CREDIT SUISSE

imprenditore

INNOVAZIONE

Restare competitivi Come Creaholic e Décision si differenziano sul mercato attraverso l'innovazione

Creatività svizzera Trasferimento di tecnologia e promozione dei giovani: i due principali fattori di successo

Salmone affumicato per buongustai Patrick Marxer sulla via del successo con prelibatezze ecologiche

SOMMARIO

INNOVAZIONE

4 **ESEMPI DI INNOVAZIONE** Un piatto doccia a recupero di calore o un materiale composito ultraleggero: le aziende svizzere si differenziano con successo nel panorama della concorrenza globale grazie alla loro capacità innovativa.

8 **RESTARE INNOVATIVI** La Svizzera non deve smettere di promuovere i giovani nelle professioni tecniche e di favorire il trasferimento tecnologico. A chiederlo sono imprenditori ed esperti.

12 **ECONOMIA MONDIALE** Nonostante la forza del franco e il nervosismo dei mercati finanziari, l'economia svizzera dovrebbe continuare a crescere nel 2011.

13 **ASSISTENZA A 360°** Al Credit Suisse gli imprenditori trovano un'offerta completa di prodotti e soluzioni che li sostiene negli affari commerciali e copre anche tutte le loro esigenze private.

15 **PROTEGGERE LA LIQUIDITÀ** Con un finanziamento leasing l'ospedale di Davos ha acquistato un moderno tomografo computerizzato e resta così all'avanguardia sul fronte della tecnologia.

16 **RISCHI SOTTO CONTROLLO** Il Credit Suisse offre al gruppo ticinese Novametal una copertura da un'unica fonte contro i rischi di cambio e il rincaro delle materie prime.

18 **DALLA REGIONE** Notizie d'attualità e informazioni utili dalla regione.

19 **PER BUONGUSTAI** A Wetzikon Patrick Marxer affumica con le proprie mani il migliore salmone biologico. Con questo prodotto di nicchia molto richiesto realizza così il sogno dell'indipendenza professionale.

Barend Fruithof, responsabile Corporate & Institutional Clients

Rolf Bögli, responsabile Private Banking Switzerland

EDITORIALE
LA GIUSTA IDEA PER SOPRAVVIVERE

Le aziende elvetiche non sono seconde a nessuno quando si tratta di tradurre idee uniche in prodotti e applicazioni commerciabili. Il presente numero della rivista «imprenditore» è perciò dedicato al tema dell'innovazione. Lasciatevi ispirare, a pagina 4, da due straordinarie aziende elvetiche: la fabbrica di idee Creaholic di Bienne e la ditta Décision di Losanna, i cui materiali compositi ultraleggeri hanno fatto decollare anche il velivolo solare «Solar Impulse» di Bertrand Piccard. Nella tavola rotonda a pagina 8, esperti chiedono che la Svizzera non smetta di promuovere i giovani nelle professioni tecniche e favorisca maggiormente il trasferimento tecnologico dalla ricerca all'industria.
Vi mostriamo inoltre in che modo il Credit Suisse può sostenervi in qualità di imprenditori, così che possiate concentrarvi interamente sullo sviluppo di nuovi prodotti e servizi. I proprietari d'impresa si trovano spesso a fare i conti con complesse questioni finanziarie che li riguardano anche come privati. A pagina 13 vi mostriamo in che modo possiamo supportarvi. A pagina 15, sull'esempio dell'ospedale di Davos, scoprirete come il leasing vi consente di restare all'avanguardia sul fronte della tecnologia proteggendo la vostra liquidità. A pagina 16, infine, vi illustriamo invece come il gruppo ticinese Novametal si tutela contro i rischi di cambio e il rincaro delle materie prime.
Per maggiori informazioni potete rivolgervi al vostro consulente clientela o visitare il sito www.credit-suisse.com/imprenditore. Vi auguriamo una piacevole lettura.

Barend Fruithof

Rolf Bögli

credit-suisse.com/imprenditore
→ **In esclusiva per voi**

Per essere sempre aggiornati sulle tematiche che riguardano gli imprenditori, scegliete in tutta comodità gli abbonamenti gratuiti che abbiamo appositamente creato per voi.

Ciò che accomuna innovatori di successo quali Bertrand Cardis della ditta Décision nonché Marcel Aeschlimann e Christoph Rusch dell'azienda Creaholic è il coraggio di percorrere nuove vie.

INNOVAZIONE **ROMPERE LE REGOLE E METTERE IN DISCUSSIONE LO STATUS QUO**

Le aziende svizzere si differenziano nel panorama della concorrenza mondiale grazie alla loro capacità innovativa. Un piatto doccia a recupero di calore dell'azienda Creaholic di Bienne e un materiale composito ultraleggero della ditta Décision di Losanna ne sono esempi significativi.

«Da una buona idea alla fine deve prendere forma un prodotto commercializzabile sul mercato», afferma Marcel Aeschlimann, executive partner della Creaholic di Bienne. Ritiene quindi che l'innovazione applicata abbia a che fare più con l'imprenditorialità che con la mera creatività. Quasi 25 anni fa, l'ex ingegnere orologiero ha fondato la Creaholic assieme a Elmar Mock, pioniere di Swatch. Oggi nell'azienda lavorano circa 35 designer industriali, specialisti in materiali, ingegneri meccanici, esperti in microtecnica e altri periti, i quali operano su incarico dei clienti alla definizione di risposte innovative a tutte le possibili questioni.

«Creaholic riunisce attorno a un progetto persone altamente qualificate provenienti da diversi ambiti di specializzazione», spiega Aeschlimann. Ma non si tratta assolutamente di un «gruppo di autoaiuto creativo». «Alla fine di un processo di innovazione strutturato figurano risultati concreti e misurabili. A tale scopo, nel corso degli anni abbiamo messo a punto oltre 80 metodi e strumenti», precisa l'imprenditore di Bienne.

Sviluppare le proprie idee

Un ulteriore fulcro di attività di Creaholic è lo sviluppo di idee proprie: «Chi ha una buona idea,

«Alla fine di un processo di innovazione strutturato, figurano risultati concreti e misurabili.»

Marcel Aeschlimann, executive partner della Creaholic

può approfondirla per 100 ore durante l'orario lavorativo», spiega Aeschlimann. In seguito, i fondatori dell'azienda investono più tempo e mezzi in tale idea soltanto se sono convinti della sua fattibilità. Circa tre anni fa anche il partner di Creaholic Christoph Rusch ha avuto un'idea vincente: «Finestre isolanti, tetto e pareti proteggono in modo ottimale l'interno di un edificio dalla dispersione di calore, ma ogni giorno decine di litri di acqua calda vanno sprecate ad ogni doccia. Grazie a un piatto doccia che recupera il calore per riscaldare nuovamente l'acqua, vogliamo colmare quest'ultima falla nel perimetro termico delle abitazioni», afferma l'ingegnere meccanico illustrando il suo progetto. Il piatto doccia dall'evocativo nome Joulia si distingue per lo spessore estremamente ridotto dello scambiatore di calore, che offre una grande semplicità nelle operazioni di installazione e di pulizia. «Adesso dobbiamo convincere proprietari di immobili, architetti e operatori del settore degli impianti sanitari circa la validità della nostra soluzione», afferma Rusch. Per la commercializzazione del piatto doccia Joulia, di cui è stato richiesto il brevetto, Creaholic ha fondato una spin-off con i principali rappresentanti del mondo imprenditoriale della regione.

Pioniere nel campo dei materiali compositi

Mentre Creaholic adotta un approccio polivalente nel campo dell'innovazione, il punto di forza dell'azienda Décision di Ecublens, nei pressi di Losanna, è invece l'elevato grado di specializzazione. Circa 27 anni fa l'appassionato velista Bertrand Cardis era alla ricerca di possibilità per costruire un'imbarcazione ultraleggera. «Mentre lo standard di riferimento era costituito dall'alluminio, il mio interesse si concentrava sui materiali compositi, che ai tempi costituivano una novità assoluta», ricorda l'ingegnere e cofondatore dell'azienda. Attraverso un'abile combinazione di materiali con diverse caratteristiche prendono vita supporti estremamente leggeri e al contempo resistenti. Nel corso degli anni, Décision ha instaurato un'intensa collaborazione con i ricercatori del Politecnico Federale di Losanna (EPFL), maturando una competenza approfondita e unica nel campo di questa classe di materiali. Il processo innovativo si distingue per numerosi passi di progettazione: «I nostri specialisti creano un modello di materiale, il quale viene sottoposto a prove di resistenza in laboratorio per effettuare misurazioni e ottenere nuovi dati. In questo modo impariamo a conoscere sempre meglio il comportamento del materiale e passo dopo passo possiamo quindi ottimizzare ulteriormente il peso o la resistenza», spiega Cardis.

Fusoliera ultraleggera per il velivolo solare

Dopo la realizzazione delle strutture per le imbarcazioni a vela di Alinghi, l'ultimo colpo di genio di Décision è stata la fusoliera in materiali compositi per l'aereo Solar Impulse di Bertrand Piccard e André Borschberg. Per questo velivolo, dotato di un'apertura alare pari a quella di un Airbus A340, ogni grammo è decisivo: «L'obiettivo in termini di peso era talmente ambizioso che non eravamo sicuri di raggiungerlo. Dopo un anno e innumerevoli test, siamo giunti a una struttura a nido d'ape in fibra di carbonio, realizzata con un sistema a sandwich», ricorda Cardis. Questa soluzione offre un'elevata rigidità meccanica a fronte di un peso molto contenuto, pari a solo 93 grammi per metro quadro per il rivestimento in carbonio – poco più di un foglio di carta. Oltre all'elevata competenza nel campo dei materiali, Décision si distingue soprattutto per l'elevatissima flessibilità: «Adeguiamo le procedure e le tecniche di produzione in modo individuale ai progetti», precisa Cardis. In futuro egli vorrebbe orientarsi maggiormente verso le applicazioni industriali: «Oggi è necessaria un'auto del peso di una tonnellata per trasportare un passeggero di meno di 100 chili da A a B. Questa palese sproporzione potrebbe essere nettamente migliorata con l'impiego di materiali compositi nella costruzione di automobili», afferma convinto l'imprenditore.

L'elemento che unisce innovatori di successo come Bertrand Cardis e i suoi partner Jean-Marie Fragnière e Claude-Aalin Jacot dell'azienda Décision o Marcel Aeschlimann e Christoph Rusch di Creaholic è l'apertura mentale e la disponibilità a cercare nuove rotte: «Bisogna essere pronti a mettere in dubbio anche lo status quo e le proprie certezze più salde», afferma Cardis. E Aeschlimann precisa: «Un buon innovatore deve rompere le regole». ■

Per saperne di più:

→ **sul nostro sito Internet troverete maggiori informazioni sul tema innovazione.**

credit-suisse.com/imprenditore

«Bisogna essere pronti a mettere in dubbio anche lo status quo e le proprie certezze più salde.»

Bertrand Cardis, direttore della ditta Décision

CONCLUSIONE

→ **Sono le innovazioni a fare la differenza**

- Le imprese svizzere sono molto innovative come dimostrano in modo inequivocabile gli esempi di Creaholic e Décision.
- Attraverso processi strutturati, Creaholic aiuta altre aziende a tradurre idee innovative in applicazioni e prodotti commerciabili sul mercato. Ma la fucina di idee di Bienne si propone anche come fondatrice di giovani imprese.
- Décision si è specializzata nella produzione di strutture ultra-leggere in materiali compositi. La ditta di Losanna ha sviluppato la fusoliera per l'aereo a energia solare Solar Impulse.

«LE INNOVAZIONI NON SI POSSONO **SCARICARE DA INTERNET.**»

Affinché le PMI elvetiche restino aziende innovative di fama mondiale, bisogna migliorare il trasferimento tecnologico e la promozione dei giovani nelle professioni tecniche.

Garaventa è leader di mercato nella tecnologia degli impianti a fune. Cosa significa innovazione per un'azienda che lavora con una tecnologia ormai matura?

Istvan Szalai: Quella degli impianti a fune è effettivamente una tecnologia matura. Ma per sua stessa natura deve confrontarsi continuamente con speciali sfide. Il contributo all'innovazione di Garaventa consiste nel ricombinare le componenti esistenti per creare soluzioni globali tagliate su misura sulle esigenze del cliente per il trasporto di persone o di merci. All'inizio di ogni progetto c'è il bisogno del cliente, ovvero una montagna con una situazione del tutto particolare. Lo Stanserhorn, ad esempio, è una montagna prettamente estiva. I responsabili volevano perciò un impianto che non si limitasse a trasportare persone, bensì che offrisse ai passeggeri un ulteriore diversivo. Garaventa vi sta adesso realizzando una funivia cabriolet con piano superiore scoperto.

Cosa c'è di così particolare in questo?

Istvan Szalai: In una tradizionale funivia va e vieni è impensabile avere dello spazio aperto per i passeggeri sotto le funi traenti e portanti, ragion per cui nella funivia Cabrio la doppia fune portante è stata situata ai lati delle cabine. Il fatto che le cabine si trovino tra e non sotto le funi rappresenta un'autentica novità mondiale nel trasporto di persone rispetto al tradizionale sistema di funivia va e vieni.

Signor Bruderer, lei guida la succursale svizzera della Viessmann, azienda tedesca che opera nel campo della tecnologia del riscaldamento. Qual è il ruolo delle innovazioni nel suo settore?

Hansueli Bruderer: Nei paesi industriali la produzione di calore rappresenta circa il 40 per cento dell'intero consumo energetico. Il riscaldamento climatico ci costringe a sviluppare alternative ai combustibili fossili. Per la nostra sopravvivenza sono dunque importantissime le innovazioni dei sistemi di riscaldamento basate su energie rinnovabili. La famiglia Viessmann, proprietaria dell'azienda, ha da tempo colto questa tendenza. Per questo, oltre ai classici sistemi di riscaldamento a olio e gas, tra i campi di attività strategici dell'azienda troviamo oggi sistemi a collettori solari termici, sistemi a calore naturale con pompe di calore, ma anche impianti a biomassa. Un'ulteriore spinta all'innovazione arriverà dall'approccio ibrido, che combina diversi sistemi di riscaldamento al fine di ottenere impianti performanti e rispettosi dell'ambiente.

«Dobbiamo entusiasmare i giovani per le professioni tecniche.»

Hans Hess, presidente di Swissmem, l'associazione dell'industria metalmeccanica ed elettrica svizzera

Hansueli Bruderer, CEO Viessmann Svizzera, Istvan Szalai, CEO Garaventa, Hans Hess, presidente di Swissmem, l'associazione dell'industria metalmeccanica ed elettrica svizzera, e Barend Fruithof, responsabile Corporate & Institutional Clients del Credit Suisse (da sinistra).

Signor Fruithof, quanto sono efficienti le aziende elvetiche nel tradurre buone idee in prodotti e applicazioni commerciabili?

Barend Fruithof: La Svizzera è leader in Europa nel campo dell'innovazione, e le aziende elvetiche hanno un'ottima capacità di tradurre idee innovative in successi di mercato. La mia esperienza personale non fa che confermare questa impressione. Come responsabile Corporate & Institutional Clients sono spesso a stretto contatto con imprese di tutto il paese e resto sempre molto impressionato dalle incredibili storie di successo che mi si presentano.

In che modo Swissmem, l'associazione dell'industria metalmeccanica ed elettrica svizzera, può promuovere la forza innovativa delle sue aziende?

Hans Hess: In Svizzera abbiamo eccellenti università, ma ci sono ancora deficit nel trasferimento di sapere e tecnologie dalla ricerca all'industria. Promuovere questo trasferimento è uno dei nostri compiti principali. Sosteniamo le nostre aziende nella definizione di progetti di innovazione, le mettiamo in contatto con partner adeguati provenienti da università e industria e le accompagniamo durante l'intero processo. Tra l'altro partecipiamo anche ai consorzi «WTT CHOst» e «W^6». In quest'ultimo ci occupiamo del-

«Le energie rinnovabili assicurano il futuro.»

Hansueli Bruderer, CEO Viessmann Svizzera

Hansueli Bruderer e Istvan Szalai.

l'intermediazione di coach a tempo parziale con esperienza nell'industria che supportano le aziende nei loro concreti progetti di innovazione.

Quali altre tematiche sono centrali per lei?

Hans Hess: Le innovazioni non si possono semplicemente scaricare da Internet. Nuovi prodotti o servizi devono essere sviluppati da aziende creative nel dialogo con clienti e partner. La premessa più importante in tal senso è rappresentata dalla presenza di collaboratori qualificati, ragion per cui ci impegniamo fortemente anche per il sistema educativo duale svizzero con università, scuole universitarie professionali e una buona formazione professionale. Con la piattaforma Internet Tecmania – un autentico successo – vogliamo inoltre tornare a entusiasmare maggiormente i giovani per le professioni tecniche.

«Gli strumenti di promozione dovrebbero essere più semplici da usare.»

Istvan Szalai, CEO Garaventa

I collaboratori qualificati sono quindi una premessa irrinunciabile per la forza innovativa delle aziende. Riesce a trovare abbastanza forza lavoro specializzata?

Hansueli Bruderer: È un'autentica sfida trovare forza lavoro specializzata, ad esempio nelle scienze dei materiali, che soddisfi i nostri requisiti. Sul mercato non esistono specialisti settoriali già completamente formati. Per questo attribuiamo valore alla formazione interna all'azienda. Nella nostra «Accademia Viessmann» formiamo ogni anno oltre 80 000 collaboratori propri e di aziende partner nella tecnologia del riscaldamento e nella gestione dei nostri prodotti.

Istvan Szalai: È naturale che nell'era delle nano e biotecnologie una tecnica relativamente «semplice» come quella degli impianti a fune perda di attrattiva. Qualche anno fa, ad esempio, il Politecnico federale di Zurigo ha soppresso la cattedra di tecnica degli impianti a fune. Anche noi dobbiamo formare da soli i nostri collaboratori. Per questo trovo estremamente importante che la Svizzera non smetta di promuovere le giovani leve nelle professioni tecniche.

Come si articola la collaborazione con le università?

Hansueli Bruderer: Collaboriamo con i politecnici di Zurigo e Losanna. La pompa di calore per risanamenti – un'autentica innovazione – è nata tra l'altro in collaborazione con l'EPFL di Losanna. Ma cooperiamo anche con le scuole universitarie professionali a progetti di sviluppo, ad esempio con l'HSLU di Horw, con la FHNW di Muttenz, con l'NTB di Buchs o con l'HEIG-VD di Yverdon.

Istvan Szalai: Secondo me alcuni strumenti di trasferimento delle tecnologie quali ad esempio i progetti della Commissione per la Tecnologia e l'Innovazione (CTI) della Confederazione sono troppo complicati. Dovrebbero essere più

accessibili per le aziende, affinché anche progetti più piccoli possano avere successo.

Hans Hess: Effettivamente proprio le aziende più piccole sfruttano ancora troppo poco queste offerte. Anche noi crediamo che la CTI debba migliorare in termini di efficienza e di forza. Per questo sottoponiamo continuamente alla Confederazione proposte di miglioramento. Uno strumento eccellente è rappresentato anche dal «controllo delle innovazioni», che consente soprattutto alle aziende più piccole di svolgere insieme ai ricercatori universitari uno studio preliminare su un nuovo prodotto o processo. Swissmem si impegna anche in questo campo.

Il Credit Suisse come banca può dare un contributo alla forza innovativa delle aziende?

Barend Fruithof: Grazie ai nostri prodotti bancari e alle nostre soluzioni su misura, ad esempio per il traffico dei pagamenti o per la copertura dei rischi di cambio e sui tassi d'interesse, le aziende possono concentrarsi sullo sviluppo di nuovi prodotti o servizi e sull'ottimizzazione dei loro processi o del modello operativo. Nel settore delle start-up il Credit Suisse è impegnato nella SVC - SA per il capitale di rischio delle PMI per la promozione delle piccole e medie imprese e delle start-up. Gli studi forniti dai nostri analisti del servizio Research offrono inoltre alle aziende importanti informazioni, ad esempio circa le tendenze nel loro settore. Sosteniamo inoltre programmi di promozione professionale e diversi premi alle imprese come il premio per l'innovazione «Swiss Technology Award», assegnato nell'ambito dello Swiss Innovation Forum. ■

«Mi si presentano tante storie di successo.»

Barend Fruithof, Head Corporate & Institutional Clients Credit Suisse

Hans Hess e Barend Fruithof.

CONCLUSIONE

→ Mantenere la leadership della Svizzera

È grazie alle innovazioni che le aziende svizzere si differenziano sui mercati globali. Lo confermano studi come il Community Innovation Survey. Premesse centrali per lo sviluppo di prodotti, servizi o processi innovativi sono collaboratori altamente qualificati e un buon trasferimento di sapere e tecnologie dalla ricerca all'industria. Affinché la Svizzera mantenga la propria leadership deve essere promosso ulteriormente l'interesse dei giovani per le professioni tecniche. Gli specialisti credono anche che l'accesso agli strumenti di trasferimento delle tecnologie quali i progetti della Commissione per la Tecnologia e l'Innovazione (CTI) della Confederazione sia troppo complicato. Migliorando le condizioni quadro anche le aziende più piccole avrebbero il sostegno necessario per i loro progetti di innovazione.

Per saperne di più:

→ sul nostro sito Internet troverete altri articoli dedicati agli imprenditori.

credit-suisse.com/imprenditore

CRESCERE **IN UN CONTESTO SFAVOREVOLE**

Sebbene il clima di nervosismo che aleggia sui mercati finanziari sia ancora pesante e il franco si mantenga forte, l'economia svizzera continua a crescere a ciclo pressoché continuo. Il Credit Suisse prevede per quest'anno una crescita del PIL pari all'1,9%.

Martin Neff,
responsabile
Economic Research
Svizzera

I mercati finanziari sono sottoposti a vere e proprie docce scozzesi. La causa del nervosismo è da ricercare nel fatto che l'economia mondiale si trova ancora ad affrontare lo stesso rischio degli anni precedenti. L'indebitamento eccessivo continua a pesare sull'economia, e l'attenzione si è semplicemente spostata a livello statale. Con cadenza pressoché quotidiana il titolo «nuovo pacchetto di salvataggio» lascia il posto al proclama «nessun nuovo pacchetto di salvataggio», e come se non bastasse, cambia pure il riferimento geografico. La crisi finanziaria e le misure intraprese per fronteggiarla, inoltre, hanno creato una nuova situazione di partenza. I modelli economici tradizionali mostrano i propri limiti, il che genera ulteriori incertezze.

L'economia elvetica ha finora ben figurato in questo non facile contesto. Nel 1° trimestre 2011 il prodotto economico ha surclassato del 2,4% il livello dell'anno precedente. Molti sembrano aver già dimenticato che ancora pochi anni or sono quasi nessuno scommetteva sulla capacità dell'economia svizzera di esprimere una crescita in quest'ordine di grandezza. Eppure si tratta di un valore apprezzabile sia nel raffronto pluriennale, sia rispetto ad altri paesi europei. La situazione di partenza per il prossimo futuro è buona, anche se i rischi latenti sono tuttora presenti. Le ricorrenti turbolenze che hanno investito i mercati finanziari e persino il costante apprezzamento del franco non hanno arrecato i tanto paventati danni all'economia reale, il che dispone in buona sostanza a un sentimento di fiducia. La situazione appare soddisfacente soprattutto sul mercato del lavoro. Non abbiamo quindi alcun motivo per rivedere radicalmente il nostro giudizio sulla crescita svizzera e ribadiamo pertanto la nostra previsione di una progressione dell'1,9% dell'economia elvetica nell'anno in corso.

Il fatto che il rincaro sia stato finora quasi impercettibile non significa che non vi sia una pressione inflazionistica. Fino ad ora la crescita dei prezzi delle materie prime è stata mitigata dall'apprezzamento del franco. Ci attendiamo però che nel corso dell'anno il rincaro aumenterà e che nella media del 2011 il tasso di inflazione sarà più alto che negli anni passati. ■

Per saperne di più:

→ **troverete ulteriori informazioni su Credit Suisse Economic Research sul nostro sito Internet.**

credit-suisse.com/imprese

ASSISTENZA A 360°

Al Credit Suisse gli imprenditori trovano un'offerta completa di prodotti e soluzioni che li sostiene nelle questioni commerciali e copre anche tutte le loro esigenze private.

Gran parte delle aziende attive sul territorio elvetico sono di proprietà privata. Gli imprenditori devono da una parte affrontare le molteplici sfide che incontrano nella realtà lavorativa di ogni giorno. Ma dato che spesso l'azienda rappresenta anche una grossa fetta del patrimonio privato, si deve tenere conto anche di complesse questioni relative alla situazione finanziaria personale. Al Credit Suisse i proprietari d'impresa usufruiscono di un modello di consulenza globale, che prevede il ricorso a consulenti clientela commerciale, privata e Private Banking personali e a una fitta rete di specialisti.

Ampia offerta per la clientela commerciale

Come und delle banche leader per la clientela commerciale il Credit Suisse supporta gli imprenditori nella loro attività commerciale con un modello di consulenza su misura. Ogni azienda ha a disposizione un consulente clientela personale. Con grande efficienza il Credit Suisse segue circa la metà dei circa 100 000 clienti commerciali dal proprio Business Center. Le aziende con un ampio fabbisogno di finanziamento o quelle che operano a livello internazionale vengono invece seguite in loco in oltre 30 sedi presenti su tutto il territorio svizzero. In caso di necessità sono a disposizione anche numerosi specialisti, ad esempio per transazioni aziendali o per coprire i rischi legati all'attività all'estero.

Consulenza privata per imprenditori

Ma al Credit Suisse gli imprenditori usufruiscono anche di tutti i servizi per la clientela privata, offerti da un'unica fonte. Spesso però si pongono anche altre questioni che riguardano la situazione finanziaria privata: come si può ad esempio adeguare la struttura del patrimonio agli obiettivi personali di vita e di carriera? In che modo si possono proteggere a lungo termine i familiari contro i rischi finanziari? Per questo gli imprenditori facoltosi ricevono un'assistenza ulteriore da parte di team di Private Banking, che si occupano di strategia patrimoniale, di pianificazione fiscale, di soluzioni previdenziali private, di pianificazione successoria o della creazione di trust e fondazioni. ■

Siamo sempre a vostra disposizione, anche per un colloquio personale.

Per maggiori informazioni rivolgetevi al vostro consulente o contattate il nostro Business Center al numero verde 0800 88 88 73.

credit-suisse.com/imprese

PARTE DA LOSANNA **LA LOTTA A UNA PIAGA DELL'UMANITÀ**

Nel giro di pochi anni AC Immune si è conquistata un'ottima reputazione nella lotta contro il morbo di Alzheimer. Ne abbiamo parlato con la dott.ssa Andrea Pfeifer, fondatrice dell'azienda.

Dott.ssa Andrea Pfeifer, AC Immune

Nel 2009 è stata nominata Technology Pioneer al World Economic Forum ed Entrepreneur of the Year. Che significato attribuisce a questi riconoscimenti? Si considera ambiziosa?
L'ambizione di primeggiare e sviluppare il farmaco migliore è un enorme sprone. La «sete di vittoria» è pressoché imprescindibile per l'innovazione. Eppure, non assocerei direttamente questo tratto del mio carattere ai due riconoscimenti, che hanno piuttosto reso onore alle prestazioni dell'intero team. Nel nostro settore lo spirito di squadra è la linfa vitale delle innovazioni.

Perché ha stabilito la sede della sua impresa a Ecublens?
L'EPFL gode a ragione di un'eccellente reputazione e si contraddistingue per l'apertura nei confronti dell'economia privata. Inoltre, l'area ospita ormai molte imprese dinamiche attive nel settore Life Science. Oltre agli squisiti rapporti con il Politecnico federale, che ho instaurato già durante la mia attività presso Nestlé, vi sono però altri fattori importanti in gioco, per esempio la grande disponibilità dimostrata dalla SECO e dal DEV, l'ente promotore dell'economia del canton Vaud. Non vanno inoltre sottovalutati aspetti quali la stabilità politica e l'etica lavorativa degli svizzeri, la tradizione farmaceutica del paese e, non da ultimo, l'attrattiva paesaggistica della Regione del Lemano.

Quale supporto può fornire il Credit Suisse alla sua innovativa impresa?
Il futuro sviluppo della nostra azienda può beneficiare della rete globale del Credit Suisse. Apprezzo in particolare lo spiccato spirito innovativo della banca, che emerge dall'attuale allestimento del centro di sviluppo IT nelle nostre vicinanze. Inoltre, avverto che il Credit Suisse nutre una profonda stima nei confronti degli imprenditori, dimostrata per esempio attraverso la costituzione del fondo da 100 milioni di franchi messo a disposizione dalla SVC-SA per il capitale di rischio delle PMI.

Quando sarà disponibile sul mercato il suo primo prodotto contro l'Alzheimer?
All'atto della costituzione dell'azienda mi sono prefissata l'ambizioso obiettivo di raggiungere questo traguardo nel giro di 12 anni, quindi nel 2015. Attualmente siamo a buon punto, ma il momento preciso è determinato anche da una serie di fattori su cui non abbiamo alcun influsso. Non ho dubbi che faremo il nostro ingresso sul mercato in tutti e tre i nostri settori di attività. ■

Per saperne di più:

→ un'intervista approfondita con la dott.ssa Andrea Pfeifer è disponibile sul nostro sito Internet.

credit-suisse.com/imprenditore

TECNOLOGIA DI PUNTA IN LEASING **PER L'OSPEDALE DI MONTAGNA**

Con un leasing su misura l'ospedale di Davos ha potuto acquistare un tomografo computerizzato ultramoderno e rafforzare così la sua posizione come fornitore di prestazioni mediche all'avanguardia.

Markus Hehli, direttore dell'ospedale di Davos

Con 75 letti e 32 posti di cura, l'ospedale di Davos vanta dimensioni piuttosto modeste. Tanto più ingenti sono per contro gli sforzi che deve compiere, come spiega il direttore Markus Hehli: «La nostra piazza a forte vocazione turistica deve offrire un elevato standard qualitativo e – soprattutto nei mesi invernali – garantire un servizio di emergenza ad alta efficienza».

Per questo l'ospedale per malattie acute ha bisogno anche di apparecchiature diagnostiche moderne ed efficienti. Lo scorso anno, ad esempio, era in programma l'acquisto di un nuovo tomografo computerizzato del valore di circa un milione di franchi. «In quel momento, tuttavia, non avevamo a disposizione mezzi d'investimento propri», spiega Hehli, che ha perciò valutato possibilità di finanziamento alternative. Il leasing si è rivelato la variante ottimale, conclude: «Permette infatti di attuare il finanziamento in tempi molto rapidi, e con i tassi fissi ci semplifica la pianificazione dei costi».

Per il leasing Hehli ha vagliato le offerte di tre istituti di finanziamento. La scelta è caduta rapidamente sul Credit Suisse. Argomenta Hehli: «Il Credit Suisse ci ha convinti per la sua assistenza professionale e personale e per la competitività dei tassi d'interesse.»

Intanto il tomografo dell'ospedale di Davos ha già alle spalle la seconda stagione invernale e ha sempre funzionato a pieno regime. Grazie alla nuova tecnologia i pazienti beneficiano di tempi di visita più brevi e di una minore esposizione alle radiazioni, e il lavoro dei medici è agevolato da una migliore qualità delle immagini.

Formalmente il tomografo è di proprietà del Credit Suisse, e l'ospedale paga solo per l'utilizzo. «Quando il contratto di leasing scadrà nel 2014 potremo però acquistare l'impianto a ottime condizioni», constata Hehli. Allora, statisticamente parlando, il tomografo avrà ancora una durata d'impiego di tre anni. Per l'acquisto di un apparecchio sostitutivo il direttore dell'ospedale pensa di puntare nuovamente sul leasing: «Questa variante di finanziamento si è rivelata un'ottima scelta.» ■

FINANZIAMENTO INNOVATIVO

Il leasing è la forma di finanziamento ideale per gli investimenti nella vostra azienda. Negli ultimi anni sempre più imprese in Svizzera hanno riconosciuto e sfruttato i vantaggi dei finanziamenti leasing. La gamma degli oggetti finanziati comprende veicoli commerciali, macchinari CNC, macchine edili, gru, macchine tipografiche, apparecchiature mediche, flotte di veicoli e funivie.

I vostri vantaggi in breve

- Preservate la vostra liquidità
- Rimanete competitivi dal punto di vista tecnologico
- Beneficiate di costi fissi e calcolabili (attuale livello dei tassi storicamente favorevole!)

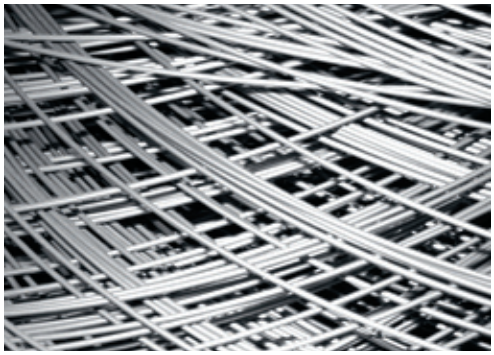
Siamo sempre a vostra disposizione, anche per un colloquio personale.

Per maggiori informazioni rivolgetevi al vostro consulente o contattate il nostro Business Center al numero verde 0800 88 88 73.

credit-suisse.com/imprenditore

RISCHI **SOTTO CONTROLLO**

Il gruppo ticinese Novametal esporta prodotti in acciaio inossidabile in tutto il mondo. Le soluzioni del Credit Suisse offrono all'azienda una copertura contro i rischi di cambio e il rincaro delle materie prime.



L'acciaio inossidabile si presta a svariate applicazioni.

Elevata stabilità alla corrosione, resistenza ed eccellenti caratteristiche igieniche: l'acciaio inossidabile si presta a svariate applicazioni industriali e domestiche. L'imprenditore ticinese Eugenio Marzorati ne conosce i segreti sin da bambino. Già il nonno era attivo nel settore dell'acciaio e nel 1982 il padre ha fondato Novametal a Rancate, alle porte di Mendrisio. «Ogni mese trasformiamo circa 4500 tonnellate di acciaio inossidabile in trafilati, fili o elementi di fissaggio presso nove centri di produzione in Svizzera, Francia, Sudafrica e America latina», spiega. I prodotti trovano impiego nell'industria automobilistica ed energetica. Con 700 collaboratori, l'impresa di famiglia tiene testa perfino a colossi indiani o cinesi nella concorrenza globale: «Oltre ai brevi tempi di lavorazione e consegna, la nostra principale unique selling proposition è un servizio alla clientela di prim'ordine», precisa Marzorati. Negli ultimi anni Novametal ha inoltre effettuato ingenti investimenti nell'automazione dei cicli produttivi.

La preponderanza di acquirenti esteri pone una sfida a Marzorati: «Poiché creiamo valore in franchi svizzeri, devo monitorare attentamente i corsi delle divise nei mercati di sbocco». Nell'industria dell'acciaio, esposta a forti pressioni sui margini, anche oscillazioni di corso minime possono esercitare un notevole impatto sulla redditività. Ecco perché Marzorati si cautela dalle fluttuazioni del franco rispetto all'euro e al dollaro con strumenti quali operazioni a termine e opzioni del Credit Suisse. In quanto specializzata nella lavorazione di materie prime, Novametal deve tenere sotto controllo anche ben altri rischi: a seconda della lega, l'acciaio inossidabile contiene dal 10 al 20 per cento di nichel puro, il cui prezzo è soggetto a forti oscillazioni. Anche in questo caso le opzioni offrono all'azienda una valida copertura contro eventuali rincari. «Apprezzo molto la gamma completa di strumenti di copertura contro i rischi di cambio e materie prime che il Credit Suisse ci offre da un'unica fonte», conclude Marzorati. ■

RISCHI DI CAMBIO RIDOTTI

Ogni impresa è esposta a rischi di cambio imprevedibili, che possono essere limitati con l'impiego di strumenti di copertura quali operazioni a contanti e a termine, opzioni e swap adattabili alle esigenze individuali. Chi opta per una copertura contro i rischi di cambio può ottimizzare la gestione della liquidità e pianificare meglio il calcolo dei prodotti.

Per saperne di più:

→ **sul nostro sito Internet troverete altri articoli dedicati agli imprenditori.**

credit-suisse.com/imprenditore

PMI SVIZZERE: **INNOVATIVE CON LE PROPRIE FORZE**

Creatività e idee originali per rispondere alle mutevoli esigenze dei clienti sono la chiave del successo economico. Come emerge da un nuovo studio del Credit Suisse, le PMI svizzere ne sono consapevoli.

Tendenze fondamentali 2011 – Opportunità e rischi per le PMI.

Per la quinta edizione dello studio «Tendenze fondamentali – Opportunità e rischi per le PMI» l'Economic Research del Credit Suisse ha intervistato 1800 imprese svizzere che occupano fino a 250 collaboratori. Per il quarto anno consecutivo, per le PMI il progresso tecnologico risulta essere la tendenza fondamentale che offre le maggiori opportunità. Il 94 per cento delle imprese intervistate considera l'innovazione essenziale alla loro sopravvivenza. Una PMI su tre ricava più di un terzo del proprio fatturato da nuovi prodotti e servizi. I miglioramenti nei processi, nel marketing o in ambito organizzativo, sono considerati anch'essi parte integrante dell'innovazione. Per la maggior parte delle imprese intervistate l'innovazione viene dall'interno: oltre la metà individua le principali fonti d'ispirazione nei collaboratori e nel management, ma molte considerano anche clienti, fornitori o partner di cooperazioni come le università irrinunciabili fucine di idee. Numerose PMI sono in costante processo di miglioramento. Ma specialmente per le piccole imprese le strutture complesse non hanno molto senso. Le PMI svizzere puntano molto più spesso su meccanismi di sostegno all'innovazione flessibili e a basso costo di mantenimento: ad esempio una tribuna delle proposte aziendale o la valorizzazione dei loro collaboratori. Come fattori centrali in grado di favorire un clima innovativo vengono indicati l'ambiente di lavoro e le possibilità di crescita professionale nell'azienda.

Essere innovativi significa addentrarsi in territori inesplorati, il che comporta sempre un rischio: quasi la metà delle imprese intervistate ha ammesso di aver rinunciato a un progetto d'innovazione negli ultimi tre anni. E la maggior parte di questi progetti non si è arenata nella fase di attuazione, bensì già durante lo sviluppo. Sono numerosi i fattori che frenano l'attività di innovazione. Le imprese intervistate indicano tra gli ostacoli interni più frequenti un rapporto costi-benefici deficitario, o la mancanza di finanziamenti. Tra i fattori esterni citano soprattutto condizioni di mercato sfavorevoli, come ad esempio gli effetti di saturazione, una concorrenza particolarmente agguerrita, o ancora l'irreperibilità di collaboratori qualificati. Tra gli altri possibili intralci vengono menzionati anche il quadro normativo o un elevato onere amministrativo.

La fonte di finanziamento per progetti d'innovazione di gran lunga più importante è rappresentata dalle riserve, cioè dagli utili accumulati: dallo studio emerge che oltre il 90 per cento delle PMI paga lo sviluppo di nuovi prodotti e servizi con questo tipo di mezzi propri. Quanto maggiori le dimensioni dell'azienda, tanto più spesso si ricorre al finanziamento con le riserve. Per converso le piccole imprese più giovani e portate alla crescita dipendono maggiormente da fonti di finanziamento esterne, come crediti, capitale di rischio e progetti di sostegno allo sviluppo pubblici. ■

Per saperne di più:

→ **Ordinate lo studio gratuitamente mediante il tagliando allegato oppure scaricatelo dal nostro sito Internet.**

credit-suisse.com/imprenditore

LE TRE P **DELL'INNOVAZIONE**

Passione, Persone e Processi: le tre P alla base dell'innovazione. Ne è convinto Riccardo Braglia, riconosciuto quest'anno miglior imprenditore della Svizzera italiana dallo Swiss Venture Club.

Alberto Petruzzella
Responsabile
Credit Suisse
Regione Ticino

Per innovare non bastano le buone idee. Passione per il proprio lavoro, persone che condividono lo stesso obiettivo e processi di gestione strutturati sono altretanto importanti. «Naturalmente servono anche mezzi finanziari e investitori con un orizzonte temporale relativamente lungo, impresa non facile nel contesto attuale caratterizzato da un certo consumismo finanziario. In questa realtà un'azienda con capitale privato ha il vantaggio di orientare gli investimenti a lungo termine privilegiando la crescita e la continuità aziendale invece della sola logica di mero profitto» sottolinea Ricardo Braglia. «La Svizzera resta un paese di riferimento per l'innovazione nel settore farmaceutico. Per mantenere la sua buona posizione il paese ha bisogno di sempre migliori condizioni quadro: per facilitare l'accesso al finanziamento, per allargare le condizioni del decreto sul promovimento economico, per ridurre la doppia imposizione su redditi e dividendi e per garantire maggiore sostegno alla formazione».

«Anche senza la strategia giusta non si può pianificare, implementare e produrre un'innovazione», sottolinea l'Amministrazione Delegato della Helsinn che oltre a «stratega molto legato alla pianificazione» si definisce «uomo di relazione» con contatti con clienti, ricercatori, collaboratori e partner. Per Riccardo Braglia affinché il management di un'azienda reagisca sempre in modo positivo al cambiamento deve saper guardare oltre il presente e intravvedere i cambiamenti del mercato, «senza fermarsi a crogiolarsi nei successi, rimettendosi sempre in gioco, guardando a nuovi e più ampi orizzonti». ■

Al centro Riccardo Braglia della Helsinn Healthcare SA vincitore del Premio all'imprenditore per la Svizzera italiana 2011

SWISS VENTURE CLUB PER L'INNOVAZIONE

Lo SVC è un'organizzazione privata senza scopo di lucro che si propone di sostenere e promuovere le piccole e medie imprese, forza motrice dell'economia svizzera, e di contribuire alla creazione e al mantenimento di posti di lavoro nel paese. Persegue la visione di diventare la rete di imprenditori più nota della Svizzera. Ai suoi oltre 2600 soci, lo SVC offre opportunità di contatto e di networking generando impulsi imprenditoriali a beneficio della piazza economica svizzera. Come piattaforma di scambio nata dalla pratica per la pratica, lo SVC offre un terreno fertile su cui far prosperare idee e opportunità commerciali.
Tra le sue numerose attività figura anche l'assegnazione del Premio all'Imprenditore, che avviene in sette regioni svizzere, tra cui anche la Svizzera italiana. Il premio beneficia del sostegno di numerosi sponsor e sostenitori e la sua giuria in Ticino è presieduta da Alberto Petruzzella, responsabile del Credit Suisse in Ticino.

Per saperne di più:

→ **visitate il nostro sito Internet Swiss Venture Club (SVC).**

swiss-venture-club.ch

UN'IDEA COMMERCIALE DAVVERO GUSTOSA

Con l'affumicatoio di salmone biologico «Das Pure» il 51enne assistente sociale Patrick Marxer ha realizzato il sogno a lungo accarezzato dell'indipendenza professionale.

La sua idea commerciale nasce dal puro piacere del palato: Patrick Marxer ha un debole per il salmone affumicato. Ma quello che era disponibile sul mercato non piaceva al perfezionista del gusto, oppure era troppo costoso per lui. Così, poco prima del Natale 2006, ha pensato di procedere da solo all'affumicatura: «Ho acquistato 40 chili di salmone biologico da un rivenditore, l'ho sfilettato a casa sul tavolo da ping pong, l'ho pulito, salato e lavato e infine l'ho affumicato per una notte intera nel bosco con una costruzione di legno da me realizzata», ricorda. Quel salmone lo ha regalato agli amici. E le loro reazioni positive gli hanno confermato, come sperava, che esiste una domanda di questo prodotto. Quello che una volta era un semplice hobby si è trasformato negli ultimi anni in una vera e propria azienda di famiglia. Adesso anche sua moglie e i suoi figli lo aiutano con entusiasmo. Da alcuni mesi l'affumicatoio, che porta il nome di «Das Pure», è ospitato in un vecchio colorificio a Wetzikon, nel canton Zurigo.

Patrick Marxer, titolare dell'affumicatoio di salmoni «Das Pure» a Wetzikon.

Il gusto in primo piano

«L'affumicatura è un metodo antichissimo per la conservazione di alimenti proteici», racconta Marxer. Oggi, tuttavia, in primo piano c'è il gusto: «A seconda del tipo di legno utilizzato cambia il colore dell'alimento affumicato e l'intensità del gusto», spiega il giovane imprenditore. Marxer svolge in maniera del tutto artigianale il processo di affumicatura, che oggi viene perlopiù eseguito a livello industriale. Ci vogliono dalle 12 alle 18 ore prima che l'ottimo prodotto sia pronto. Marxer vende il suo salmone selvatico MSC dell'Alaska o il suo salmone d'allevamento biologico scozzese direttamente dalla fabbrica e attraverso selezionati negozi di specialità. È continuamente alla ricerca di nuove opportunità commerciali per il suo affumicatoio. Offre ad esempio alle aziende la possibilità di regalare il salmone affumicato ai propri clienti in confezioni individuali. Hotel o ristoranti possono far affumicare il salmone con legna proveniente dalla loro zona. E agli appassionati di pesca Marxer offre la possibilità di sottoporre anche i pesci da loro pescati a un'affumicatura a regola d'arte. L'ingegnoso imprenditore mette a disposizione la sua fabbrica con l'imponente forno in pietra anche per eventi aziendali o corsi di affumicatura. Per gli amanti del salmone, inoltre, Marxer ha in serbo per il futuro altre gustose innovazioni: al momento sta sperimentando come conferire al pesce una nota sorprendente utilizzando del gin da lui stesso distillato, miele o zenzero: «La nostra fabbrica di salmone, in ultima analisi, è anche un laboratorio di affumicatura», sorride compiaciuto il buongustaio. ■

Per saperne di più:

→ **sul nostro sito Internet troverete maggiori informazioni sul tema «Innovazione»**

credit-suisse.com/imprenditore

Troverete maggiori informazioni online all'indirizzo
→ **credit-suisse.com/imprenditore**

→ Colloquio di consulenza personale

Siamo sempre a vostra disposizione, anche per un colloquio personale. Per una consulenza sui nostri prodotti basta telefonare al numero verde 0800 88 88 73 o contattare il vostro consulente.

→ Internazionalizzazione

Nel nostro dossier «Internazionalizzazione» potrete scoprire tutto sulle nostre offerte di prodotti e su come avere accesso alla nostra rete internazionale e ai nostri specialisti.

→ Studio «Tendenze fondamentali»

La quinta edizione dello studio «Tendenze fondamentali» è incentrata sul tema dell'innovazione. Oltre 1800 imprese in Svizzera sono state chiamate a esprimersi sull'importanza dell'innovazione per le PMI.

→ Leasing

Il dossier «Leasing» vi mostra come proteggere la vostra liquidità guadagnando spazio di manovra imprenditoriale.

→ Abbonarsi e vincere

Informatevi sull'attualità con i nostri abbonamenti e partecipate automaticamente al sorteggio. Vi aspettano due biglietti per un concerto a vostra scelta del festival «Live at Sunset».

→ Rivista **«imprenditore»**
Esce tre volte all'anno in italiano, tedesco e francese.

→ E-newsletter **«imprenditore»**
Pubblicata da sei a otto volte all'anno in italiano, tedesco e francese, vi fornisce aggiornamenti sui temi rilevanti per gli imprenditori.

→ Mobile Service **«imprenditore flash»**
Pubblicato ogni due settimane in italiano, tedesco e francese, vi fornisce informazioni tempestive sui temi di analisi economica che più interessano gli imprenditori.

→ Troverete maggiori informazioni online all'indirizzo **credit-suisse.com/imprenditore**

Questo documento è stato redatto a scopo unicamente informativo e ad uso esclusivo del destinatario. Non si fornisce alcuna garanzia sulla sua affidabilità e completezza e si declina qualsiasi responsabilità per eventuali perdite derivanti dal suo utilizzo. Il presente documento non può essere distribuito negli Stati Uniti né essere consegnato a US Person. Questo vale anche per altre giurisdizioni, salvo laddove ciò sia conforme alle leggi applicabili. Copyright © 2011 Credit Suisse Group SA e/o aziende a esso collegate. Tutti i diritti riservati.

2521423 – 02/2011

SIGLA EDITORALE

Editore Credit Suisse SA **Direzione progetto** Corinne Stäuble **Collaborazione** Simon Bühler, Andreas Schiendorfer, Charly Suter, inhalte.ch (Claudia Bardola e Boris Schneider) **Progetto grafico** Primafila AG **Stampa** Kyburz AG, Dielsdorf **Traduzione/Revisione** Credit Suisse Language Services **Fotografie** Das Bild – Judith Stadler e André Uster (copertina e primo piano), Dominic Büttner (tavola rotonda) **Internet** www.credit-suisse.com/imprenditore

CREDIT SUISSE

CONCORSO

Swiss Innovation Forum, 3.11.2011

Vincete due biglietti del valore di CHF 900.– per la sesta edizione dello Swiss Innovation Forum di Basilea. Relatori nazionali e internazionali presentano gli ultimi trend nel campo dell'innovazione, della creatività e del design.

SWISS INNOVATION FORUM

Swiss Technology Award 2011: candidatevi subito online

Lo Swiss Technology Award è il maggior riconoscimento svizzero nel campo della tecnologia e dell'innovazione. Ogni anno vengono premiate in tre categorie le migliori innovazioni e i migliori progetti proposti da PMI, scuole superiori e scuole universitarie professionali, istituzioni e start-up. Per saperne di più visitate il sito **www.credit-suisse.com/imprenditore**

Condizioni del concorso Possono partecipare tutte le persone fisiche domiciliate in Svizzera che abbiano compiuto 18 anni, ad eccezione dei collaboratori di tutte le società appartenenti al Credit Suisse Group SA e delle persone terze coinvolte in attività legate al concorso. Ogni persona può partecipare una sola volta. Il termine ultimo di invio e partecipazione è il 3.10.2011. Una volta trascorso tale termine, i vincitori saranno estratti a sorte e informati a mezzo posta o via e-mail. Sul concorso non viene tenuta alcuna corrispondenza. È escluso il ricorso alle vie legali. I partecipanti autorizzano l'utilizzo dei loro dati di contatto da parte di Credit Suisse Group SA e delle sue affiliate per scopi pubblicitari e di marketing. I dati saranno trattati con riservatezza. I partecipanti possono rifiutare in qualsiasi momento per iscritto l'utilizzo dei propri dati per scopi pubblicitari e di marketing.

Piegare qui

Piegare qui

Nicht frankieren
Ne pas affranchir
Non affrancare

Non affrancare
Invio commerciale-risposta

Credit Suisse SA
Imprenditore
Casella postale
8070 Zurigo

Incollare qui

ISCRIZIONE

COLLOQUIO DI CONSULENZA E PARTECIPAZIONE AL CONCORSO

☐ **Sì, desidero un colloquio di consulenza gratuito e senza impegno in tema di**
☐ **leasing** ☐ **internazionalizzazione** ☐ **altri temi**

Vogliate contattarmi per un colloquio di consulenza
☐ lu ☐ ma ☐ me ☐ gi ☐ ve

dalle ore _____ alle ore _____

☐ **Partecipo unicamente al concorso.**

INDIRIZZO Si prega di scrivere in lettere maiuscole e di compilare in ogni parte.

Nome della ditta _____

☐ Signora ☐ Signor

Nome _____ Cognome _____

Via/N. _____ Casella postale _____

NPA/Località _____

Telefono uff. _____ Telefono priv. _____

E-mail _____

Numero di collaboratori ☐ 1–9 ☐ 10–49 ☐ 50–499 ☐ > 500

PUBBLICAZIONI

OPUSCOLO **LEASING**
Finanziamento flessibile degli investimenti.
Desidero ordinare l'opuscolo in ☐ it. ☐ ted. ☐ fr. ☐ in. Numero di esemplari _____

OPUSCOLO **INTERNAZIONALIZZAZIONE**
Un partner forte per il vostro successo sui mercati esteri.
Desidero ordinare l'opuscolo in ☐ it. ☐ ted. ☐ fr. ☐ in. Numero di esemplari _____

RIVISTA **«imprenditore»**
Desidero abbonarmi alla rivista in ☐ it. ☐ ted. ☐ fr.

E-NEWSLETTER **«imprenditore»**
Desidero abbonarmi alla newsletter in ☐ it. ☐ ted. ☐ fr.
E-mail _____

MOBILE-SERVICE **«imprenditore flash»**
Desidero abbonarmi in ☐ it. ☐ ted. ☐ fr.
E-mail _____
Numero di cellulare _____