

Farmaceutica ticinese: «la collaborazione paga»



La filiera produttiva in Ticino impegna 2.900 persone.

©CDT/CHIARA ZOCCHETTI

FIT / Nonostante le sfide lanciate dalla crisi sanitaria il settore guarda in avanti con fiducia Giorgio Calderari: «La rete creata tra le aziende, le associazioni economiche e le istituzioni ha garantito la continuità della filiera - Innovazione fondamentale per la nostra industria»

Erica Lanzi

Nonostante le sfide sollevate da 18 mesi di pandemia l'industria farmaceutica ticinese si conferma solida e guarda avanti con serenità. Le cifre mostrano una filiera che genera 2,45 miliardi di franchi in fatturato (di cui l'80% viene esportato), e che occupa 2.900 collaboratori, in linea con l'andamento registrato fino all'arrivo della COVID-19. L'associazione cappello Farma Industria Ticino (FIT) inoltre è cresciuta passando da 30 a 39 soci, grazie alla decisione presa l'anno scorso di allargarsi anche alle start-up (due le nuove entrate) e alle società portatrici di interesse attive nei servizi o nella consulenza.

Per quanto riguarda l'andamento degli affari, «Il settore non si è mai dovuto fermare e questo è stato reso possibile molto grazie all'impegno dei collaboratori», ha sottolineato ieri Giorgio Calderari, presidente di Farma Industria Ticino. Ciò nonostante sono diver-

se le problematiche legate alle incertezze create dal virus. «Lo scorso anno e parzialmente anche per il 2021 le visite dei pazienti oncologici sono calate di circa il 30% - ha spiegato Calderari -. Questo significa ritardi nelle visite, nelle operazioni e quindi nelle ordinazioni di cure e trattamenti. In ambito di ricerca e sviluppo la pandemia ha comportato forti rallentamenti degli studi clinici, e questo porterà ad avere forti ritardi nei prossimi due o tre anni per quanto concerne l'entrata sul mercato di nuovi medicinali per i pazienti. E poi anche il settore farmaceutico da oltre un anno fa i conti con i rischi di strozzature nelle catene di approvvigionamento».

Ciò nonostante, ha continuato Calderari, il settore farmaceutico nel suo complesso ha dimostrato una capacità di reazione alla sfida sanitaria notevole. «Ad oggi nel mondo sono stati già somministrati oltre 5 miliardi e mezzo di dosi di vaccino per il coronavirus, probabilmente ne sono già state

prodotte oltre 6 miliardi. Chi avrebbe creduto a gennaio dell'anno scorso, che la ricerca e l'industria farmaceutica sarebbero riusciti a ottenere simili risultati in così poco tempo? E poi ci sono le cure: proprio in Ticino la Humabs è riuscita a sviluppare un farmaco a base di anticorpi che grazie alla sua straordinaria efficacia ha ottenuto il via libera emergenziale dalle autorità. Risultati della scienza di cui sarebbe bene approfittare, anche perché ci sono tutti gli altri pazienti malati che hanno pure diritto all'ospedalizzazione».

La forza della collaborazione

Fondamentale è stata la forte collaborazione tra gli attori coinvolti. Anche in Ticino, ha rimarcato Calderari, la rete tra le società del settore, le associazioni di categoria e le istituzioni ha garantito il funzionamento delle attività della filiera. «Da un lato il territorio ha supportato le aziende, dall'altro le aziende farmaceutiche si sono adoperate per assicurare le for-

Il settore in Ticino
grazie al suo dinamismo sta attirando parecchi investitori stranieri

niture dei medicinali necessari agli ospedali. Lavorare assieme ha portato a un grande valore. Ma non solo: negli ultimi mesi c'è stato un bel fermento in termini di nuovi prodotti, ricerche e investimenti nel settore». Anche in Ticino, come dimostrano la nascita di numerose start-up e le attività di fusioni e acquisizioni tra le aziende, nonché lo sbarco in Borsa della Gain Therapeutics. «La farmaceutica ticinese sta attirando l'attenzione di molti investitori stranieri - ha sottolineato ancora Calderari -. È fondamentale continuare a investire nell'innovazione, aderendo a progetti come quello delo Switzerland Innovation Park e della Greater Zurich Area. Infatti se dovessimo rimanere indietro, in futuro si rischierebbe di vedere chiudere le attività di produzione (come ad esempio Novartis a Locarno)». E infine, un altro trend di collaborazione tra le aziende e il territorio è quello che riguarda la responsabilità sociale delle aziende. Quest'anno FIT si è fatta promotrice della mobilità sostenibile in collaborazione con il Dipartimento del territorio, secondo il principio che la responsabilità sociale delle aziende non è affatto moda, ma un valore fondamentale per il presente e il futuro.

1 minuto

«Il franco è ancora troppo forte»



Banca nazionale

Malgrado il recente indebolimento il franco svizzero è ancora troppo forte: lo ha affermato ieri Fritz Zurbrugg, vicepresidente della direzione della BNS. L'istituto, ha aggiunto, manterrà il suo bilancio al livello necessario e potrebbe anche espanderlo ancora. La recente impennata dell'inflazione è peraltro da considerarsi temporanea: la BNS non vede a medio termine alcuna pressione inflazionistica. Un dollaro costa attualmente 0,92 franchi, il corso più alto da più di tre settimane. L'euro viene per contro scambiato a circa 1,09 franchi.

COINBASE NEI GUAI

La Sec (autorità americana di vigilanza dei mercati finanziari) minaccia di avviare un'azione legale contro la società Coinbase e le ha chiesto di fornire ulteriori informazioni sul nuovo attivo digitale Lend, che la piattaforma di trading di criptovalute quali il Bitcoin vorrebbe lanciare.

GAS, PREZZI RECORD

La tensione sul lato dell'offerta continua a farsi sentire anche sul comparto energetico. Il prezzo del TTF, il contratto di riferimento per il mercato europeo del gas, ha toccato il record storico a 55 euro/MWh. La tensione sul prezzo sarebbe legata alla riduzione dei flussi di gas russo verso l'impianto tedesco di Mallnow.

TOYOTA

Toyota investirà circa 12,5 miliardi di franchi entro il 2030 per la produzione di batterie per auto elettriche e vetture con motori ibridi. In maggio Toyota aveva annunciato che degli 8 milioni di auto che intende immatricolare nei prossimi nove anni, almeno 2 milioni saranno veicoli elettrici e auto alimentate a idrogeno.

Commercio online svizzero, in piena espansione grazie al virus

ZHAW / Nove negozi su dieci sono cresciuti durante la pandemia - Gli approvvigionamenti tra le sfide

Prosegue il boom del commercio online: quest'anno le vendite saliranno del 50% rispetto al 2019. La stima è della scuola universitaria professionale di scienze applicate di Zurigo (ZHAW), che mette in luce come la pandemia abbia portato sul web molti clienti supplementari.

Negli ultimi 18 mesi nove gestori su dieci di negozi Internet hanno ampliato la clientela e il 51% lo ha fatto in modo molto marcato, emerge dallo studio pubblicato ieri. Il 40%

dei clienti ha inoltre aumentato la frequenza e i volumi di acquisto. L'88% dei 365 operatori interpellati attraverso un sondaggio hanno visto il fatturato 2020 crescere rispetto all'anno prima, il 30% fortemente. Secondo i ricercatori la tendenza dovrebbe continuare. «Negli ultimi tempi molti negozi online hanno approfittato tre volte: dell'afflusso di nuovi clienti, dell'aumento della frequenza di acquisto e della crescita dei volumi di vendita», spiega Darius Zumstein, ricercatore della ZHAW.

«Nel complesso, stimiamo che il fatturato del commercio online svizzero raggiungerà almeno 15 miliardi di franchi nel 2021, ciò che rappresenta un aumento di quasi il 50% rispetto al 2019. Il 92% dei rivenditori online si aspetta una crescita duratura anche dopo la fine della pandemia: il 23% una forte progressione e il 69% un aumento moderato.

I settori più favoriti

L'avanzata delle vendite su Internet concerne tutti i tipi di prodotti, con un incremento

Il fatturato del commercio online nel 2021 dovrebbe raggiungere almeno 15 miliardi di franchi

particolarmente forte nel ramo degli articoli per il giardino e il fai-da-te, dei giocattoli, dei mobili, delle attrezzature sportive e degli alimentari. La domanda online molto sostenuta di computer, articoli multimedia e apparecchi elettrici registrata nella primavera del 2020 si è invece ora un po' attenuata. In risposta alla situazione la maggior parte degli operatori ha assunto personale aggiuntivo, per esempio nei reparti dei magazzini e dell'elaborazione degli ordini. Molti fornitori cosiddetti «omnichannel», cioè che gestiscono sia negozi stazionari che sul web, hanno ampliato i loro dipartimenti di e-commerce. «La crisi di coronavirus ha comportato una significativa spinta alla digitalizzazione», commenta Zumstein. Molte società hanno investito ulteriormente nell'espansione delle loro capacità di magazzino e nei sistemi in-

formatici. Nel frattempo più della metà vende i suoi prodotti anche attraverso piattaforme virtuali come Digitec Galaxus e Amazon, una quota assai superiore a quella del 2019. Tra le sfide attuali che devono affrontare i venditori online figurano i problemi di approvvigionamento: tre su quattro dichiarano di essere in ritardo nelle consegne o di non riuscire a evadere gli ordini. Inoltre il 70% degli interpellati percepisce una crescente pressione competitiva e sui prezzi. Tra i fornitori omnichannel oltre la metà si aspetta meno negozi stazionari nei prossimi anni. «Alcuni operatori probabilmente si concentreranno di più su nuovi tipi di punti vendita, per esempio negozi in cui è possibile avere delle esperienze particolari o sale espositive che mettono in mostra unicamente prodotti selezionati della gamma online», conclude Zumstein.