

QUALE FUTURO PER VIA NASSA?

LA VIA NASSA DI LUGANO SI CONFERMA UNO DEI LUOGHI PIÙ ICONICI E VITALI DELLA CITTÀ, RAPPRESENTANDO IL CUORE PULSANTE DELLO SHOPPING, MA DA SEMPRE È AL CENTRO DI UN SERRATO DIBATTITO RIGUARDO AL SUE PROSPETTIVE, COME EMERGE DAI PARERI ESPRESSI DAI NOSTRI INTERVISTATI.

Questa strada attira residenti e turisti, offrendo una vetrina del lusso e della modernità, ma negli ultimi anni ha dovuto affrontare diverse sfide e opportunità, influenzate da fattori economici, sociali e culturali. Uno dei recenti temi di discussione è rappresentato dalle chiusure domenicali che limitano le opportunità di vendita, in particolare nei periodi di alta affluenza turistica. Tuttavia, ci sono anche voci che sostengono che un giorno di riposo possa favorire una maggiore qualità del servizio e un'esperienza di acquisto più rilassata. Parallelamente, la via Nassa ha visto l'arrivo di nuovi marchi, che hanno arricchito l'of-

ferta commerciale. L'apertura di negozi di moda e lifestyle di alto livello attira un pubblico diversificato, rivelatasi fondamentale per mantenerne alta l'attrattività. Inoltre, l'organizzazione di eventi e manifestazioni ha svolto un ruolo cruciale nel promuovere la via Nassa come polo di aggregazione. Eventi culturali, mercatini e manifestazioni varie attirano visitatori e accrescono la visibilità dei commerci locali. Queste iniziative non solo migliorano l'esperienza del cliente, ma contribuiscono anche a creare un senso di comunità e appartenenza. Per quanto riguarda i flussi turistici internazionali, Lugano ha visto un andamento discontinuo, dovuto a vari fattori, tra cui da un lato la

pandemia e dall'altro le attività di promozione della città come destinazione di affari e leisure. Tuttavia, è importante considerare come le fluttuazioni economiche globali e le tendenze di viaggio possano influenzare questi flussi. In sintesi, la via Nassa di Lugano rappresenta un microcosmo delle dinamiche commerciali e sociali contemporanee. Affrontando le sfide delle chiusure domenicali, accogliendo nuovi marchi e organizzando eventi, questa strada continua a evolversi e a rimanere al centro dell'attenzione sia per i locali che per i turisti. La sua capacità di adattarsi ai cambiamenti, pur mantenendo la sua identità, sarà determinante per il futuro.

HANNO PARTECIPATO ALL'INCHIESTA:



ROBERTO MAZZANTINI (R.M.)
Presidente Associazione Via Nassa



ROBERTO SCHMID (R.S.)
Hotel International au Lac, Lugano



ELENA BERNASCONI (E.B.)
Titolare Bernasconi Gastronomia



ALBERTO PRANDONI (A.P.)
Titolare Boit D'Or



Come valuta l'attuale situazione del commercio in via Nassa, tra chiusure di negozi, polemiche relative agli orari di apertura e chiusura, andamento dei flussi turistici interni e internazionali?



R.M.: «Via Nassa, come tutte le grandi Vie commerciali europee, vive una fase di trasformazione. In particolare a Lugano, la perdita del segreto bancario ha modificato in profondità i flussi di clientela tradizionale, imponendoci di guardare a nuovi target internazionali e di rafforzare la nostra attrattività anche verso un pubblico svizzero ed europeo di prossimità. Allo stesso tempo, osserviamo il cambiamento delle abitudini di consumo nelle generazioni più giovani, che non cercano soltanto il prodotto ma l'esperienza: il commercio deve quindi diventare sempre più integrato con cultura, intrattenimento e ospitalità. In questo scenario, Via Nassa mantiene una resilienza unica grazie al suo mix inimitabile di lusso, tradizione e servizi, che la rende un brand in sé: un nome che evoca

eleganza, esclusività e qualità. È significativo, inoltre, che i grandi Marchi della moda stiano progressivamente rivalutando il ruolo delle boutique nelle vie iconiche, ridimensionando outlet e shopping online. Questa tendenza ci conferma che la prossimità, il rapporto umano e l'esperienza diretta torneranno a essere centrali, e Via Nassa ha tutte le carte in regola per restare protagonista di questa nuova fase».



A.P.: «La via Nassa è sempre un centro commerciale naturale di altissimo profilo, in grado di attrarre una clientela internazionale di alto livello; di negozi chiusi al momento se ne vedono pochi in realtà e sugli orari di apertura incluse le domeniche è stato fatto un grande lavoro dall'Associazione Via Nassa chiarendo modalità e possibilità di apertura».



E.B.: «Devo riconoscere di godere di una situazione un po' particolare rispetto ad altri esercizi e negozi presenti in via Nassa, in quanto presenti in questa via

centrale per la vita luganese da ben quattro generazioni, dapprima come vendita generica di alimentari, poi sempre più specializzati in prodotti di nicchia (per esempio proponiamo caviale in esclusiva), da ultimo con una gastronomia che pur continuando a mantenere una selezione di prelibatezze alimentari, intercetta una clientela molto diversificata che frequenta i nostri locali a tutte le ore del giorno. Il servizio che noi offriamo è dunque meno soggetto alle questioni inerenti gli orari di apertura e le chiusure festive in quanto nel volgere di una giornata registriamo diversificati flussi di clienti che comprendono tanto gli abituali frequentatori e acquirenti, quanto gli impiegati degli uffici o i turisti in visita della città. In ogni caso, ci rendiamo conto delle difficoltà inerenti alle aperture domenicali e della necessità di una flessibilità negli orari di apertura che rispecchi la peculiarità dei prodotti o dei servizi proposti».

Quale modello di sviluppo andrebbe a suo modo di vedere adottato per favorire un duraturo rilancio delle attività commerciali nel centro di Lugano?



R.M.: «Il rilancio del centro di Lugano – e di Via Nassa in particolare – non può che passare da un modello di sviluppo basato sulla qualità dell'esperienza. Oggi non è più sufficiente aprire una boutique: bisogna trasformare la visita in un momento unico, capace di intrecciare lusso, cultura, ospitalità e scoperta del territorio. Ciò significa investire in un ecosistema coordinato: eventi diffusi che sappiano attrarre nuovi pubblici, aperture domenicali e festive che rendano la via più accessibile, una comunicazione integrata che unisca fisico e digitale, servizi di accoglienza pensati anche per chi viaggia con le nuove abitudini “short break” e per le famiglie. Al tempo stesso, occorre guardare alla sostenibilità e all'innovazione: il lusso contemporaneo non si misura solo nel prodotto, ma anche nella responsabilità sociale, nell'attenzione all'ambiente e nella capacità di proporre esperienze autentiche.

Infine, il modello vincente sarà quello della collaborazione: fra commercianti, con le istituzioni cittadine e turistiche, con le grandi maison internazionali e con le realtà locali. Solo con un progetto condiviso, Via Nassa potrà consolidare il suo ruolo di vetrina internazionale d'eccellenza».



A.P.: «Per garantire un modello di sviluppo efficiente a mio avviso, è necessario continuare ad investire in attività legate all'arte delle cose belle: una via con mostre diffuse di ampio respiro internazionale, viva e piena di luce ed eventi eleganti continuerà sempre ad attrarre un pubblico di alto profilo ed insieme ad una rinnovata sicurezza si può ambire ad essere un grande centro di eccellenza. L'unione farebbe la forza...».



E.B.: «Non parlerei tanto di uno specifico modello di sviluppo per la Via Nassa quan-

to piuttosto di una modalità di approccio alla clientela che dovrebbe coinvolgere tutte le attività commerciali indipendentemente dalla loro tipologia, sia cioè che si tratti di un grande marchio del lusso che di un negozio più legato alla tradizione cittadina. Mi riferisco in altre parole alla qualità dell'accoglienza che siamo in grado di offrire e questa mia convinzione nasce dall'esperienza maturata in anni di rapporto con una clientela che, al di là di tutto, apprezza sempre un riconoscimento, un'attenzione o una disponibilità per un consiglio».

Come giudica la politica del Municipio e del Cantone in merito ai problemi del vostro settore e quali interventi ritiene che andrebbero maggiormente promossi?



R.M.: «Il Municipio e il Cantone hanno dimostrato sensibilità verso il tema del commercio, ma oggi serve una visione più ampia e strutturata. Non bastano misure puntuali: il centro Città va pensato come un ecosistema vivo, che deve saper conciliare mobilità, attrattività turistica, vivibilità per i residenti e competitività per gli operatori economici. Gli interventi che ritengo prioritari sono tre. Primo: una mobilità più fluida e sostenibile, che renda l'accesso a Lugano semplice e piacevole, soprattutto per chi arriva in auto. Secondo: una regia coordinata degli eventi cittadini, che oggi spesso si sovrappongono o si disperdono, mentre potrebbero rafforzarsi a vicenda. Terzo: politiche di sostegno all'innovazione e alla digitalizzazione del commercio, indispensabili per intercettare i nuovi stili di consumo.



Da parte nostra, come Associazione, siamo pronti a collaborare e a portare proposte concrete. Ma serve una cabina di regia politico-istituzionale che faccia sistema, trasformando Lugano in una città realmente competitiva nel panorama europeo».



A.P.: «Non ho sufficiente esperienza in tema politico per potermi esprimere a riguardo».



E.B.: «Credo che le azioni intraprese nel tempo sul fronte della sicurezza stiano dando i loro frutti, garantendo una situazione complessiva certamente favorevole allo sviluppo delle attività commerciali. Passi avanti sono stati compiuti anche sul fronte della qualificazione delle iniziative che periodicamente si tengono lungo la via Nassa. Avvicinandosi in Natale mi corre

d'obbligo citare per esempio il caso delle casette del mercatino natalizio che, dopo qualche polemica, ha visto negli ultimi anni una più attenta selezione degli oggetti proposti, accrescendo l'attrattività complessiva della manifestazione».

Come Associazione Via Nassa quali iniziative o eventi avete messo in atto o avete in programma per rilanciare il commercio e attrarre più visitatori?



R.M.: «Negli ultimi anni l'Associazione Via Nassa ha investito molto nella creazione di momenti capaci di trasformare la via in un palcoscenico a cielo aperto. La Cena sotto le Stelle, giunta quest'anno alla sua terza edizione, è diventata un simbolo di eleganza e convivialità: un evento riservato alle boutique associate, che hanno l'oc-

casione di accogliere i propri clienti in un contesto esclusivo e raffinato, rafforzando così il legame personale e l'identità della nostra Via. Un altro tema sul quale stiamo lavorando è quello delle aperture domenicali coordinate: nonostante i tentativi fatti in passato, non siamo ancora riusciti a concretizzarle. È però un obiettivo che continuiamo a perseguire con determinazione, in collaborazione con le Istituzioni e le Associazioni di categoria, perché riteniamo che rappresenti un passo fondamentale per rendere la città più vivace e attrattiva nei weekend. Infine, stiamo aprendo nuovamente la Via a iniziative culturali ed esperienziali: mostre diffuse, eventi legati all'arte e collaborazioni con istituzioni turistiche. L'obiettivo è rendere Via Nassa non solo un luogo di shopping, ma uno spazio di vita e di incontro, dove la bellezza e l'ospitalità si uniscono in un'esperienza unica».





A.P.: «Come Associazione stiamo pensando ad evento legati all’arte contemporanea di alto livello ma che siano anche “democraticamente” usufruibili dal grande pubblico che, in alcuni casi, può esserne il protagonista... Anche un nuovo Natale è in lavorazione perché le musiche e le giuste luminarie possono contribuire a creare quell’atmosfera di magia che poi noi tutti viviamo. Ovviamente poi continuare con la Cena sotto le Stelle: un’occasione per mostrare che l’eleganza e la bellezza possono abbellire anche la nostra bellissima Via Nassa».



E.B.: «Sono numerose e di vario genere le iniziative che, come Associazione Via Nassa, promuoviamo durante tutto il corso dell’anno. Per restare ancora al prossimo Natale mi piace ricordare che nell’ambito del mercatino ci saranno delle casette gourmet nella piazzetta S. Carlo, con la speranza di riuscire a convogliare anche verso questo segmento della strada parte della folla che abitualmente si accalca in Piazza della Riforma. Sarebbe poi molto positivo che l’illuminazione e l’addobbo natalizio della via non fosse lasciato prevalentemente all’iniziativa delle singole vetrine, ma vedesse invece una più convinta partecipazione da parte dell’amministrazione comunale. La via Nassa è una grande risorsa non soltanto per le attività commerciali che vi si affacciano, ma per l’intera città di Lugano».

Quali sono le vostre previsioni per il futuro del commercio in via Nassa, considerando le attuali tendenze del mercato del lusso e del turismo?



R.M.: «Il futuro del commercio in Via Nassa sarà inevitabilmente influenzato dall’evoluzione del mercato del lusso e dai flussi turistici internazionali, che restano volatili. Tuttavia, guardiamo avanti con fiducia: i grandi Marchi stanno gradualmente ridimensionando outlet e canali online, riconoscendo il valore insostituibile delle boutique fisiche nelle vie iconiche. È una tendenza che ci favorisce e che rafforza la centralità di Via Nassa come destinazione privilegiata. Il turismo di qualità, sempre più attento all’esperienza e all’autenticità, troverà nella nostra Via un punto di riferimento. Al tempo stesso, vogliamo intercettare nuove generazioni di consumatori, che cercano non solo lusso ma anche sostenibilità, responsabilità e connessione con il territorio. Il nostro impegno sarà quello di mantenere viva Via Nassa come un brand internazionale, capace di evolvere insieme ai tempi senza perdere la propria identità: un luogo in cui tradizione ed esclusività si intrecciano con innovazione ed esperienza, continuando ad attrarre visitatori e clienti da tutto il mondo».



R. S.: «Constato con piacere che in via Nassa abbia recentemente aperto Montblanc e che Hermès stia ampliando il proprio negozio: due segnali importanti e molto positivi da parte di marchi di grande prestigio. Per quanto riguarda gli orari di apertura, mi sono sempre chiesto come fosse possibile che lo Stato stabilisse giorni e orari per attività commerciali private. Con la nuova legge e con il riconoscimento di Lugano quale città turistica, gli orari sono ora nelle mani dei com-

mercianti, che possono adattarli alle esigenze della propria clientela. Grazie alla costante presenza della Polizia, visibile e non, il nostro salotto cittadino è un luogo sicuro, qualità sempre più rara altrove. I recenti, e comunque rari, episodi spiacevoli si sono sempre conclusi con l’immediato arresto dei responsabili da parte delle forze dell’ordine, che così mandano un chiaro segnale a eventuali altri malintenzionati. La “Lugano turistica” ha bisogno della sua Via Nassa: una via prestigiosa, dal forte valore d’immagine, che contribuisce a rendere unica una città tutto sommato di piccole dimensioni come Lugano.



A.P.: «In un mercato così globale nel quale le dinamiche internazionali cambiano gli umori da un giorno all’altro non è facile pianificare o prevedere. Difficile prevedere il mercato del lusso o del turismo visti gli scenari internazionali, più facile invece cercare di vivere nel qui è ora cercando di apprezzare ciò che già abbiamo nel tentativo, fondamentale, di valorizzarne i pregi e limitarne le mancanze. Sicuramente da creatore di mete, non si deve mai smettere di sognare, quindi chissà cosa ci può riservare il prossimo futuro». 

N° 088

DICEMBRE 2025 / FEBBRAIO 2026

MAGAZINE DI

PERSONE, EVENTI, AZIENDE, FATTI E NOTIZIE

ticino

welcome



**MASSIMO
BONI**

PASSIONE VISIONARIA

EDIZIONE TICINO WELCOME SAGL © Svizzera CHF 8,00 / Italia € 6,80



TAVOLA ROTONDA

IL TICINO E I DAZI

Tensioni
con gli USA

LAC

ANDREA AMARANTE

Creare ponti

FINANZA

UBS

Consulenza
e complessità

SPECIALE

VIA NASSA

Quale futuro?