CREDIT SUISSE

imprenditore

Ciclo di vita

Un finanziamento perfetto Come nel corso della vita di un'azienda cambiano anche i requisiti che un finanziamento deve soddisfare

Un'internazionalizzazione di successo Perché la scelta del giusto partner è centrale per la riuscita dei progetti di esportazione

Strutturata con competenza Come specialisti esterni accompagnano la vendita di un'azienda

SOMMARIO

Ciclo di vita

PRIMO PIANO

04 Finanziare nel modo giusto
Con un credito in conto corrente la piccola azienda Dedotec si è assicurata ulteriore spazio di manovra finanziario, mentre la Soft Car Wash ha potuto effettuare un'acquisizione grazie a un finanziamento dedicato.

TAVOLA ROTONDA

08 Avere successo all'estero
La massima qualità e affidabilità sono i principali fattori di successo per le PMI elvetiche all'estero. È però la scelta del partner a decidere solitamente la riuscita o il fallimento del progetto di esportazione.

LEASING DI PARCHI VEICOLI

12 Gestione affidata a un partner esterno
Per la Pestalozzi, impresa di famiglia ricca di tradizione, la gestione di una flotta di autocarri rappresenta una competenza chiave. Ma per l'acquisto e la gestione di circa 50 autovetture l'azienda si affida a uno specialista esterno.

PROSPETTIVE ECONOMICHE

14 Congiuntura mondiale
Grandi incertezze e numerose misure politiche continuano a caratterizzare il quadro congiunturale anche in Svizzera.

SERVIZIO

15 Un rendimento aggiuntivo
Le aziende devono disporre sempre di liquidità per la loro attività operativa. Per chi tuttavia gestisce attivamente i mezzi non utilizzati si aprono ulteriori opportunità di rendimento.

SUCCESSIONE

16 Il futuro è assicurato
Il produttore di meccanismi meccanici per orologi La Joux-Perret è stato venduto alla giapponese Citizen Watch. Specialisti del Credit Suisse hanno strutturato e accompagnato la vendita dell'azienda.

DALLA REGIONE

18 Intervista
Rocco Cattaneo, presidente della Tamaro SA, spiega come l'azienda è riuscita a rinnovarsi grazie a una strategia di risanamento finanziario e di riposizionamento.

NEWCOMER

19 Prodotti di marca per capelli su Internet
Perché scegliere la via più complicata e costosa, si sono detti Matthias Müller e Diego Sagarra: con PerfectHair.ch oggi vendono con successo su Internet prodotti di marca per la cura dei capelli.

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.

Hans Baumgartner
Responsabile Affari PMI Svizzera

Il ciclo di vita di un'impresa

Ogni impresa ha un suo ciclo di vita che si compone di diverse fasi e inizia con la fondazione, prosegue con la fase di crescita e si conclude con la regolamentazione della successione. Il Credit Suisse accompagna la vostra azienda durante ciascuna di queste fasi.

Un aspetto centrale è ad esempio il finanziamento della crescita. Leggete da pagina 4 come la piccola azienda Dedotec è riuscita a procurarsi un ulteriore spazio di manovra finanziario grazie a un credito Business Easy e come la Soft Car Wash ha rilevato le sedi svizzere di un concorrente grazie al finanziamento su misura dell'operazione di acquisizione. Molte PMI svizzere riescono a espandere la loro attività affermandosi anche sui mercati esteri. Nella tavola rotonda proposta da pagina 8, alcuni imprenditori e un rappresentante dell'Osec, l'agenzia per la promozione del commercio estero, discutono degli aspetti da considerare, delle opportunità e dei pericoli. Spesso la successione coincide temporaneamente con l'ultima fase del ciclo di vita di un'azienda. A pagina 16 potete leggere come gli specialisti del Credit Suisse hanno accompagnato e concluso la vendita di La Joux-Perret, produttore di meccanismi meccanici per orologi, a un acquirente giapponese.

Non importa quale fase stia attraversando la vostra azienda: siamo sempre a vostra disposizione, anche per un colloquio personale.

Vi auguro una piacevole lettura.

Hans Baumgartner

Il direttore della Dedotec André Kurtz vende innovative soluzioni di illuminazione per film e fotografia (sopra). Grazie a un elevato grado di automatizzazione, Martin Dellenbach della Soft Car Wash è riuscito a raddoppiare la frequenza dei suoi impianti di autolavaggio (sotto).

Un finanziamento che si addice all'investimento

I requisiti che una soluzione di finanziamento deve soddisfare si differenziano fortemente a seconda della dimensione e della fase del ciclo di vita di un'impresa, come mostrano due esempi: la Dedotec, specialista di illuminazione, si è assicurata un ulteriore spazio di manovra con un credito in conto corrente, mentre la Soft Car Wash ha potuto effettuare un'acquisizione grazie a un finanziamento dedicato.

Il finanziamento della crescita è una questione estremamente individuale: quando si tratta di mettere a disposizione i mezzi per effettuare investimenti, le esigenze delle singole imprese sono tanto diverse quanto le aziende stesse. Il Credit Suisse dispone perciò di una gamma completa di prodotti, dai classici crediti e ipoteche ai finanziamenti complessi, ad esempio per acquisizioni di aziende, passando per leasing e factoring.

Ulteriore spazio di manovra finanziario

La Dedotec è stata fondata come rappresentanza elvetica di prodotti per l'illuminazione professionale di marchi come Dedolight o Photoflex. Tra i clienti vi sono produttori di film e video, studi fotografici o fotografi professionisti. In forte crescita anche l'allestimento di studi di ripresa per clienti aziendali. La Dedotec, ad esempio, ha allestito uno studio per le riprese video nella sede dell'Organizzazione europea per la ricerca nucleare (CERN) a Ginevra. Progetti del genere rappresentano una sfida: «Come piccola azienda ci scontriamo rapidamente contro i nostri limiti finanziari. Dobbiamo mantenere un grosso magazzino e possiamo importare determinati prodotti solo dietro pagamento anticipato», spiega il direttore André Kurtz. «A questo», prosegue, «si aggiunge la debolezza dell'euro, che preme su prezzi e margini, mentre i costi fissi in Svizzera restano sempre elevati».

Il consulente clientela del Credit Suisse ha perciò proposto all'impresa familiare il Pacchetto Business Easy, l'offerta completa per PMI. Oltre a tutti i prodotti per le operazioni bancarie quotidiane, il pacchetto offre adesso anche un credito in conto corrente ottenibile senza troppe formalità burocratiche per un importo dai 20 000 ai 100 000 franchi. «Già pochi giorni dopo la presentazione delle nostre cifre di bilancio abbiamo potuto utilizzare il limite richiesto», afferma Kurtz. La Dedotec ha potuto così crearsi un prezioso know-how anche nel settore delle riprese 3D. Oggi l'azienda è una delle poche in Svizzera a possedere un'attrezzatura 3D – uno stativo high-tech per il posizionamento preciso delle macchine da ripresa – che affitta a imprese di produzione cinematografica. «Il Credito Business Easy ci consente di aumentare

Anche il secondo figlio Kevin Kurtz si impegna nell'impresa di famiglia.

La Dedotec è stata fondata come rappresentanza di un'azienda americana di prodotti per l'illuminazione.

le posizioni di magazzino o di posizionarci come pionieri nell'impiego di nuove tecnologie. Per noi questo rappresenta un vantaggio di mercato determinante», afferma convinto Kurtz.

Acquisizione riuscita

Diverse sono le sfide per la Soft Car Wash, il più grande gestore di impianti di autolavaggio in Svizzera. Già nel 1997, dopo essere entrato nell'attività del padre, titolare di un garage, Martin Dellenbach aveva riconosciuto il potenziale del lavaggio auto. Da allora, insieme ad alcuni fornitori, ha sviluppato un sistema unico per il lavaggio automatico con spazzole tessili antigraffio. Oggi il suo gruppo aziendale possiede circa 30 impianti di lavaggio in tutta la Svizzera nonché nel sud della Germania. «Il lavaggio auto è un'attività di massa, nella quale un'elevata frequenza è determinante. Con una notevole automazione e qualità possiamo raddoppiare la capacità di lavorazione di un impianto da 25 000 a oltre 50 000 auto all'anno e gestire così le catene di lavaggio in modo altamente redditizio», riassume Dellenbach. La Soft Car Wash è oggi l'unico produttore in tutta Europa in grado di fornire impianti chiavi in mano, dalla pianificazione all'esercizio.

L'espansione dell'azienda è stata finanziata nel corso degli anni soprattutto con i proventi correnti. Quando, tuttavia, nel 2010 si è aperta la possibilità di acquisire complessivamente 10 sedi elvetiche di un concorrente straniero e di dotarle della propria tecnologia, i requisiti patrimoniali di circa 3 milioni di franchi

Con un finanziamento ad hoc del Credit Suisse Martin Dellenbach ha potuto acquisire tutti e 10 gli autolavaggi di un concorrente e dotarli della propria collaudata tecnologia.

superavano le possibilità finanziarie dell'azienda. Il consulente clientela di Dellenbach al Credit Suisse ha perciò coinvolto diversi specialisti della banca che insieme all'imprenditore hanno strutturato un finanziamento individuale dell'acquisizione. Oltre a una base di capitale proprio, la parte preponderante della soluzione è il cosiddetto capitale mezzanino. Questa forma ibrida di finanziamento ha economicamente il carattere di capitale proprio. Una componente aggiuntiva è stata inoltre un credito di acquisizione, in parte coperto dagli immobili acquisiti. «Attraverso il mio interlocutore presso il Credit Suisse ho oggi accesso a numerosi modelli di finanziamento. Questa collaborazione mi apre prospettive a lungo termine e crea le basi per un'ulteriore crescita», conclude Dellenbach. □

La soluzione di finanziamento adeguata per qualsiasi esigenza

Il Credit Suisse vi mette a disposizione una gamma completa di strumenti di finanziamento per la realizzazione dei vostri progetti aziendali. Il vostro consulente clientela commerciale vi aiuterà a trovare la soluzione adeguata per il vostro progetto d'investimento. Informatevi sul nostro sito Internet www.credit-suisse.com/imprese oppure fissate un colloquio di consulenza senza impegno utilizzando l'allegato tagliando di risposta.

Per saperne di più:

→ ordinate gratuitamente il nostro opuscolo **«Business Easy»** utilizzando il tagliando di risposta allegato oppure online sul nostro sito Internet.

credit-suisse.com/imprenditore

«Un’accurata preparazione è determinante per il successo di un progetto di esportazione.»
Markus Wyss, membro del Consiglio direttivo, responsabile mercati e consulenza, Osec

La scelta del partner determina il successo all’estero

Le piccole e medie imprese elvetiche sono richieste in tutto il mondo per il loro elevato livello qualitativo e la loro affidabilità. Affinché i progetti di esportazione abbiano successo, tuttavia, è determinante scegliere il giusto partner.

Per quale motivo un’impresa svizzera dovrebbe valutare l’eventualità di un’internazionalizzazione?
Markus Wyss: Ci sono due motivazioni principali alla base di un’espansione all’estero: un mercato nazionale saturo o la presenza di concreti segnali che indichino a un imprenditore che i suoi prodotti o servizi sono richiesti all’estero. Le aziende o le start-up si internazionalizzano sempre più spesso già in una fase iniziale. Soprattutto le aziende del settore informatico o della tecnologia medica devono aprirsi un grosso mercato il più rapidamente possibile. Infine vi sono anche PMI svizzere che seguono i propri clienti all’estero in veste di fornitori.

Quali sono i rischi di un’espansione?
Markus Wyss: Il rischio principale consiste nel non dedicare tempo sufficiente agli accertamenti preliminari. Un’accurata preparazione è però decisiva. Domande tipiche sono ad esempio: come deve essere realizzata la strategia stabilita? Sono disponibili risorse sufficienti in termini di personale e di mezzi finanziari? Il prodotto è competitivo sul mercato di destinazione? Quali sono le usanze di mercato e le differenze culturali?

Quando si dovrebbe rinunciare a un'internazionalizzazione?
Markus Wyss: Se un'azienda ha problemi economici in Svizzera e intende avviare un progetto all'estero come una sorta di fuga, le sconsiglierei di farlo.

La Otto Hofstetter di Uznach è il secondo maggior offerente al mondo nel settore degli utensili per stampaggio a iniezione di preforme in PET per bottiglie da bevanda.
Otto Hofstetter: L'azienda è stata fondata nel 1955 da mio padre come officina meccanica per la lavorazione su commissione. Quando il vicino costruttore di macchine Netstal cercava un produttore di utensili per utilizzi speciali si è abbiamo rapidamente riconosciuto il potenziale nel settore delle confezioni in materie plastiche per generi alimentari. Oggi siamo specializzati in utensili per stampaggio a iniezione per la produzione di confezioni come vaschette di margarina e barattoli di yogurt, nonché preforme per bottiglie in PET. Per così dire nella scia di Netstal ci siamo affacciati presto sul mercato straniero e oggi siamo quasi al 100 per cento orientati alle esportazioni.

Dove operate?
Otto Hofstetter: Le nostre vendite vanno al 60 per cento nell'area dell'euro, il resto si divide tra il resto del mondo, con una maggiore concentrazione in Turchia, Medio Oriente e Asia. In India, dal 2000, insieme a un partner abbiamo creato un'affiliata dove gestiamo tutto il lavoro di engineering e realizziamo utensili per il mercato locale.

Come procedete per l'apertura di un mercato?
Otto Hofstetter: Come PMI non disponiamo delle risorse per la creazione di proprie succursali. Collaboriamo perciò con partner che effettuano una vendita indiretta dei nostri prodotti. Siamo inoltre presenti anche a saloni internazionali specializzati e beneficiamo della propaganda verbale dei nostri clienti.

Anche la EMU Electronic ha un orientamento internazionale.
Hans Martin Koller: La EMU Electronic è stata fondata nel 1989 come spin off da Landis+Gyr ed è oggi uno dei principali produttori di contatori per energia. Dopo breve tempo il gruppo di rilevanza mondiale del canton Zugo è divenuto uno dei nostri principali clienti e ci ha fatto conoscere in tutto il mondo. Oggi ci concentriamo sulla produzione di contatori intelligenti per l'energia elettrica con diverse interfacce di lettura «made in Switzerland» e li vendiamo in tutto il mondo.

Quali sono i vostri mercati di sbocco?
Hans Martin Koller: Circa il 90 per cento del fatturato viene realizzato all'estero. In Europa la Germania cresce fortemente. Al momento vengono realizzati interessanti grandi progetti in Asia e Medio Oriente. Per il 2012 la nostra attenzione si concentra sul Medio Oriente e sulla Scandinavia.

Come procedete?
Hans Martin Koller: Trattiamo i mercati stranieri senza essere fisicamente presenti. Cerchiamo in modo mirato adeguati partner di progetto e di distribuzione, con cui creiamo mercati e progetti. Se i nostri contatori vengono integrati in sistemi di gestione energetica si di grandi dimensioni, si arriva a collaborazioni con altre aziende. In questo modo abbiamo costruito il mercato a Dubai.

Quali sono i fattori centrali per il successo all'estero?
Otto Hofstetter: L'elevato standard qualitativo si dà in realtà per scontato in un'impresa industriale elvetica. In Cina, ad esempio, abbiamo però anche notato che l'esatto rispetto delle scadenze e la capacità di fornire le quantità richieste sono requisiti altrettanto importanti.
Hans Martin Koller: La capacità di fornitura e la brevità dei tempi di reazione alle richieste sono per noi di centrale importanza. Spesso tra la richiesta e l'arrivo del pagamento anticipato

trascorrono solo pochi giorni. Per noi si tratta di una sfida logistica. Nella pipeline abbiamo prodotti grezzi che devono solo essere assemblati. Per configurazioni specifiche dei singoli clienti in grandi progetti ci aiuta la produzione automatizzata.

Cosa assicura alle aziende svizzere un così grande successo all'estero?
Hans Baumgartner: La Svizzera, con il suo mercato nazionale limitato, è un paese tradizionalmente orientato alle esportazioni. Molte PMI hanno fatto il loro ingresso sul mercato straniero molto presto. Inizialmente nei paesi vicini, poi in tutto il mondo. Trovo che la capacità di adattamento delle aziende sia degna di nota. Dispongono della flessibilità e della creatività per adeguarsi in brevissimo tempo alle nuove condizioni di mercato e per sfruttarle a loro vantaggio.

«L'affidabilità è importante tanto quanto la qualità.»
Hans Baumgartner, responsabile Affari PMI Svizzera, Credit Suisse SA

«Tempi di reazione brevi e un servizio ottimale sono determinanti.»
Hans Martin Koller, CEO, EMU Elektronik AG

Quanto è importante la tanto citata «Swissness»?
Hans Baumgartner: Naturalmente, come garanzia di elevata qualità e precisione, rientra tra i fattori di successo. Le PMI svizzere hanno lavorato duramente per conquistare questa reputazione, che ormai si è affermata in tutto il mondo. Ma a questa si aggiungono anche la solida situazione finanziaria delle aziende e un'elevata capacità di fornitura. Il cliente sa che può fidarsi del suo partner svizzero. Questa affidabilità è un sigillo di garanzia tanto importante quanto la qualità.

In che modo l'Osec può supportare concretamente gli esportatori svizzeri?
Markus Wyss: Nel quadro di una prima consulenza gratuita, i nostri specialisti sottopongono il progetto di esportazione a un esame particolarmente attento. Se tutti i requisiti sono soddisfatti, svolgiamo approfonditi e dettagliati accertamenti, spesso insieme alle camere di commercio o con uno degli oltre 500 specialisti. Nei nostri servizi rientrano la messa a disposizione di informazioni, analisi di mercato e della concorrenza, presenza a saloni, ma anche l'intermediazione di contatti con partner commerciali. Si tratta di un aspetto centrale, perché la scelta del partner sbagliato è responsabile nel 60 per cento dei casi del fallimento del progetto.

Quali consigli darebbe ad altri imprenditori?
Otto Hofstetter: La costruzione di un nuovo mercato richiede anni. Bisogna essere disposti ad approntare le necessarie capacità di management. Altrettanto importante è la scelta del partner. Anche per questo abbiamo optato per

«In Cina contano qualità, rispetto delle scadenze e capacità di fornitura.»
Otto Hofstetter, CEO e titolare, Otto Hofstetter AG

l'India, perché nel paese conoscevo persone con cui potevamo costruire le nostre attività.
Hans Martin Koller: Una buona diversificazione geografica è importante. La nostra esperienza mostra che negli anni le ordinazioni da diversi paesi si equivalgono. Nella fase iniziale la brevità dei tempi di reazione è determinante. Qualità e condizioni eque sono premesse fondamentali.

Quali valori aggiunti può offrire il Credit Suisse agli esportatori?
Hans Baumgartner: Nel settore delle esportazioni possiamo sfruttare in modo ottimale i nostri punti di forza a vantaggio dei nostri clienti. Come banca con un orientamento globale operiamo in tutti i continenti e offriamo agli esportatori una pluriennale esperienza internazionale, nonché una gamma completa di prodotti. Oltre ai classici prodotti del finanziamento all'esportazione e delle garanzie commerciali penso anche al credito di fabbricazione per il prefinanziamento di commesse all'estero o al factoring nelle operazioni con l'estero per generare immediata liquidità minimizzando al tempo stesso il rischio delcredere. Il nostro Economic Research, inoltre, pubblica utili studi su importanti mercati esteri.

In breve:
portare al successo l'avventura
Un mercato nazionale saturo, opportunità su un mercato estero o l'internazionalizzazione di un cliente chiave: le motivazioni delle piccole e medie imprese svizzere che decidono di avviare un progetto di esportazione sono varie. È tuttavia indispensabile una pianificazione accurata. Sono disponibili le necessarie risorse in termini di personale e di mezzi finanziari? Il prodotto è richiesto sul mercato di destinazione ed è competitivo? Quali sono le usanze di mercato e le particolarità culturali? A differenza dei grandi gruppi, spesso le PMI non hanno la possibilità di fondare proprie succursali all'estero. Dipendono dunque da aziende partner, che si fanno carico della distribuzione, come imprenditori generali in un progetto più ampio o come rappresentanti locali. La scelta del giusto partner, insieme alla presenza di capacità manageriali, è il principale fattore di successo per la riuscita di un progetto di esportazione. □

Per saperne di più:
→ sul nostro sito Internet troverete altri articoli e offerte dedicati al tema **«internazionalizzazione»**.

credit-suisse.com/impreseinternational

Per la gestione di un parco veicoli di circa 50 autovetture Urs Jenny collabora con il Credit Suisse Fleet Management.

Un parco veicoli gestito da professionisti esterni

Il Gruppo Pestalozzi, divenuto famoso nel settore dell'acciaio, è una delle aziende di famiglia più ricche di tradizione in Svizzera. L'acquisto e la manutenzione di circa 50 veicoli per i collaboratori del servizio esterno e per i quadri sono affidati a specialisti del Credit Suisse Fleet Management.

«Le persone prima dei numeri». Così Urs Jenny, membro del Consiglio direttivo, sintetizza il segreto del successo del Gruppo Pestalozzi di Dietikon, fondato nel 1763. L'anno prossimo l'impresa di famiglia operante nei settori della tecnologia dell'acciaio, della domotica e dell'isolamento di edifici festeggerà il suo 250° anniversario. Oggi, giunta ormai all'ottava generazione, è guidata da Dieter Pestalozzi, unico titolare, e impiega circa 330 collaboratori, di cui 30 apprendisti. La storia di successo è cominciata con un piccolo negozio di ferro vicino alla Fraumünster di Zurigo. Sulla scia dell'industrializzazione l'azienda si è trasformata in un commerciante di ferro operante sul mercato di massa. «Oggi, come impresa di commercio e di servizi specializzata, ci concentriamo su settori con un'elevata creazione di valore, ad esempio su prodotti di maggior pregio, sulla fabbricazione di prodotti nonché sulla prefabbricazione di elementi sanitari», spiega Jenny, che da 39 anni lavora per il gruppo aziendale.

Del portafoglio fa parte anche un settore logistico altamente specializzato. Questo comprende circa 65 autocarri attrezzati per il trasporto di specifici prodotti nonché tre magazzini di smistamento ripartiti in tutta la Svizzera. Un sistema di disposizione completamente automatico con supporto IT fa in modo che i veicoli siano sfruttati in maniera ottimale. Grazie alla sua competenza nei trasporti il Gruppo Pestalozzi è in grado ad esempio di integrare perfettamente le capacità di magazzino presenti nel centro per l'acciaio nei processi di produzione dei suoi clienti. Ma gli specialisti di logistica sviluppano anche soluzioni di trasporto su misura per clienti terzi.

Da 39 anni Urs Jenny lavora per l'impresa di famiglia Pestalozzi.

Le capacità di magazzino presenti nel centro per l'acciaio si integrano nei processi dei clienti.

Solo la logistica rientra nel core business

«La manutenzione e la gestione della flotta di autocarri è una delle nostre competenze chiave. Lo stesso però non si può dire delle circa 50 autovetture per i collaboratori del servizio esterno e per i quadri», riassume Jenny. L'acquisto e la gestione di queste auto non rientra nel core business dell'azienda: «Nel 2000 il Gruppo Pestalozzi ha perciò deciso di esternalizzare queste attività al Credit Suisse Fleet Management, allora appena fondato», spiega Jenny.

Come già nel settore dell'informatica, anche per i veicoli aziendali negli ultimi anni si è affermato il concetto di outsourcing: un offerente esterno e specializzato può occuparsi del finanziamento e a scelta anche della completa gestione del parco veicoli in modo decisamente più efficiente e conveniente. «Dato che non dobbiamo preoccuparci dell'acquisto e della manutenzione dei veicoli, l'onere amministrativo si riduce sensibilmente. Inoltre, possiamo impiegare diversamente e in modo più mirato i mezzi finanziari liberati dal leasing. A ciò si aggiunge il fatto che il conteggio mensile per ciascun veicolo assicura la piena trasparenza dei costi», così Jenny descrive i principali vantaggi della soluzione.

Accesso a uno speciale know-how

Non meno importante è però anche la grande esperienza degli specialisti esterni, come aggiunge Jenny: «Il partner di leasing è per me non solo il gestore dei veicoli, bensì anche un partner di know-how. È sempre aggiornato in materia di sviluppo tecnico e ha ottime conoscenze anche per quanto riguarda tematiche come sostenibilità ambientale e consumi». Come in altri comparti aziendali anche nel leasing la flessibilità è il segreto del successo: «Bisognerebbe rivalutare periodicamente se l'esternalizzazione dei parchi veicoli sia la giusta soluzione e prendere una decisione tenendo conto di tutti i fattori come ad esempio lo scenario dei tassi», consiglia Jenny. □

Leasing e gestione di parchi veicoli

La gamma di servizi del Credit Suisse Fleet Management è costruita in maniera modulare e va dal finanziamento di singoli veicoli o di interi parchi al Full Service Fleet Management, che comprende anche la completa gestione dei veicoli. Vale a dire:

- finanziamento
- tassa di circolazione
- assicurazione
- assistenza e manutenzione
- pneumatici
- carburante
- Service Card
- garanzia di mobilità
- altri servizi
- online reporting

Per maggiori informazioni potete visitare il sito www.credit-suisse.com/fleetmanagement o rivolgervi in qualsiasi momento al vostro consulente clientela.

Per saperne di più:

→ ordinate il nostro dossier dettagliato **«Leasing»** utilizzando il tagliando di risposta allegato oppure online sul nostro sito Internet.

credit-suisse.com/imprenditore

Economia di nuovo al bivio

L'attuale quadro congiunturale è caratterizzato da grandi incertezze e da numerose misure politiche. La crisi del debito continua a bruciare sotto la cenere: escalation e soluzione dei problemi si alternano.

Martin Neff,
responsabile Economic Research Svizzera, Credit Suisse SA

«La congiuntura mondiale al bivio» è una frase retorica trita e ritrita, ma che ancora una volta descrive in maniera calzante l'attuale situazione. Da una parte l'economia mondiale si trova da ormai cinque anni a fare i conti con una crisi del debito la cui costellazione politica ed economica – e perfino il cui riferimento geografico – cambiano quasi quotidianamente. L'eco immediata di questo andamento altalenante sui mercati finanziari in preda al nervosismo accresce ogni volta il disorientamento. Dall'altra parte la politica monetaria globale è estremamente espansiva: le banche centrali mantengono bassi i tassi mediante un'enorme iniezione di liquidità. La politica cerca inoltre di sostenere il sistema finanziario, gli Stati e le monete con diversi mezzi e con diversi gradi di successo. Di conseguenza sono ripetutamente possibili fasi di ripresa, ma in qualsiasi momento anche ricadute.

La Svizzera, piccola economia aperta, non può sottrarsi all'andamento internazionale. Un franco forte e una domanda dall'estero debole pesano sulle nostre esportazioni. Allo stesso tempo i tassi intorno allo zero e l'immigrazione che si mantiene vivace stimolano l'economia interna. La politica monetaria della Banca nazionale svizzera, in bilico tra questi due poli, vive un vero e proprio dilemma. Vista la grande attenzione al corso del franco, la Banca nazionale ha le mani legate per quanto riguarda l'andamento dei tassi di interesse. Ciò ha come conseguenza che nel nostro paese i tassi si manterranno bassi ancora a lungo. I tassi contenuti hanno l'effetto di mettere in moto una ripresa che però viene continuamente soffocata da un offuscamento della fiducia legato ai costanti annunci di crisi e dalle ricadute della congiuntura mondiale. Per contro l'economia elvetica può beneficiare direttamente delle fasi di ripresa grazie alla sua elevata competitività. La frase retorica dell'economia al bivio si applica dunque altrettanto bene alla Svizzera. □

Per saperne di più:

→ maggiori informazioni riguardanti il Credit Suisse Economic Research sono disponibili sul nostro sito Internet.

credit-suisse.com/imprese

Impiegare efficacemente i mezzi disponibili

L'attività operativa richiede in ogni momento una liquidità sufficiente. Chi tuttavia gestisce attivamente i mezzi al momento non necessari può realizzare rendimenti aggiuntivi.

Un'azienda deve disporre in ogni momento della liquidità sufficiente per l'attività operativa. Tuttavia, gestendo in modo efficiente e attivo mezzi al momento non necessari, si possono sfruttare ulteriori opportunità di proventi. Questi consentono un rendimento in parte nettamente superiore al livello dei tassi. Il Credit Suisse è una della banche d'investimento leader e gode in tutto il mondo di un'eccellente fama. In stretta collaborazione con l'imprenditore, i nostri consulenti elaborano una strategia d'investimento su misura e la mettono in pratica, tenendo conto anche di fattori come la protezione del capitale o di prescrizioni d'investimento interne all'azienda.

Modello di consulenza strutturato

Per stabilire la strategia d'investimento i nostri specialisti affrontano le particolarità individuali di impresa e imprenditore basandosi su un modello di consulenza strutturato in cinque fasi. L'analisi dettagliata delle esigenze rappresenta il punto di partenza. Nella seconda fase vengono calcolati tutti gli investimenti monetari e i valori di riferimento finanziari, nonché definiti i relativi obiettivi. La fase successiva prevede la creazione dello specifico profilo di rischio. Ad esempio l'azienda è disposta a mettere in conto un rischio maggiore sotto forma di più ampie oscillazioni dei corsi per conseguire proventi più elevati? In che misura è in grado di sostenere eventuali perdite?

Per identificare rischi e riconoscere opportunità di rendimento, i consulenti ricorrono tra l'altro al Credit Suisse Portfolio RiskAnalyser. Questo strumento consente di effettuare analisi oggettive e valutazioni del rischio e fornisce preziose basi decisionali grazie alla simulazione di diversi scenari.

Infine viene sviluppata una strategia ottimale sulla base del profilo definito. A tale scopo è a disposizione un numero pressoché illimitato di possibilità: depositi a termine con diverse durate, obbligazioni, azioni o fondi d'investimento fino ad arrivare ai prodotti strutturati. I nostri specialisti elaborano insieme al cliente una soluzione che tiene conto dei suoi obiettivi in termini di sicurezza, rendimento e orizzonte d'investimento. Questa viene poi realizzata utilizzando chiare basi decisionali e un processo sistematico. Una particolarità di questo processo consiste nel fatto che gli investimenti devono essere adeguati continuamente all'attuale pianificazione della liquidità. Solo con il giusto mix di investimenti a lungo, medio e breve termine si può garantire in ogni momento un impiego ottimale dei mezzi disponibili. □

Le 5 fasi di una consulenza d'investimento globale

Per saperne di più:

→ ordinate gratuitamente il nostro opuscolo **«Investimenti per imprenditori»** utilizzando il tagliando di risposta allegato oppure online sul nostro sito Internet.

credit-suisse.com/imprenditore

Gli orologi continuano a ticchettare

In un processo strutturato gli specialisti del Credit Suisse hanno accompagnato e concluso la vendita di La Joux-Perret, produttore di meccanismi meccanici per orologi di lusso, alla giapponese Citizen Watch, assicurando così a lungo termine il futuro della manifattura della Svizzera romanda.

I meccanismi meccanici per orologi di lusso sono capolavori della tecnica: diverse centinaia di componenti quali molle, ruote dentate e arresti collaborano fra di loro garantendo in uno spazio minimo la massima precisione di movimento delle lancette delle ore e dei minuti e delle cosiddette complicazioni, come ad esempio l'indicazione del giorno della settimana o della fase lunare. «Il controllo del processo produttivo richiede ampie e approfondite conoscenze di micromeccanica, decorazione, costruzione di utensili, assemblaggio e ingegneria», spiega Frédéric Wenger, direttore di La Joux-Perret di La Chaux-de-Fonds, uno dei pochi produttori di meccanismi meccanici per orologi in Svizzera. Le creazioni della manifattura romanda ticchettano sotto ai quadranti dei modelli di marchi noti in tutto il mondo come Hublot, Corum o Baume & Mercier.

Centinaia di componenti al lavoro nei meccanismi meccanici per orologi.

Circa dieci anni fa Frédéric Wenger è entrato con altri partner in La Joux-Perret. Sotto la sua guida è stata costruita una nuova fabbrica, il reparto sviluppo e le categorie di prodotti sono stati ampliati, è stata implementata una garanzia di qualità professionale e creato un team di management competente. «Abbiamo trasformato la manifattura fortemente caratterizzata da strutture familiari in un'impresa industriale funzionante», afferma Wenger guardando al passato. Negli ultimi anni la ditta è stata più volte contattata da potenziali acquirenti. Alcuni investitori manifestavano inoltre l'intenzione di ritirarsi. Per questo, nell'estate 2011, il Consiglio di amministrazione ha deciso la vendita dell'azienda. «Dato che siamo clienti commerciali del Credit Suisse, i cui specialisti godono di un'ottima fama nel campo delle fusioni e acquisizioni (Mergers & Acquisitions) per quel che concerne la vendita di aziende small cap, anche in questo caso abbiamo voluto collaborare con la banca», spiega Wenger.

Processo strutturato su più livelli

Solitamente la vendita di un'azienda si articola in diverse fasi. In un primo momento viene redatta una documentazione sull'azienda, i suoi prodotti, il management, i collaboratori e la situazione finanziaria. Questo «Information Memorandum» va a un'ampia selezione di potenziali investitori industriali e financial sponsor e funge da base per una prima offerta. Nella seconda fase gli interessati selezionati effettuano un esame completo dell'azienda. A tale scopo hanno accesso a uno spazio dati elettronico, visitano l'azienda e imparano a conoscere il management. Nella terza fase si svolge solitamente una trattativa parallela con diverse parti, prima che una di queste riceva l'aggiudicazione e la transazione si concluda con il pagamento del prezzo di acquisto e il trasferimento delle azioni.

Dopo la vendita a uno dei maggiori produttori al mondo di orologi, per il CEO Frédéric Wenger il futuro della manifattura della Svizzera romanda è assicurato in modo duraturo.

A marzo di quest'anno, alla fine di questo processo formalizzato, La Joux-Perret è stata acquisita dalla giapponese Citizen Watch, una delle aziende orologiere più grandi al mondo. «Citizen si apre così nuove opportunità commerciali nel settore degli orologi meccanici di lusso e noi abbiamo accesso al loro know-how nel campo della produzione di massa, nonché a una base finanziaria ottimale per perfezionare la nostra attività», è l'analisi di Wenger. Il fatto che La Joux-Perret si sia fatta rappresentare dal Credit Suisse nel processo di vendita, sostiene, ha portato molti evidenti vantaggi oltre alla conduzione strutturata del processo e della trattativa e all'allestimento professionale di tutti i documenti. «Soprattutto per le transazioni internazionali una banca con un orientamento globale può contribuire a garantire l'accesso agli organi decisionali e a creare fiducia», afferma convinto Wenger. □

Con La Joux-Perret la giapponese Citizen Watch si è assicurata una perla dell'industria elvetica.

La vendita dell'azienda come soluzione per la successione

La vendita di un'azienda rientra nella regolamentazione della successione esterna alla famiglia, ed è consigliabile se all'interno di un'impresa di famiglia non vi sono né discendenti né collaboratori dei quadri che possano essere presi in considerazione per un management buyout (MBO). La vendita viene organizzata come processo strutturato e ha come obiettivo quello di creare una situazione di concorrenza tra i potenziali acquirenti. A tale scopo deve essere coinvolto uno specialista in fusioni e acquisizioni (Mergers & Acquisitions, M&A). Gli esperti del Credit Suisse possono strutturare e formalizzare il processo di vendita, allestire tutti i documenti necessari, consentire l'accesso a potenziali acquirenti anche all'estero, nonché condurre le trattative e concluderle con successo.

Per saperne di più:

→ maggiori informazioni nonché il nostro dossier di approfondimento **«Successione aziendale»** sono disponibili sul nostro sito Internet.

credit-suisse.com/successione

La Monte Tamaro SA: un'azienda che ha adottato con successo una strategia di risanamento finanziario e di riposizionamento dell'offerta turistica.

Quando la sopravvivenza di un'impresa è compromessa e non sono intraprese azioni correttive si parla di fase di declino. È in questa fase del ciclo d'impresa che concetti quali risanamento finanziario, innovazione, imprenditorialità e diversificazione assumono un significato concreto nel processo di riconversione.

Rocco Cattaneo, presidente della Tamaro SA

Pista downhill per mountain bike

Dopo l'abbandono nel 2004 delle attività sciistiche, oggi sul Monte Tamaro il turista trova un'ampia area di svago: un parco avventura sospeso in un bosco di faggi; un grande e attrezzato parco giochi; una slittovia biposto lunga 800 metri; una tirolese che con i suoi 440 metri è la più lunga della Svizzera. Per gli appassionati della mountain bike, oltre ai due itinerari classici, c'è una pista downhill, una pista freeride e un bike park.
Lo scorso anno è pure partita la prima esperienza ticinese, della «Camper Area Tamaro», mentre quest'anno sarà proposto un interessante itinerario per i turisti del locarnese con l'attraversata del lago in battello fino a Magadino, il trasferimento in auto-postale a Neggia, la passeggiata a piedi fino all'Alpe di Foppa e la successiva discesa in telecabina. Nella primavera del 2013, è pure prevista l'apertura del parco acquatico Splash e Spa Tamaro, con area svago, area wellness e, in un prossimo futuro, la creazione di un albergo.

Quali fattori hanno spinto la Tamaro SA a fare questo passo?
«Già nelle stagioni precedenti alla conversione, avevamo registrato delle difficoltà dovute allo scarso innevamento», spiega il presidente Rocco Cattaneo. «Inoltre l'offerta da parte di altre stazioni sciistiche era aumentata. Se, come nel nostro caso, un gestore d'impianti di risalita si rivolge al segmento delle famiglie, per avere una buona stagione deve veder soddisfatte contemporaneamente due condizioni, indipendenti però dalla sua volontà: bel tempo e neve durante le vacanze scolastiche. Il rischio che queste condizioni venissero a mancare era troppo alto. Data l'impossibilità di impiegare cannoni da neve, la decisione è stata quasi obbligata».

La conversione è stata una scelta difficile?
«Difficile, ma realistica. Il susseguirsi di cattive stagioni e, di conseguenza, di risultati finanziari negativi avevano portato a una mancanza di liquidità. Di fronte a una società da risanare sotto il profilo finanziario e sotto il profilo delle infrastrutture e degli impianti di risalita, ci siamo chiesti in che direzione investire. L'idea è stata quella di diventare attrattivi su una stagione più lunga rispetto a quella invernale e di diversificare l'offerta».

Come avete affrontato il recente calo del turismo e il cambio franco/euro sfavorevole? E come vede il futuro?
«Nonostante il calo di circa il 5 per cento del numero di clienti e una leggera diminuzione della cifra d'affari, nel 2011 la Monte Tamaro ha stilato un bilancio positivo. La società è riuscita a realizzare il proprio programma di investimenti e a eseguire le manutenzioni agli impianti con mezzi propri, chiudendo i conti con un leggero utile netto. L'aggiornamento costante delle nostre offerte di svago, il controllo degli investimenti e la diversificazione, rimangono i pilastri della nostra strategia futura», conclude il presidente della Tamaro SA Rocco Cattaneo. □

Una buona idea per la testa

Con la loro idea di vendere su Internet prodotti per capelli di marche esclusive, Matthias Müller e Diego Sagarra hanno colto nel segno. Oltre ai vantaggi di prezzo i clienti beneficiano anche di una consulenza professionale.

Matthias Müller e Diego Sagarra vendono su Internet prodotti di marca per la cura dei capelli. Il loro sito: PerfectHair.ch.

Internet ha già rivoluzionato molti sistemi di vendita. Supporti audio, libri o viaggi aerei possono oggi essere acquistati online in modo conveniente, rapido e senza limitazioni di orario. Perché ciò non dovrebbe valere anche per i prodotti per capelli di noti marchi come Schwarzkopf, L'Oréal o Wella, che finora erano disponibili solo a prezzi elevati in negozi di parrucchieri specializzati? È questa la domanda che a gennaio 2007 si sono posti Matthias Müller e Diego Sagarra, due economisti specializzati in marketing e finanza. Subito si sono uniti a Pascal Sagarra, padre di Diego e parrucchiere qualificato, e hanno fondato la ditta PerfectHair.ch. Oggi l'azienda conta già 30 collaboratori. Nell'e-shop di facile utilizzo possono essere ordinati in tutta semplicità circa 4500 preziosi articoli di marca di oltre 40 produttori. «La qualità della consulenza è centrale nella vendita di questi pregiati prodotti», spiega Matthias Müller. Su Internet i clienti possono perciò anche fornire indicazioni sui loro capelli e spiegare i propri desideri in tema di cura o styling. Possono così ricevere la consulenza di parrucchieri professionisti, telefonicamente o via e-mail.

Notevole vantaggio di prezzo

Sebbene la vendita online rappresenti la fetta maggiore del fatturato, gli articoli vengono adesso venduti anche in due sedi fisiche: nel 2009 gli ingegnosi imprenditori hanno aperto a Winterthur il loro primo negozio PerfectHair.ch in cui sono garantiti anche tutti i servizi offerti dai parrucchieri. A giugno 2011, infine, la giovane azienda si è espansa verso Zurigo aprendo il suo secondo negozio nella città vecchia, all'interno dell'ex cinema Radium nella Mühlegasse. Sia su Internet che nei due negozi PerfectHair.ch offre ai suoi clienti vantaggi di prezzo, che a seconda del prodotto possono arrivare fino al 40 per cento. «Gli altri punti di forza della nostra attività sono la più ampia gamma di prodotti della Svizzera, la consulenza gratuita nonché una veloce consegna degli articoli ordinati», spiega Müller. Il centro nevralgico del commercio online si trova a Wallisellen, dove su una superficie di circa 600 metri quadri è ospitato, oltre agli uffici, anche il magazzino.

Naturalmente la filosofia di PerfectHair.ch non suscita particolare entusiasmo nei tradizionali negozi di parrucchieri. «Siamo entrati in un mercato e ne abbiamo riconosciuto le opportunità», è il pregnante riassunto di Müller. Il fatto che, dalla sua fondazione, l'azienda abbia registrato ogni anno una forte crescita conferma che Müller e Sagarra hanno avuto il giusto fiuto. □

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 oppure utilizzare il tagliando di risposta allegato.

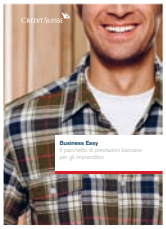
→ Investire da imprenditori

Il nuovo opuscolo vi offre una panoramica del nostro processo d'investimento orientato ai bisogni specifici delle aziende.

→ Leasing

Nel nostro dossier «Leasing» scoprirete quale prodotto della nostra gamma di leasing è in grado di sostenere al meglio la vostra azienda. Createvi uno spazio di manovra finanziario.

→ Pacchetto Business Easy



Il pacchetto base, per CHF 11.– al mese, comprende tutti gli importanti prodotti e servizi di cui avete bisogno per le vostre operazioni bancarie quotidiane.

Abbonarsi e vincere

Restate informati con i nostri abbonamenti e partecipate automaticamente al sorteggio. In palio due biglietti del valore di CHF 900.– per la settima edizione dello Swiss Innovation Forum di Basilea.

- → 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»**
  Ogni due settimane vi fornisce indicatori congiunturali aggiornati e prospettive sui trend direttamente sul vostro smartphone in italiano, tedesco e francese.
- → Maggiori informazioni 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 circa l'affidabilità e la completezza del documento e si declina qualsiasi responsabilità per eventuali perdite derivanti dal suo utilizzo. Il presente documento non può essere distribuito negli Stati Uniti né consegnato a US Person (ai sensi della Regulation S - US Securities Act del 1933 e successivi emendamenti). Questo vale anche per altre giurisdizioni, salvo laddove ciò sia conforme alle leggi applicabili. Copyright © 2012 Credit Suisse Group AG e/o aziende a esso collegate. Tutti i diritti riservati.

Sigla editoriale

Editore Credit Suisse SA **Direzione del progetto** Corinne Stäuble **Collaborazione** Gregor Simmen, Philipp Baumann, inhalte.ch (Claudia Bardola e Boris Schneider) **Progetto grafico** GÜNTERKUSTER AG **Stampa** Druckerei Kyburz AG, Berna **Traduzione/Revisione** Credit Suisse Language Services **Fotografie** Judith Stadler e André Uster, dasbild.ch, Zurigo (primo piano e copertina, tavola rotonda, leasing di parchi veicoli e successione) **Internet** www.credit-suisse.com/imprenditore

2521423 – 02/2012

CREDIT SUISSE

Concorso

SWISS INNOVATION FORUM

Swiss Innovation Forum

Con un pizzico di fortuna potrete aggiudicarvi due biglietti del valore di CHF 900.– per la settima edizione dello Swiss Innovation Forum, che si terrà l'8 novembre a Basilea. Relatori nazionali e internazionali presenteranno gli ultimi trend nel campo dell'innovazione, della creatività e del design; siate presenti dove vengono decise le ultime tendenze. www.swiss-innvovation.com

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 e delle persone terze coinvolte in attività legate al concorso. Ogni persona può partecipare una sola volta. Il termine ultimo d'invio e partecipazione è il 15 ottobre 2012. Scaduto tale termine, il vincitore verrà estratto a sorte e informato 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 AG 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

Geschäftsantwortsendung Invio commerciale-risposta
Envoi commercial-réponse

Credit Suisse SA
Imprenditore
Casella postale
8070 Zurigo

Incollare qui

Richiesta

Colloquio di consulenza e partecipazione al concorso

Sì, desidero un colloquio di consulenza gratuito e senza impegno in tema di
☐ Business Easy ☐ Investimenti per imprenditori ☐ Argomento _____

Vogliate contattarmi per fissare un appuntamento preferibilmente il:
☐ lu ☐ ma ☐ me ☐ gi ☐ ve

dalle _____ alle _____

☐ Partecipo unicamente al concorso.

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

Nome della ditta Settore

☐ 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

Ordinare gratuitamente

Opuscolo **«Investire da imprenditori»**
Strategia d'investimento su misura
Desidero ordinare l'opuscolo in ☐ it. ☐ ted. ☐ fr. Numero di esemplari:

Dossier **«Leasing»**
Investire con flessibilità
Desidero ordinare l'opuscolo in ☐ it. ☐ ted. ☐ fr. ☐ ing. Numero di esemplari:

Opuscolo **«Business Easy»**
Il pacchetto bancario per gli imprenditori
Desidero ordinare l'opuscolo in ☐ it. ☐ ted. ☐ fr. Numero di esemplari:

Rivista **«imprenditore»**
Desidero abbonarmi in ☐ it. ☐ ted. ☐ fr.

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

Mobile Service **«imprenditore flash»**
Desidero riceverlo in ☐ it. ☐ ted. ☐ fr.
per e-mail:
sul mio smartphone via SMS: