



Municipio
Via Municipio 13
6850 Mendrisio

058 688 31 10
cancelleria@mendrisio.ch
MD / RP

Municipio

Egregio Signor
Consigliere Comunale
Massimiliano Robbiani

10 ottobre 2025

**Risposta
del Municipio di Mendrisio**

Interrogazione del 29 agosto 2025

Titolo **L'anima del commercio: tra necessità e sfacciataggine**

In relazione all'interrogazione citata a margine, lo scrivente Municipio si pregia osservare quanto segue:

Premessa

Per una risposta esaustiva alle richieste puntuali contenute nell'interrogazione è stata contattata la Direzione delle Autolinee Mendrisiensi SA (AMSA), con sede a Chiasso, in quanto trattasi di tematiche da relazionare alla conduzione di un'azienda parapubblica dove la Città risulta azionista e rappresentata rispettivamente partecipa, sulla base di una chiave di riparto, alla copertura dei costi d'esercizio annui.

Per la risposta all'interrogazione il Municipio ha deciso di adottare, approvandone il contenuto, le osservazioni esposte dalla Direzione di AMSA.

1. In che modo l'AMSA giustifica la scelta di ospitare pubblicità esplicitamente rivolte ad un pubblico non residente, come i frontalieri, sui mezzi di trasporto pubblici che sono finanziati anche dai residenti del Mendrisiotto?

L'azienda proprietaria della pubblicità indicata, fondata nel 2015, ha sede principale a Chiasso con succursali anche nelle Città di Ginevra e Basilea.

AMSA opera in un contesto territoriale caratterizzato da una forte interconnessione transfrontaliera. Una parte significativa degli utenti dei mezzi di trasporto e degli utenti delle nostre strade comunali e cantonali è costituita proprio da persone non residenti, che tuttavia contribuiscono quotidianamente al funzionamento del sistema economico e sociale locale. La scelta di ospitare messaggi pubblicitari rivolti anche a questo pubblico non ha lo scopo di privilegiare interessi esterni, bensì di rispecchiare la realtà del nostro bacino di utenza. In tal modo è possibile valorizzare tutte le componenti che interagiscono con i servizi AMSA e generare ricavi aggiuntivi a beneficio della collettività. È importante sottolineare che le entrate pubblicitarie contribuiscono al miglioramento dell'offerta e alla sostenibilità del servizio, riducendo la pressione finanziaria sui residenti. In questo senso, tali campagne non vanno viste come un elemento di sottrazione, ma come un'opportunità di rafforzare la qualità del trasporto pubblico a vantaggio di chi vive e lavora nel nostro territorio.

2. Quale è la politica interna dell'AMSA per la sezione delle pubblicità?

La Direzione AMSA seleziona le pubblicità in modo molto critico e neutrale. La politica pubblicitaria dell'azienda mira a riflettere i valori fondamentali di inclusione, rispetto e responsabilità sociale. Le campagne non hanno lo scopo di prendere posizione in dibattiti politici, ma piuttosto di rappresentare la pluralità della società ticinese, valorizzando la coesione e la convivenza. La Direzione è consapevole che alcune tematiche possono suscitare opinioni divergenti, tuttavia la responsabilità come azienda para-pubblica è quella di contribuire ad una comunicazione che non escluda nessuno e che rifletta la realtà della comunità servita. Non si tratta di alimentare divisioni, bensì di dare visibilità a valori riconosciuti anche a livello istituzionale e sociale. La neutralità resta un principio guida dell'attività di AMSA. Nelle campagne pubblicitarie non si intende promuovere ideologie, bensì valori universali di inclusione, equità e rispetto. La comunicazione è costruita per rimanere all'interno del mandato pubblico affidato, senza sconfinare in prese di posizione politiche.

3. Come risponde AMSA alle preoccupazioni dei cittadini che percepiscono questa scelta pubblicitaria come un'offesa o una mancanza di rispetto nei confronti di chi vive e paga le tasse nel territorio servito?

AMSA considera seriamente le preoccupazioni espresse da cittadini e utenti e non intende minimamente mancare di rispetto a chi vive e contribuisce con le proprie tasse al nostro territorio; l'intento della comunicazione aziendale è quello di rappresentare la comunità nella sua interezza e complessità. Le campagne pubblicitarie non hanno finalità ideologiche, ma cercano di valorizzare principi condivisi quali inclusione, rispetto reciproco e coesione sociale, con la convinzione che una società coesa, capace di riconoscere e rispettare le diversità, sia anche una società più forte e solidale. È comprensibile che alcune sensibilità possano percepire in maniera diversa certi messaggi, e proprio per questo AMSA si impegna a monitorare costantemente l'impatto delle campagne pubblicitarie mantenendo un dialogo aperto con i cittadini e con le istituzioni. La fiducia della popolazione è fondamentale, e AMSA intende preservarla attraverso trasparenza, ascolto e responsabilità.

Gli introiti delle selezionate pubblicità (vedi domanda 2 e 1), vanno in deduzione dei costi non coperti a carico degli Enti pubblici e pertanto a favore di un minor carico sulle imposte dei cittadini.

4. Il rappresentante dei Comuni in seno all'AMSA era a conoscenza di questa campagna pubblicitaria? Se sì, ha espresso obiezioni o ha sollevato la questione in consiglio?

All'inizio di ogni legislatura i Comuni azionisti delegano i loro rappresentanti in seno al Consiglio di amministrazione di AMSA. La politica pubblicitaria come altre strategie aziendali sono delegate dal Consiglio di amministrazione alla Direzione.

5. In che modo l'AMSA intende bilanciare la necessità di generare ricavi con il suo ruolo di servizio pubblico, che dovrebbe primariamente servire gli interessi della comunità locale?

AMSA è consapevole di dover conciliare due aspetti fondamentali: da un lato l'esigenza di garantire sostenibilità economica, dall'altro il ruolo di servizio pubblico affidatogli. I ricavi, inclusi quelli derivanti dalle attività pubblicitarie, vanno in deduzione ai costi non coperti a carico degli Enti pubblici e, di riflesso, in diminuzione al carico fiscale dei Comuni / Cantone. Ogni scelta commerciale è dunque orientata a rafforzare la capacità di rispondere ai bisogni della collettività, senza compromettere i principi di neutralità e di equità che caratterizzano un'azienda di trasporto pubblico. In questo senso, la pubblicità non rappresenta un fine in sé, ma uno strumento per sostenere il mandato pubblico: contribuire alla mobilità sostenibile del territorio, offrendo un servizio affidabile, inclusivo e vicino alle esigenze dei cittadini.

Sperando di avere evaso esaustivamente la sua richiesta, cogliamo l'occasione per porgere distinti saluti.

Per il Municipio

Il Sindaco

Il Segretario comunale

Samuele Cavadini
Economista aziendale SUP

Massimo Demenga
Lic. rer. pol.

Il tempo impiegato per l'elaborazione della presente risposta ammonta complessivamente a 2 ore lavorative.

Copia

Dicastero Pianificazione e spazi pubblici