

Zeitschrift: Savoir Faire / Raiffeisen
Herausgeber: Raiffeisen Svizzera società cooperativa
Band: - (2020)
Heft: 4

Heft

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 21.05.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Soluzioni per gli imprenditori

SAVOIR FAIRE



Stato di emergenza

Come gli imprenditori affrontano la crisi

RAIFFEISEN

Serve tenacia

Maggiori informazioni sul Raiffeisen Purchasing Manager Index delle PMI su raiffeisen.ch/pmipmi

Le misure di contenimento della pandemia da coronavirus hanno fatto sprofondare l'economia mondiale nella crisi più nera dai tempi della Grande depressione degli anni '30, provocando un aumento della disoccupazione senza precedenti. Con le prime misure di allentamento, ora anche la Svizzera si incammina sulla strada del ritorno alla normalità; un percorso lungo e faticoso come insegna la Cina, dove, per paura di una seconda ondata di contagi, molti continuano a rinunciare alla vita pubblica. A peggiorare ulteriormente l'umore dei consumatori sono le perdite di reddito e l'incremento della disoccupazione. La Svizzera rischia quest'anno una recessione simile a quel-

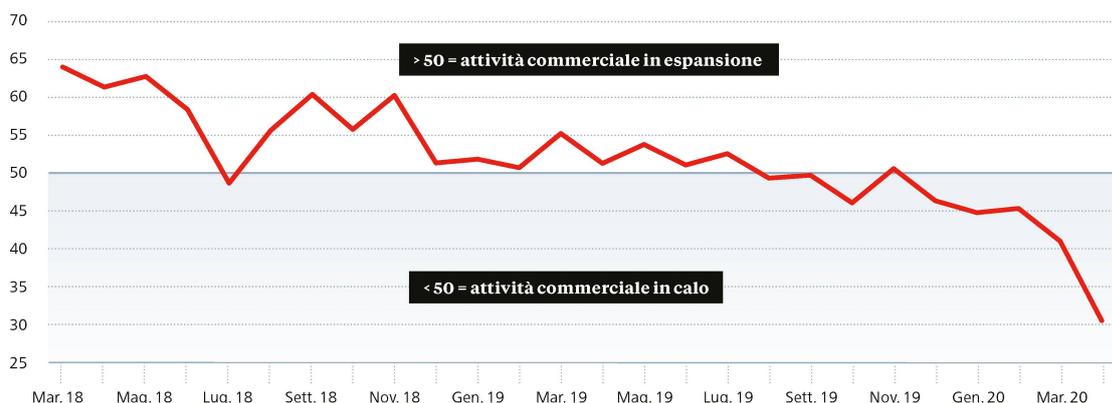
la del 1975, quando la crisi petrolifera ha innescato un crollo del PIL di quasi il sette per cento. Il lockdown ha colpito duramente soprattutto i settori dei servizi. Sebbene per l'industria non vi sia stato un divieto operativo generale, ora la crisi sta affliggendo anche il settore manifatturiero. Ne dà prova il Raiffeisen Purchasing Manager Index delle PMI, un sondaggio mensile che tasta il polso delle PMI svizzere nel settore industriale: ad aprile anche la loro attività ha subito un drastico calo. La domanda dall'estero, fondamentale per le aziende export, è fortemente diminuita in tutte le regioni di rilievo per la Svizzera e, data la stagnazione dell'economia globale, non si ri-

prenderà tanto rapidamente. È quindi ancora troppo presto per parlare di un cessato allarme. Anche in assenza di una seconda ondata di contagi, la crisi del coronavirus interesserà l'economia svizzera almeno per qualche altro mese.

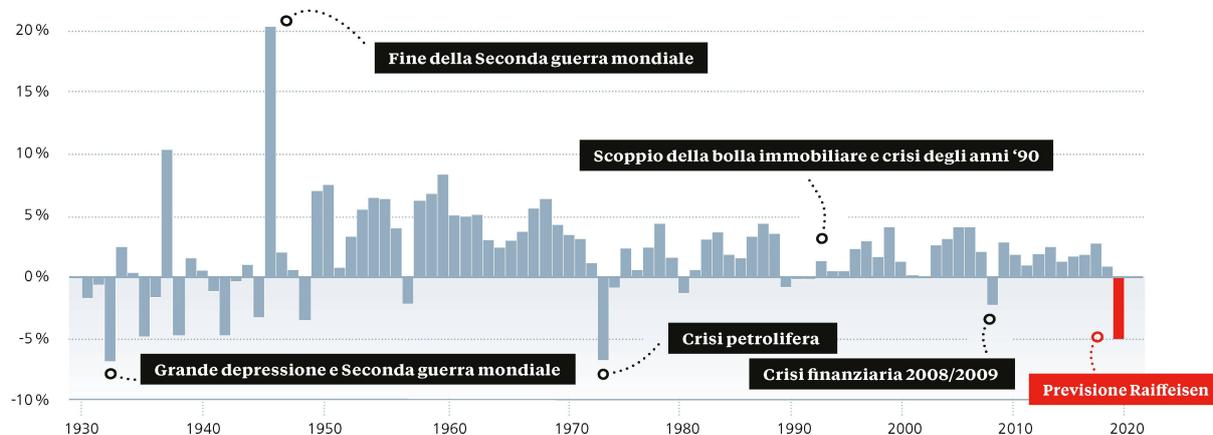


Domagoj Arapovic
Senior Economist Team Economic
Research di Raiffeisen Svizzera

Raiffeisen Purchasing Manager Index delle PMI



Crescita dell'economia svizzera (reale, in %)



Fonte: Raiffeisen Economic Research

4 L'economia in tempo di crisi

Gli esperti Raiffeisen rispondono alle domande più pressanti degli imprenditori.

5 Superare

«Mi conviene ancora richiedere un credito COVID-19?», «Posso aumentare il credito se ho bisogno di più denaro?»

6 Stabilizzare

«Come posso vendere malgrado il distanziamento sociale e produrre nonostante i problemi con le forniture?»

7 Crescere

«Vorrei aumentare la capacità di tenuta del mio modello aziendale; come posso farlo?»

8 Crowdfunding con eroilocali.ch

Come generare introiti con un progetto eroilocali e commercializzarlo con successo.



Superare – Stabilizzare – Crescere

La Svizzera è in modalità di crisi. Servono sostegni agevoli che consentano alle nostre PMI di superare questo momento difficile e di derivarne nuovo potenziale per il domani. Si tratta di una misura essenziale per il futuro del nostro paese, perché le sue circa 600'000 piccole e medie imprese costituiscono la spina dorsale della nostra economia e quindi anche della nostra società.

Molte aziende lottano ancora per la sopravvivenza. Liquidità e solvibilità sono dunque le sfide del momento. Nonostante ciò, proprio adesso è importante pensare anche al periodo successivo alla crisi: investire nella digitalizzazione, in nuovi canali di distribuzione, modelli di servizio, clienti e mercati, superando così la crisi e uscendone persino più forti.

La vostra Banca Raiffeisen locale sarà lieta di supportarvi con gli esperti dei Raiffeisen Centri Imprenditoriali e la piattaforma di crowdfunding eroilocali.ch.

Vi aiuteremo a evidenziare i vostri punti di forza ponendo le basi per un ulteriore sviluppo di successo della vostra azienda. Malgrado tutte le difficoltà che state incontrando in veste di imprenditori, sono convinto che vivremo un cambiamento positivo. Guardiamo avanti insieme!

Cordialmente, Urs Gauch

Responsabile dipartimento Clientela aziendale & Succursali
urs.p.gauch@raiffeisen.ch

Le domande che preoccupano gli imprenditori

Con il persistere della crisi del coronavirus, la liquidità rimane centrale. Sul medio termine, però, insorgono ben altre preoccupazioni: le PMI devono ritrovare stabilità e riuscire, già durante la crisi, a generare nuovo potenziale per il futuro. Gli esperti del Raiffeisen Centro Imprenditoriale (RCI) e delle Banche Raiffeisen rispondono alle domande più pressanti.



Consigli

In caso di indecisione

meglio optare per un credito COVID-19: non pagate interessi e non ci rimettete niente.

Una pianificazione accurata della liquidità

conviene, poiché permette di capire se e quando vi troverete a corto di liquidi.

Per i nuovi investimenti prediligete

il leasing all'acquisto, preservando la vostra liquidità.

Tema 1: Superare

Nell'immediato occorre superare la crisi. Ciò significa in primo luogo garantire la liquidità, il vero e proprio ossigeno delle imprese.

«Finora non ho usufruito del credito transitorio COVID-19. Ma più passa il tempo, più ho dubbi. Mi conviene ancora presentare una richiesta?»

Se prevedete carenze di liquidità nelle prossime settimane o mesi, a causa della crisi del coronavirus, vi consigliamo di ricorrere a un credito COVID-19 (v. box). Non pagate interessi e potete rimborsare il denaro (o importi ingenti) in qualsiasi momento, se non ne avete bisogno. Non ci rimettete nulla e ottenete sicurezza.

«Come posso valutare se insorgeranno problemi di liquidità?»

Allestite un piano di liquidità: raffigurando lo stato reale e ipotizzando diversi

scenari, potete capire rapidamente quando rimarrete a corto di liquidi.

«Allestite un piano di liquidità; non costa molto e offre enormi vantaggi.»

Stefan Schenkel,
Presidente della Direzione
Banca Raiffeisen Aarau-Lenzburg

«Ho già ottenuto un credito COVID-19, ma non mi è sufficiente. Posso presentare un'altra richiesta?»

No, il credito si può richiedere una sola volta. Tuttavia, se avete già esaurito il credito COVID-19 ma non avete raggiunto il 10 per cento del vostro fatturato, potete usufruire del credito COVID-19 Plus (v. box).

«Quale ulteriore supporto mi offre Raiffeisen per garantire la mia liquidità?»

Raiffeisen partecipa a diversi programmi di aiuto cantonali che, nella maggior parte dei casi, non dipendono dal programma di fideiussione della Confederazione. Inoltre, per i crediti in corso, offre una moratoria del pagamento pari al massimo a due rate di ammortamento.

«La mia azienda ha sofferto molto. Ho diritto alla moratoria COVID-19?»

Con la moratoria COVID-19 il Consiglio federale vuole evitare che le aziende, ingiustamente, siano costrette a dichiarare fallimento a causa del coronavirus. Questo strumento concede tempo alle imprese per trovare delle soluzioni con i creditori e per risanarsi sotto la propria responsabilità. Il requisito per accedere è che l'impresa fosse finanziariamente solida alla fine del 2019 e che riesca presumibilmente a risolvere l'indebitamento eccessivo entro fine anno. Importante: occorre tenere presente le regole della moratoria concordataria.

Fatti

Credito COVID-19:

Il credito può ammontare al massimo al 10 per cento del vostro fatturato, fino a un massimo di 500'000 franchi. La Confederazione garantisce al 100 per cento, senza applicare interessi.

Credito COVID-19 Plus:

Potete ottenere fino a 19.5 milioni di franchi, dopo una verifica della solvibilità tipica del settore. Il tasso d'interesse ammonta allo 0.5% sulla quota garantita dalla Confederazione (85% del credito). Sulla parte rimanente l'interesse è basato sul rischio e quindi diverso caso per caso.

Chi ne ha diritto?

Possono beneficiarne tutte le imprese individuali, le società di persone e le persone giuridiche con sede in Svizzera, costituite prima del 1° marzo 2020. Devono tuttavia dimostrare che il loro fatturato è stato pregiudicato dalla crisi e che prima erano finanziariamente solide.

Fino a quando posso richiedere un credito transitorio?

Fino al 31 luglio 2020.

Quanto tempo è necessario per l'erogazione del credito?

Per i crediti COVID-19 fino a 500'000 franchi occorrono dai 13 ai 30 minuti.

Come si può utilizzare il denaro?

Con questi crediti è possibile coprire esclusivamente le spese correnti come la locazione. Cosa non si può fare: distribuire dividendi o finanziare nuovi progetti.

Entro quando devo rimborsare il credito?

Entro cinque anni.

Ci sono soluzioni per start-up con un fatturato basso o inesistente?

Sì, alla fine di aprile il Consiglio federale ha annunciato una soluzione speciale per le start-up. Anche in questo caso si tratta di crediti su fideiussione: la Confederazione e il Cantone garantiscono congiuntamente al 100 per cento un importo massimo di 1 milione di franchi per ciascuna start-up. Le richieste possono essere presentate fino al 31 agosto 2020: covid19.easygov.swiss/it/per-le-start-up



L'economia in tempo di crisi

Tema 2: Stabilizzare

Nonostante il distanziamento sociale e le catene di fornitura compromesse, gli imprenditori hanno bisogno di soluzioni per generare nuove vendite e garantire la produzione.

«Il distanziamento sociale comprometterà le vendite anche dopo la riapertura. Inoltre i clienti spendono decisamente meno. Come posso realizzare comunque degli utili?»

Per motivi di necessità, durante il lockdown, avrete sicuramente introdotto delle novità, quali nuovi canali di distribuzione oppure ulteriori offerte e servizi. Vi consigliamo ora di non tornare semplicemente sui vostri passi, ma di verificare quali delle novità introdotte possono continuare a generare valore aggiunto. Negli ultimi anni l'industria e il commercio hanno visto un proliferare di nuove piattaforme di distribuzione con le quali è possibile far conoscere meglio i propri prodotti e servizi e generare contatti con nuovi clienti. Durante la crisi gli imprenditori hanno scoperto anche eroilocali.ch come possibilità aggiuntiva di incrementare la loro notorietà (v. da pag. 8).

«Nella situazione attuale come posso mantenere e rafforzare il contatto con clienti e interessati?»

Non mollate e fatevi notare! Sembra banale, ma è estremamente importante: una telefonata personale, un biglietto scritto a mano o misure di marketing online specifiche rafforzano la presenza. Attivando e curando le reti sociali tramite LinkedIn, Instagram o Facebook raggiungete in modo semplice ed economico sia i clienti esistenti sia i molti clienti potenziali. Raccontate la vostra storia, cosa state facendo e come state vivendo la situazione. Se non avete ancora molta familiarità con i social

media, sfruttate uno degli utilissimi tutorial che trovate in rete.

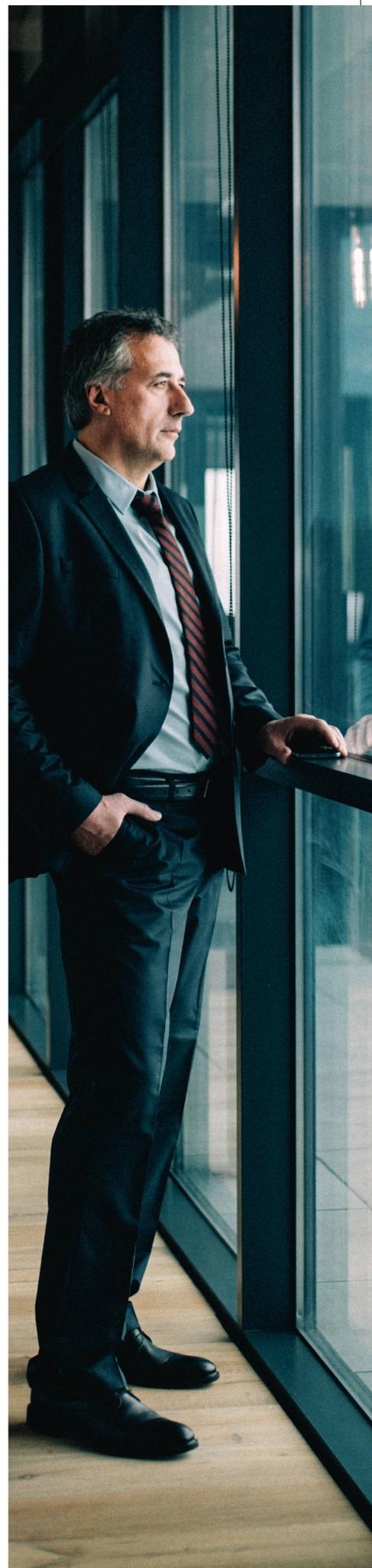
«Fin dallo scoppio della pandemia lotto ogni giorno con catene di fornitura interrotte e tempistiche di fornitura più lunghe. Come posso risolvere il problema? E come posso prepararmi ad affrontare il futuro?»

Molti fornitori inviano in via preventiva lettere in cui si invoca la «causa di forza maggiore». Queste fungono solo da reciproca informazione (preventiva) in relazione a una possibile «causa di forza maggiore». Con esse i fornitori comunicano trasparenza riguardo alla gestione di possibili difficoltà di consegna o del rispetto dei termini di consegna. Importante: questo documento non li esonera naturalmente dall'obbligo di adempiere al contratto.

«Le capacità di resistenza e di adattamento delle PMI sono messe a dura prova come non mai. Anche a livello emotivo.»

Ibi Bertschi, Leader tematica
Successo sul mercato RCI

Verificate inoltre se è giunto il momento di diversificare maggiormente i vostri fornitori. Chiedetevi se potete ridurre le dipendenze globali, sia in relazione ai fornitori sia ai clienti. Con chi avete sempre voluto collaborare? E quale gruppo di clienti è da sempre il vostro target?



Tema 3: Crescere

Il mio modello aziendale è davvero orientato al futuro e resistente alle crisi? Oggi è essenziale porsi questi quesiti.

«Ho ampliato sul breve termine il mio modello aziendale e desidero ora potenziare i nuovi canali e mercati. Ma per farlo devo investire. Questo è il momento sbagliato?»

No, al contrario. Questo è proprio il momento adatto per guardare al futuro e analizzare con spirito critico il vostro modello aziendale: Quali sono i settori che rendono? Quali nuovi prodotti, mercati e segmenti di clientela potrebbero rafforzare sul lungo termine la posizione concorrenziale dell'impresa?

Pensare in scenari fornisce slancio e orientamento verso la «nuova normalità».»

Matthias Weibel,
Direttore RCI

Investite adesso in idee innovative e nuove tecnologie. L'economia e il mondo del lavoro mutano rapidamente; occorre quindi anticipare il futuro e plasmarlo attivamente. Sfruttate l'attuale rallentamento delle attività quotidiane anche per riflettere sulla possibilità di operare modifiche strutturali e organizzative.

«Ho bisogno di ulteriori fondi per investimenti urgentemente necessari nonché per creare e ampliare i miei canali di vendita digitali. Posso ottenere un credito in questo senso da Raiffeisen?»

Saremo lieti di supportarla, previo esame del credito positivo. Un'alternativa sensata all'acquisto di beni d'investimento potrebbe essere la stipula di un leasing. In tal modo preservate la vostra liquidità pur utilizzando fin da subito i beni di cui avete necessità.

«Come rendo la mia attività più resistente alla crisi?»

Guardate al futuro e ipotizzate diversi scenari. Includete anche ciò che sembra impossibile. Pensare in scenari aiuta a prepararsi o adeguarsi rapidamente ai cambiamenti sul mercato. La digitalizzazione sempre in aumento nei mercati di sbocco crea un ulteriore canale di distribuzione in un periodo caratterizzato dalla distanza fisica. Potete quindi offrire servizi a distanze

maggiori e rendervi più indipendenti dagli sviluppi del mercato.

«In un periodo con lavoro ridotto, indebitamento, disposizioni giuridiche e mancanza di forza lavoro specializzata, cosa mi può infondere coraggio?»

Pare proprio che le PMI svizzere ogni 5-10 anni debbano subire una «cura da cavallo»: crisi finanziaria, shock dell'euro, e adesso coronavirus. Non è scontato uscire rafforzati da tali crisi. Ma sappiamo che per le imprese industriali svizzere il cosiddetto mondo VUCA – volatilità (Volatility), incertezza (Uncertainty), complessità (Complexity) e ambiguità (Ambiguity) – non è niente di nuovo. Nel confronto internazionale si distinguono già oggi per un'efficienza straordinariamente elevata e una grande forza di innovazione. Una situazione che infonde speranza. Allo stesso tempo abbiamo uno stato in buona salute che ha reagito rapidamente e ha tentato di attenuare le conseguenze delle massicce limitazioni a tutela della salute tramite misure economiche immediate.

I consulenti dei Raiffeisen Centri Imprenditoriali, anche loro imprenditori ed esperti in gestione delle crisi, hanno già risposto a oltre 1'000 richieste di imprenditori. Avete bisogno di supporto? Rivolgetevi alla nostra hotline:

079 248 43 80

Oppure visitate la pagina [rci.ch/corona](https://www.rci.ch/corona)

Suggerimenti



Verificate:

quali nuovi canali di distribuzione e prodotti nati nel lockdown possono continuare a creare valore aggiunto?



Mantenete visibilità:

sfruttate tutti i canali di comunicazione vecchi e nuovi.



Soprattutto adesso:

sviluppare ulteriormente il vostro modello aziendale e investire in idee e tecnologie innovative rendendovi più resistenti.

#LocalSupport

Per sconfiggere la crisi gli imprenditori puntano sulla creatività. Lanciando progetti sulla piattaforma di crowdfunding eroilocali.ch non solo si assicurano una sovvenzione finanziaria a breve termine, ma investono a lungo termine nelle relazioni con la clientela e in nuovi modelli aziendali.

Battere la crisi con creatività grazie a fondi locali

Solidarietà con la S maiuscola; un ingrediente imprescindibile soprattutto in tempi di crisi, come dimostra anche il forte consenso che riscuotono i progetti delle PMI sulla piattaforma di crowdfunding eroilocali.ch di Raiffeisen. A metà maggio erano già stati raccolti più di 1 milione di franchi per 236 progetti. Con l'hashtag #LocalSupport, la piattaforma supporta le PMI svizzere che stanno subendo perdite di fatturato temporanee.

Il servizio è gratuito e la procedura relativamente rapida: gli imprenditori registrano la propria impresa, definiscono un obiettivo finanziario e le controprestazioni per i loro sostenitori. Particolarmente apprezzati sono buoni acquisto da utilizzare successivamente, abbonamenti oppure offerte speciali esclusive per il crowdfunding. Nel caso di un ristorante potrebbe essere ad esempio una romantica cena a lume di candela. Una volta che il progetto è stato caricato sulla piattaforma, non resta che attivare la propria rete di clienti tramite iniziative pubblicitarie (a pagina 11 trovate utili consigli).

Ulteriori informazioni sono disponibili su www.eroilocali.ch/localsupport



Tre grandi vantaggi

Il progetto eroilocali offre tre grandi vantaggi alle PMI. Innanzitutto il crowdfunding genera rapidamente liquidità, poiché le entrate arrivano subito alle imprese mentre la corrispondente prestazione potrà essere poi fornita successivamente. Inoltre gli imprenditori non devono accollarsi debiti per accedere al cash. Infine la piattaforma rafforza il radicamento locale delle PMI e quindi la relazione con i clienti, in sintonia con lo spirito cooperativo dell'«aiuto all'autoaiuto».

Anche le associazioni si fanno avanti

Le conseguenze della crisi e della limitazione alla libertà di circolazione colpiscono in particolare quei settori che dipendono

dal contatto diretto con la clientela: ristoranti, alberghi o impianti di risalita, ad esempio, ma anche organizzatori di eventi e istituzioni culturali come cinema, teatri e musei. E nonostante l'allentamento anche fornitori di servizi come parrucchieri o commercianti al dettaglio, soprattutto nel settore non-food, constatano una forte diminuzione dei clienti. Ciò ha spinto le organizzazioni settoriali Unione svizzera delle arti e mestieri e Svizzera Turismo a supportare la piattaforma eroilocali.ch in qualità di partner.

«È una soluzione facilmente accessibile per risolvere problemi temporanei di liquidità. Il grande supporto da parte dei clienti dimostra che le PMI non sono solo organizzazioni basate sul profitto, ma hanno anche una valenza sociale all'interno del paese o del quartiere in cui operano.»

Hans-Ulrich Bigler
Direttore dell'Unione svizzera delle arti e mestieri

I settori che prevedono un contatto diretto con la clientela sono particolarmente colpiti dalla crisi. Quattro imprenditori raccontano come il crowdfunding li sta aiutando a superare questo momento difficile.

#Progetto 1

Hotel ristorante
Brienzerburli & Löwen e Weisses Kreuz,
Brienz

Mathias Huggler, direttore

Dati aggiornati a metà maggio



Finanziamento raggiunto
CHF 42'560

Obiettivo:
CHF 50'000

Qual è la situazione della vostra azienda?

I nostri ristoranti sono chiusi, le camere degli alberghi perlopiù vuote. Anche se i nostri 30 collaboratori lavorano in regime di lavoro ridotto, dobbiamo comunque sostenere i costi fissi di elettricità, riscaldamento e così via.

Cosa vi aspettate da eroilocali.ch?

In primo luogo puntiamo naturalmente a coprire i costi fissi. Ma troviamo che sia anche un'ottima opportunità per non finire nel dimenticatoio durante la crisi e ricordare a tutti che siamo ancora qui. Mi auguro che la crisi contribuisca un minimo a orientare maggiormente verso il mercato locale le scelte dei clienti in termini di destinazioni per le vacanze e di acquisti.

Come commercializzate il vostro progetto?

Offriamo per esempio la possibilità di «adottare» una camera: in segno di riconoscimento, l'ospite potrà pernottarvi una notte all'anno per quattro anni e godersi inoltre una cena di ringraziamento in occasione della prima visita. Lo abbiamo comunicato ai nostri ospiti di lunga data e a coloro che prenotano direttamente, pubblicizzando l'offerta anche tramite il sito web e i social media. Ne hanno parlato anche radio e giornali locali.

Chi vi ha parlato di eroilocali.ch?

Ci ha informato la nostra Banca Raiffeisen locale. Mio fratello Peter ha avuto l'idea, mia sorella Christine ha messo in piedi il progetto nel giro di due giorni e io do una mano nell'attuazione.



#Progetto 2

Negozi di abbigliamento Molto Bene,
Balsthal

Benedikt Ritler, titolare

Dati aggiornati a metà maggio



Finanziamento raggiunto
CHF 10'750

Obiettivo:
CHF 5'000

Qual è la situazione della vostra azienda?

Diciamo che la crisi non poteva scegliere un momento peggiore per colpire il settore tessile. In primavera arrivano le nuove collezioni. Quindi molti prodotti e molte fatture, ma nessun cliente e nessuna entrata.

Cosa vi aspettate da eroilocali.ch?

L'obiettivo primario è sicuramente quello di ottenere liquidità garantendo la sopravvivenza dell'azienda. Tramite la piattaforma vendiamo inoltre buoni che i nostri clienti potranno utilizzare in un momento successivo. Ma questa è solo una delle numerose misure che stiamo implementando. Abbiamo anche richiesto un credito COVID-19 e il lavoro a orario ridotto. Inoltre tentiamo di raggiungere i nostri clienti attraverso nuovi canali di distribuzione, e consegniamo i nostri capi anche a domicilio. Così rimaniamo in contatto, e la gente vede che stiamo facendo qualcosa e che non rimaniamo inerti di fronte alla crisi.

Come commercializzate il vostro progetto?

Utilizziamo principalmente i canali digitali come Facebook o WhatsApp con grande efficacia; il nostro progetto eroilocali è stato condiviso con entusiasmo e in questo modo abbiamo raggiunto sempre più persone.

Chi vi ha parlato di eroilocali.ch?

Me ne ha parlato un'amica che lavora presso la Banca Raiffeisen del paese vicino. Mi fa piacere che questa piattaforma sia stata estesa alle PMI. Apprezzo particolarmente il fatto che su eroilocali.ch non vengono fatte vere e proprie donazioni, ma che i sostenitori ricevono qualcosa in cambio. Tendere semplicemente la mano vuota non fa per me.

#LocalSupport

#Progetto 3

Kafi Franz, San Gallo

Denise Weber, fondatrice

Dati aggiornati a metà maggio



Finanziamento raggiunto
CHF 22'459

Obiettivo:
CHF 25'000

Qual è la situazione della vostra azienda?

Siamo una piccola azienda e viviamo quasi alla giornata. Abbiamo richiesto il lavoro a orario ridotto per i nostri collaboratori, ma dobbiamo comunque pagare le assicurazioni sociali e le spese correnti, pur non avendo fonti di reddito.

Cosa vi aspettate da eroilocali.ch?

I crediti COVID-19 sono un'ottima cosa. Ma non ho passato gli ultimi sette anni a rimborsare un credito per tornare a indebitarmi di nuovo. Grazie a eroilocali.ch dispongo ora di un po' di liquidità e con la vendita dei buoni posso anche contare sulla presenza di clienti dopo l'allentamento delle misure di contenimento.

Come commercializzate il vostro progetto?

Il nostro canale di marketing principale è al momento fuori servizio: ci mancano il contatto diretto e le chiacchiere con i nostri ospiti al Kafi. Quindi diffondiamo le informazioni principalmente tramite gli amici e la famiglia, e su canali digitali come il nostro sito web. Sto pensando anche di riattivare la nostra newsletter digitale.

Chi vi ha parlato di eroilocali.ch?

Mi ha informata Raiffeisen. E sono molto felice di avere deciso di partecipare nonostante la paralisi da shock iniziale. Vedere quante persone ci sostengono, ci incoraggia e ci motiva tantissimo. Eroilocali.ch non fa bene solo al conto, ma anche al cuore!



#Progetto 4

Bluemelade bim Schloss,
Aesch, Oberwil e Basilea

Michael Fleig, titolare

Dati aggiornati a metà maggio



Finanziamento raggiunto
CHF 5'980

Obiettivo:
CHF 2'000

Qual è la situazione della vostra azienda?

La chiusura dei nostri tre negozi di fiori non è stato l'unico duro colpo. A causa del divieto di svolgere manifestazioni abbiamo perso importanti commesse molto redditizie per matrimoni ed eventi aziendali. Ma dobbiamo continuare a pagare i salari e gli affitti. Stiamo tentando di compensare il crollo delle entrate con la consegna gratuita di fiori. L'avvio è stato positivo.

Cosa vi aspettate da eroilocali.ch?

Non avevo grandi aspettative, anzi all'inizio ero piuttosto scettico. Non volevo cadere nel ruolo del mendicante. Ma riflettendoci ho capito che ci poniamo in un modo completamente diverso: offriamo ai clienti la consegna gratuita in tutta la nostra zona di attività, e loro hanno la possibilità di rispondere con un bel gesto, supportandoci con l'acquisto di un buono per il futuro. Finora abbiamo ottenuto un riscontro favorevole. E abbiamo già superato di gran lunga il nostro obiettivo di finanziamento.

Come commercializzate il vostro progetto?

Innanzitutto l'ho condiviso su Facebook. Ma qui ad Aesch si fa lavoro di squadra; i membri della camera di commercio si sono messi insieme e hanno presentato oltre 40 progetti. Ci sono un sito web dedicato, manifesti sparsi in tutto il paese e molti contributi delle aziende partecipanti sui social media, con una conseguente notevole visibilità.

Chi vi ha parlato di eroilocali.ch?

Sono stato contattato dalla camera di commercio. Da solo non ci avrei mai pensato.

Ecco come rendere il vostro progetto eroilocali un vero successo

Affinché il progetto riesca al meglio, i vostri clienti e potenziali sostenitori devono innanzitutto conoscerlo. Costruite la relativa strategia di comunicazione in tre step:

1.

Informate clienti, amici e familiari

Eroilocali.ch punta ad attivare i vostri contatti esistenti. Per questo la vostra clientela abituale, così come amici e familiari, hanno un'importanza centrale. Utilizzate i dati dei vostri contatti per presentare i buoni e gli abbonamenti disponibili, per esempio mediante la stampa di una lettera in serie, un messaggio WhatsApp o una newsletter digitale. Sul sito web di eroilocali sono disponibili moduli di testo e modelli cui ispirarsi.

2.

Ampliate la cerchia

Per poter raggiungere altre persone, oltre ai vostri clienti, il progetto necessita di ulteriore pubblicità tramite un manifesto collocato in vetrina oppure un breve articolo PR sul giornale locale. Il sito web eroilocali vi supporta anche in questo caso con modelli ad hoc. Se poi utilizzate Facebook per lavoro o privatamente, meglio ancora: dal sito web di eroilocali le PMI possono condividere i propri progetti con tutti i contatti direttamente sui social media.

3.

Rimanete in contatto

I vostri clienti vogliono sapere come vanno le cose nella vostra impresa e come procede il vostro progetto #LocalSupport. Aggiornate regolarmente i vostri sostenitori. Una comunicazione costante aumenta la possibilità che la vostra offerta si diffonda e raggiunga altri sostenitori. Eroilocali.ch dispone di una funzione di invio con cui potete contattare direttamente i fan del vostro progetto.

«I progetti su eroilocali.ch mostrano quanto sia creativo il settore. Alberghi, ristoranti e altri fornitori di servizi turistici sperimentano qui modelli aziendali alternativi. Ne possono nascere interessanti offerte digitali e nuovi canali di distribuzione promettenti anche per il periodo successivo alla crisi.»

Martin Nydegger,
Direttore Svizzera Turismo



Le PMI guardano avanti

Nonostante tutte le difficoltà le PMI svizzere affrontano l'emergenza con lungimiranza e creatività. Così non solo riescono a sopravvivere ma sviluppano anche una maggiore resistenza alle crisi e si preparano al futuro.



Darko Bosnjak
Produttore di gelato
Kalte Lust, Olten

«Abbiamo ricevuto il denaro ancor prima della conferma del credito»

Doveva essere il miglior inizio di stagione di sempre per la start-up: gli anni critici della fondazione erano ormai alle spalle e il bel tempo di marzo faceva già venire voglia del classico gelato. E invece a un certo punto non sono più arrivati pistacchi e nocciole dall'Italia. Poi il lockdown. Ma l'azienda era preparata. «A gennaio avevamo già discusso con il nostro consulente bancario delle possibilità per evitare problemi di liquidità», racconta il co-amministratore Darko Bosnjak. Così l'azienda ha aumentato il credito in essere, ha preferito il leasing all'acquisto del nuovo impianto di riempimento e infine ha richiesto un credito COVID-19. Bosnjak: «Avevamo già il denaro sul conto ancora prima di avere la conferma che avremmo ricevuto il credito».

«Investimenti importanti nel marketing online»

Quando Thomas Zuberbühler, «Zubi» per gli amici, ha dovuto chiudere temporaneamente il suo negozio di calzature e abbigliamento outdoor, l'attività non ne ha risentito, anzi: in breve tempo «Zubi» ha spostato la sua distribuzione completamente online. «Per fortuna tre anni fa, su suggerimento del Raiffeisen Centro Imprenditoriale, avevo deciso di investire nello shop», afferma Zuberbühler. Fino ad allora i problemi erano stati maggiori dei vantaggi. Senza questo canale di distribuzione digitale la PMI a marzo avrebbe perso il 90% del fatturato. Ma, grazie anche a un sensibile rafforzamento del marketing online, Zuberbühler ha salvato il salvabile: in «Zubi Live», ad esempio, l'azienda offre video con lezioni sportive o suggerimenti su percorsi e sentieri in Appenzello.



Thomas Zuberbühler
Zubischuhe.ch AG,
Herisau



Claudia Braun
Café Restaurant Bar Drahtseilbähnli,
San Gallo

«Impressionata dal supporto locale»

«Pazzesco!» Claudia Braun è impressionata dal consenso che ha riscosso sulla piattaforma di crowdfunding eroilocali.ch; nel giro di pochi giorni ha raggiunto e addirittura superato l'obiettivo di finanziamento di 20'000 franchi per il suo Café Drahtseilbähnli. I buoni per brunch e cene a lume di candela, offerti sulla piattaforma, sono andati letteralmente a ruba. E in più sono arrivate molte donazioni. «Un gesto davvero toccante: persone che non vogliono niente in cambio del loro supporto. Mi viene la pelle d'oca a pensarci.» Per affrontare la crisi, Claudia Braun non punta però solo sul supporto locale, ma anche sulla flessibilità con il suo servizio take-away.

Soluzioni per gli imprenditori

→ raiffeisen.ch/supportopmi