'AITI.

3.7 Aree tematiche

3.7.1 Politica economica, finanziaria, fiscale e di integrazione

3.7.2 Relazioni industriali e relazioni esterne

3.7.3 Energia, ambiente e territorio

3.7.4 Logistica e trasporti

3.7.5 Formazione e risorse umane

3.7.6 Frontalieri e mercato del lavoro

3.7.7 Qualità e certificazioni

3.7.8 Politiche dell'innovazione (Fondazione AGIRE)

4. L'AITI e i suoi VALORI

Con l'affermazione nella società dei valori della libera iniziativa e la riconosciuta funzione sociale del libero mercato e della proprietà privata, l'AITI si pone con senso di responsabilità e con integrità morale l'obiettivo di continuare a contribuire al processo di sviluppo dell'economia industriale e alla crescita civile del Paese.

In questo quadro, l'AITI ritiene elemento sostanziale di tutto il sistema il dovere di:

- preservare ed accrescere la reputazione della classe imprenditoriale quale forza sociale autonoma, responsabile ed eticamente corretta;
- contribuire concretamente, in primo luogo attraverso i suoi stessi comportamenti, al miglioramento del sistema-paese.

L'AITI si impegna – e per suo tramite si impegnano tutte le sue componenti – ad attuare e a rispettare con trasparenza i modelli di comportamento ispirati all'autonomia, integrità, efficacia e a sviluppare azioni coerenti.

Tutto il sistema AITI, dal singolo imprenditore associato ai massimi vertici associativi, dovrà essere compartecipe e coinvolto nel perseguimento degli obiettivi e nel rispetto delle relative modalità, in quanto ogni singolo comportamento non eticamente corretto, non solo provoca negative conseguenze in ambito associativo, ma danneggia l'immagine dell'intera categoria e del sistema, presso la pubblica opinione, presso il legislatore e le pubbliche amministrazioni.

L'eticità dei comportamenti non è valutabile solo nei termini di stretta osservanza delle norme di legge e dello statuto dell'Associazione. Essa si fonda sulla convinta adesione a porsi, nelle diverse situazioni, ai più elevati standard di comportamento.

Il processo con cui tali obiettivi possono essere raggiunti è riassunto nel "Codice etico dell'AITI", pubblicato nel 1992 sotto la responsabilità del Comitato dell'associazione e oggi incorporato nello statuto.

5. L'AITI: qualche dato in breve

L'Associazione raggruppa attualmente 201 entità d'impresa operanti sul territorio cantonale, di cui 13 associazioni di categoria. Oltre le associate AITI, sono presenti pure 7 associate AITI UP!, il gruppo interno dell'AITI che include le start-up innovative di carattere industriale.

Le imprese associate all'AITI costituiscono la quasi totalità delle imprese con più di 100 dipendenti operanti sul territorio del Cantone Ticino, danno lavoro a oltre 20'000 dipendenti e con più di 18.5 miliardi di franchi svizzeri di fatturato, costituiscono la parte più rilevante dell'intero comparto industriale cantonale.

Si può quindi affermare che l'AITI è l'associazione ticinese di riferimento dell'intero settore industriale. Essa raccoglie, infatti, le imprese di più lunga tradizione, di più spiccato contenuto innovativo e di maggiore orientamento verso l'export.

L'AITI rappresenta, attraverso le imprese e le associazioni affiliate, tutti i rami industriali presenti sul territorio del Cantone Ticino, così come la conseguente loro distribuzione geografica.

Sempre nell'ottica di stabilire fruttuosi e frequenti contatti, l'AITI affilia un'importante serie di associazioni di categoria:

- AITI UP! - Gruppo interno dell'AITI che include le start-up innovative di carattere industriale
- AMETI - Associazione industrie metalmeccaniche ticinesi
- ATIO – Associazione Ticinese Industria Orologiera
- Camera di commercio italiana per la Svizzera
- Camera di commercio svizzera in Italia
- Farma Industria Ticino - Associazione ticinese delle industrie chimiche e farmaceutiche
- SAQ - Swiss Association for Quality
- Swiss Marketing (SMC) Ticino
- Swiss Shippers' Council
- USIC - Sezione Ticino, Gruppo Carrozzeri ticinesi
- USM - Unione svizzera del metallo, federazione Ticino
- VISCOM - Associazione svizzera per la comunicazione visuale
- WTC - World trade center Lugano

Profilo schematico dei numeri espressi dall'AITI

Le tabelle che seguono offrono un profilo schematico dei numeri espressi dall'AITI.

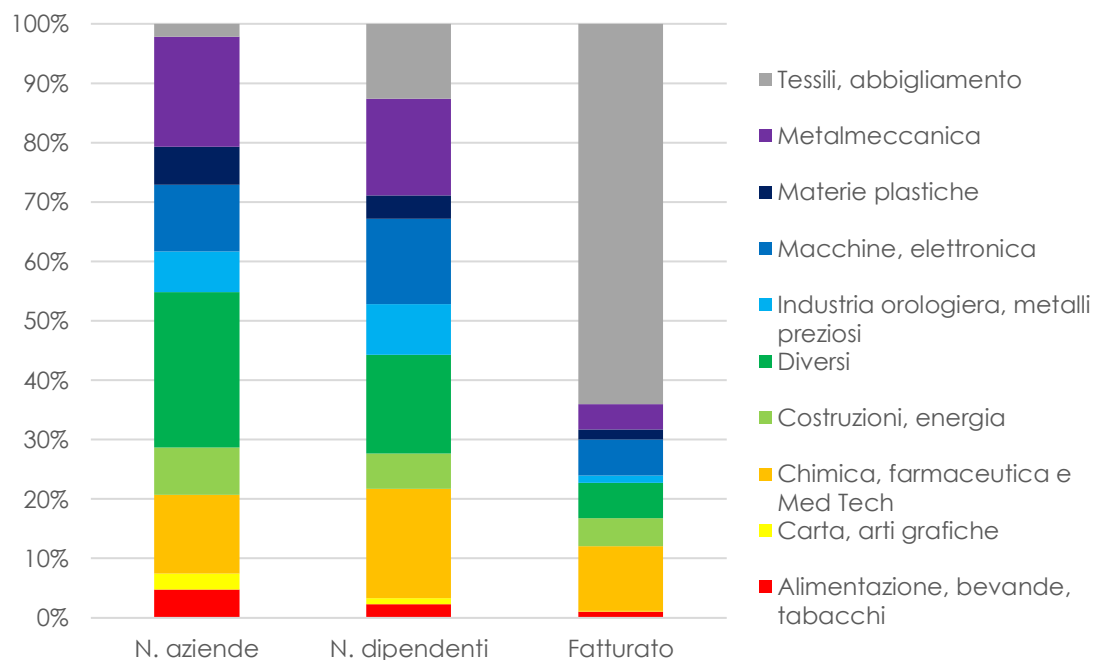
Settori merceologici, numero di dipendenti e fatturato

Settore	N. aziende	N. dipendenti	Fatturato (CHF)
Alimentazione, bevande, tabacchi	9	487	192.55 milioni
Carta, arti grafiche	5	212	37.48 milioni
Chimica, farmaceutica e Med Tech	25	3'815	2.05 miliardi
Costruzioni, energia	15	1'241	894.30 milioni
Diversi	49	3'469	1.1 miliardi
Industria orologiera, metalli preziosi	13	1'783	220.50 milioni
Macchine, elettronica	21	2'980	1.1 miliardi
Materie plastiche	12	824	304.2 milioni
Metalmeccanica	35	3'381	798.16 milioni
Tessili, abbigliamento	4	2'626	12.0 miliardi

TOTALE	188	20'818	18.7 miliardi
---------------	------------	---------------	----------------------

Dati 2018 – Fonte AITI

Rappresentatività settoriale



Dati 2018 – Fonte AITI

Elenco degli associati per settore merceologico

Associazioni

AITI UP!
AMETI
AM Suisse Ticino
ATIO – Associazione Ticinese
Industria Orologiera
Associazione World Trade Center
Camera di commercio Italiana in Svizzera
Camera di Commercio Svizzera in Italia
Farma Industria Ticino
SAQ
Swiss Marketing (SMC) Ticino
Swiss Shippers' Council
USIC - Gruppo Carrozzeri Ticinesi
VISCOM

Alimentazione, bevande, tabacchi

Burger Söhne AG
Chocolat Alprose SA
Chocolat Stella SA
Dallmayr Automaten Service SA
F.lli Valsangiacomo SA
Globofood SA
Roga SA
Sofinol SA
Total Capsule Solutions SA

Carta, arti grafiche

Centro Stampa Ticino SA
Fratelli Roda SA
Salvioni arti grafiche SA
TBS, La Buona Stampa SA
Tipografia-Offset Stazione SA

Chimica, farmaceutica

Alpex Pharma SA
APR Applied Pharma Research SA
ATR Chemicals SA
Casale SA
Cerbios-Pharma SA
Chemo AG, Vienna, Lugano
Branch
*CoreQuest Sagl
Ginsana SA
Gnosis Bioresearch SA
Helsinn Advanced Synthesis SA
IBSA Institut Biochimique SA
Imerys Graphite & Carbon
Switzerland SA
Industrie Biomediche Insubri SA
KerrHawe SA
Linnea SA
Micro-Macinazione SA
NAIE SA
*Oculox Technologies SA
Osmopharm SA
Pharmanalytica SA
Rivopharm SA
Sintefica SA
Unipharma SA
Zambon Svizzera SA

Costruzioni, energia

Agglomerati di cemento SA
AIL SA
Bredo-Bau SA
City CarburOil SA
Crystalex SA
Elio Sangiorgio SA
Enerproject SA
FZSONICK SA
Galvolux SA
Gruppo Mabetex SA
Laborex SA
Ligo-Electric SA
Metanord SA
Seas SA
Società Elettrica Sopracenerina
SA (SES)

Diversi

3P clic Sagl
ALSCO Swiss Sagl
Ari Consult SA
Athon SA
AXA Winterthur Settore Rischi
Aziendali
Bancadati.ch SA
Banca dello Stato del Cantone
Ticino
Benoil SA
Bouygues E&S InTec Svizzera SA
Cablex SA
Corner Banca settore crediti
Credit Suisse - Clientela
aziendale
CSD Ingegneri SA
Deloitte SA
EFG International AG
Elmec Suisse SA
Ernst & Young SA
Eventmore SA
Fiduciaria Mega SA
Fincons Group AG, succursale di
Lugano
Gipienne SA
Group Mutuel Assicurazioni
GWH SA
Helsana SA - Clienti aziendali
IRC Recruiting, Consulting & Start
Up SA
ISS Facility Services SA
ISS Servizio Canalizzazioni SA
KPMG SA
Luxury Goods Logistics SA
Noovle International Sagl
*OpenLab Group SA
Pagani Pens SA
Paolo Spalluto Comunicazione
Piccadilly SA
Planzer Trasporti SA
Posta CH SA
PostFinance SA
*PRIMA Lab SA
PwC SA
*Quickly Group SA
Raiffeisen Svizzera
Securitas SA
S'nce Group Sagl
SWICA Assicurazioni SA
Swiss Jewel Co SA
Talenture SA
Tech-Insta SA
Tele Ticino SA
VebeGO SA

Vignal Cea SA
Visiva Sagl
*White Peaks Mobile Software Sagl
Work & Work SA

Industria orologiera, metalli preziosi

Alfex SA
Argor-Heraeus SA
Brogioli SA
Erbas SA
Erbicol SA
Farone SA
Pamp SA
R. Audemars SA
Reglatronic SA
Ronda SA
The Swatch Group Assembly SA
Valcambi SA
Veronelli SA

Macchine, elettronica

ABB Industrial Solutions (Switzerland SA)
ABB Power Protection SA
Cattaneo Impianti SA
CCS Adaxys SA
Elcotherm SA, Branch Termogamma
Fadeca Swiss SA
Faulhaber Minimotor SA
FEMTOprint SA
Gesitronic SA
GF Machining Solutions International SA
Hydac SA
Ilapak International SA
Metallux SA
Mikron SA Agno
*Plus t Sagl
Sarix SA
Schindler Supply Chain Europe Ltd –
Locarno Branch
Schurter AG
Tecnomec SA
Trasfor SA
TE Connectivity Solutions GmbH
WM Thermofforming Machines SA

Materie plastiche

Ecotechnology & Financing B.V.
Exten SA
FAPS Engineering SA
Forbo-Giubiasco SA
Geomagworld SA
Hoses4U SA
Interroll SA
Microplast SA
Repo SA
Rex Articoli Tecnici SA
STABILIT SUISSE SA
Südpack Bioggio SA

Med Tech

Inpeco SA
Medacta International SA
SMB Medical SA

Metalmeccanica

Alcar Ruote SA
Aptar Mezzovico SA
Bexsol SA
Casram SA
Cebi Micromotors Switzerland SA
Componit SA
Deltacarb SA
Eral-Teck SA
Fedegari (Suisse) SA
Geniomeccanica SA
GF Precicast Ceramics SA
GF Precicast SA
Gruppo Fabbri (Svizzera) SA
Ideal-Tek SA
I.T. International Transmissions SA
Metallizzazione SA
Metaltex SA
Mikron Tool SA Agno
Mubea Fabbrica Molle SA
Officine Ghidoni SA
Outils Rubis SA
Pero-Press AG
Plastifil SA
Podium Industries SA
Poretti & Gaggini SA
Precimec SA
Regazzi SA
RKB Europe SA
Rolla SP Propellers SA
Sara SA
SMB SA
Synthes Produktions GmbH
Tenconi SA
Tensol Rail SA
Tri-Star Electronics (Europe) SA

Tessili, abbigliamento

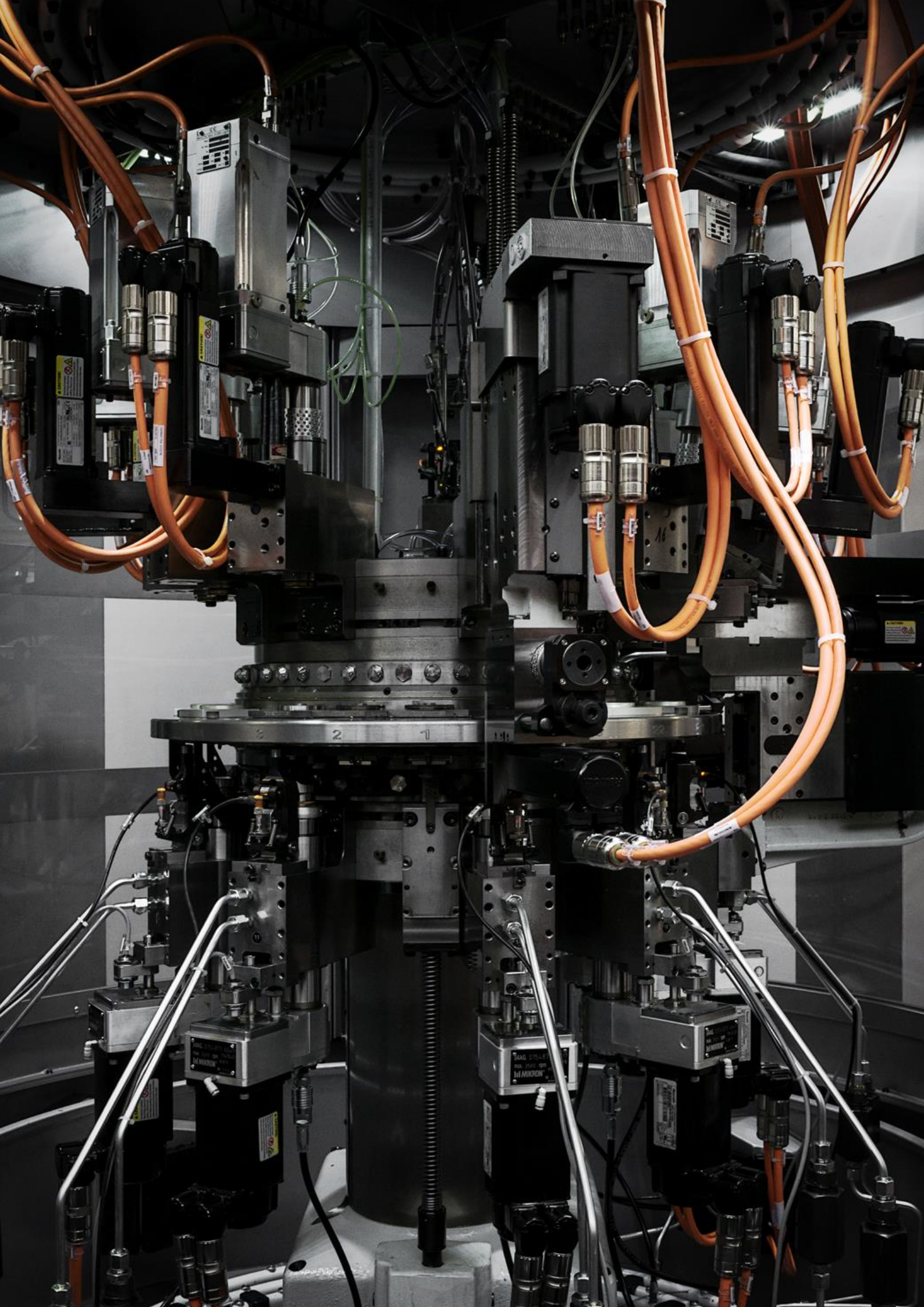
Bally Schuhfabriken AG
Consitex SA
Luxury Goods International SA
VF International Sagl

*Associati AITI UP!

6. Perché associarsi all'AITI?

- Perché fare l'imprenditore non è facile: l'AITI consente agli imprenditori industriali, grandi o piccoli che siano, di esprimere le loro istanze verso i pubblici poteri, attraverso un'associazione forte ed autorevole. Un'associazione dalla parte delle imprese.
- Perché ancora prima di essere piccoli o grandi gli imprenditori sono imprenditori: l'AITI tutela gli interessi generali della categoria imprenditoriale, a cui viene riconosciuta una propria importanza sociale determinata da ragioni qualitative e non quantitative.
- Perché gli imprenditori sono tutti grandi, anche quelli che hanno una piccola impresa: il ruolo sociale delle imprese è riconosciuto dalle leggi fondamentali dello Stato e non può essere classificato attraverso un criterio dimensionale. L'AITI promuove costantemente i valori sociali, economici e civili della cultura imprenditoriale.
- Perché le imprese necessitano di servizi qualitativi e informazioni puntuali: l'AITI informa dettagliatamente e tempestivamente le imprese sulla maggior parte delle materie di loro potenziale interesse.
- Perché l'adesione all'AITI non è onerosa: oltre ad esser spesso di dimensioni contenute, il contributo associativo è legato al numero dei dipendenti ed al fatturato, consentendo a ciascuna impresa di contribuire in funzione del proprio costo del lavoro e del proprio andamento economico.
- Perché l'adesione è un ottimo investimento: le imprese beneficiano di tutte le positività frutto dell'azione di rappresentanza e possono fruire, sovente gratuitamente, di alcuni servizi e/o prodotti qualificati ricompresi della quota sociale annua.

* * *



ASSOCIAZIONE INDUSTRIE TICINESI
Corso Elvezia 16
Casella postale 5130
6901 Lugano

Telefono: +41 (0)91 911 84 84
Fax: +41 (0)91 923 46 36
E-mail: info@aiti.ch
Web: www.aiti.ch