

Zeitschrift: Savoir Faire / Raiffeisen
Herausgeber: Raiffeisen Svizzera società cooperativa
Band: - (2020)
Heft: 3

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: 22.02.2025

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

Soluzioni per gli imprenditori

SAVOIR FAIRE

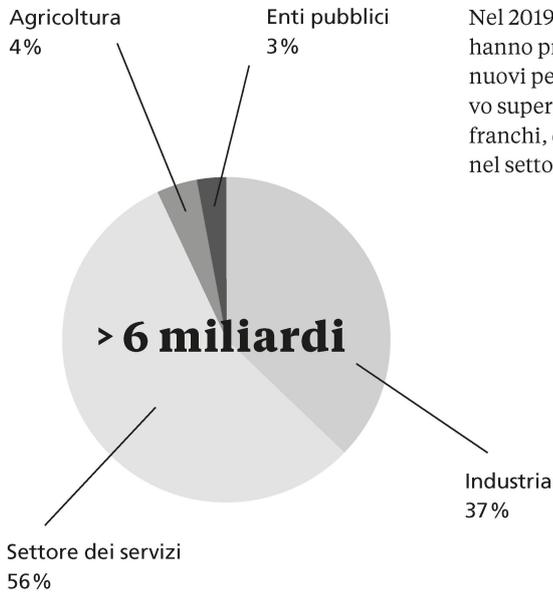


**Rimanere
flessibili**

Il leasing amplia il vostro
margine di manovra finanziario

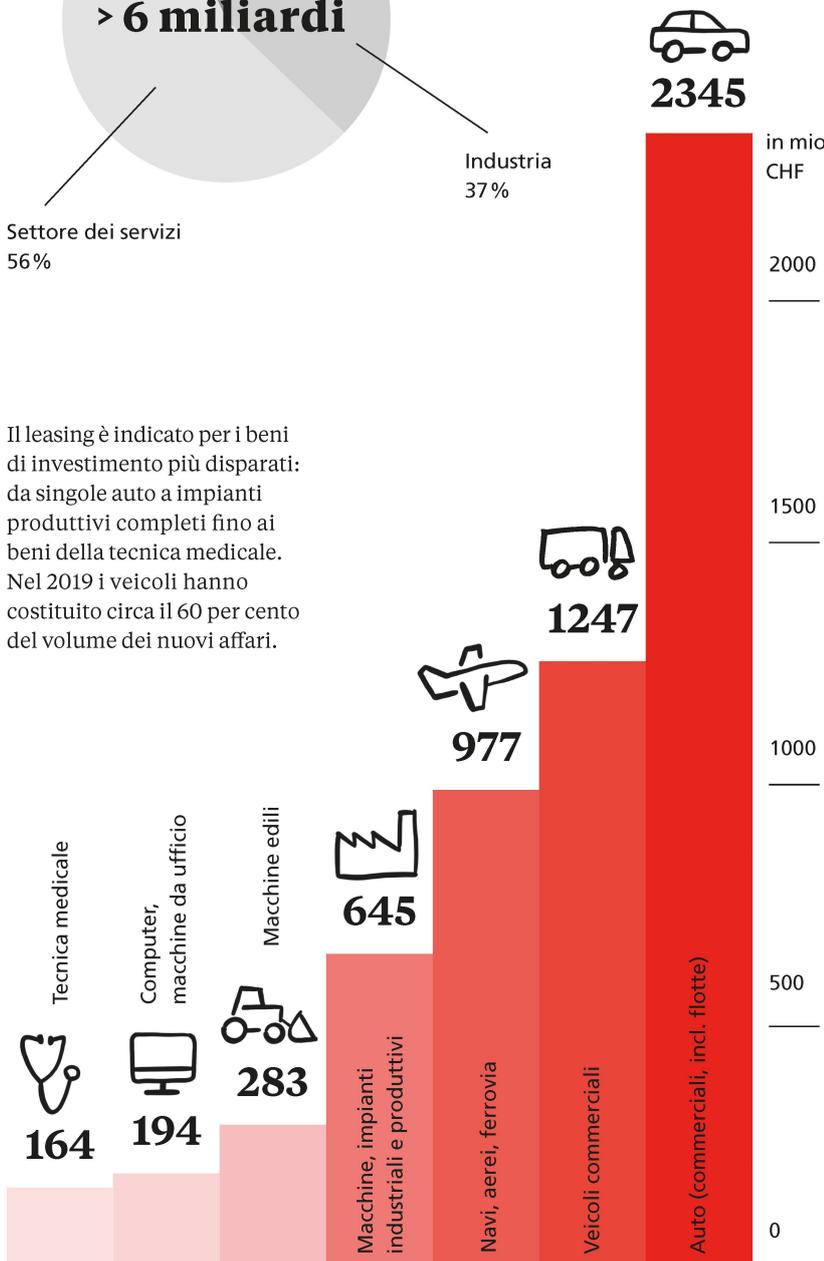
RAIFFEISEN

Beneficiari e oggetti di leasing



Nel 2019 le imprese svizzere hanno preso in leasing beni nuovi per un valore complessivo superiore a 6 miliardi di franchi, di cui più della metà nel settore dei servizi.

Il leasing è indicato per i beni di investimento più disparati: da singole auto a impianti produttivi completi fino ai beni della tecnica medica. Nel 2019 i veicoli hanno costituito circa il 60 per cento del volume dei nuovi affari.



Più di
1/3

delle imprese svizzere utilizza il leasing; una cifra contenuta a confronto con i paesi vicini.

14

miliardi era il totale, a fine 2019, del valore contabile dei contratti di leasing commerciale in corso.

1 su 8

imprese svizzere utilizza il Vendor-Leasing come strumento di distribuzione.

Fonti: BAKBASEL/FHNW (Leasing for Growth), Associazione svizzera delle società di leasing (ASSL)

4 Guida per imprenditori

5 Pronti per il futuro

6 Focus

Promozione delle vendite grazie al leasing

Win-win: il Vendor-Leasing e il finanziamento di beni convengono alle PMI e ai loro clienti. Due imprenditori ci raccontano.

14 Intervista

Marc Hintermeister, Responsabile Leasing presso Raiffeisen Svizzera, spiega come mai il leasing è importante proprio nei momenti di crisi.

16 Buono a sapersi

Suggerimenti per un leasing di successo e informazioni utili su modelli di rateazione, durata e iscrizione a bilancio.

18 Finanziamento strutturato delle infrastrutture

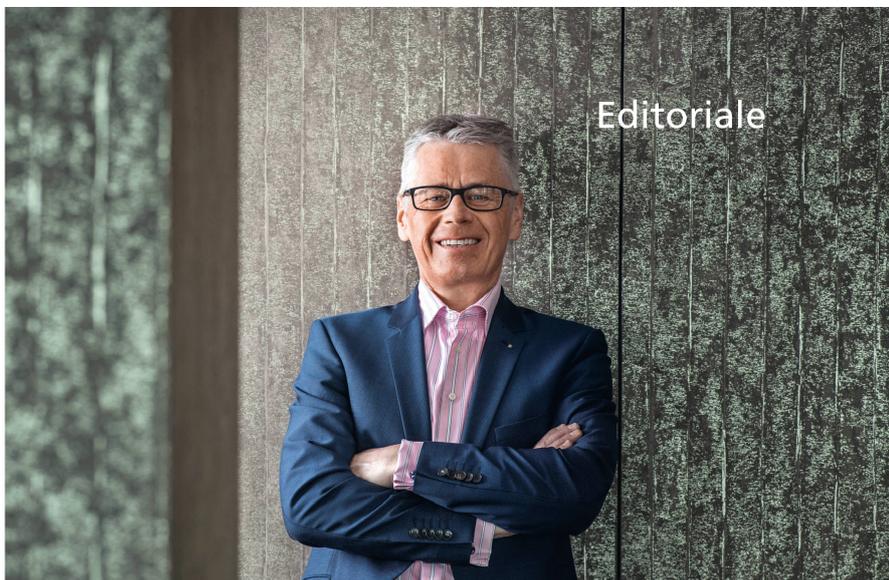
Finanziare individualmente progetti complessi con il leasing come elemento chiave.

20 Opinione

L'economista capo Martin Neff parla di condivisione.

21 Spotlight

Arthur Müggler punta sul marketing digitale, particolarmente interessante in tempi di coronavirus.



Rimanere flessibili, proprio adesso

«Utilizzare anziché possedere» fa tendenza. I giovani preferiscono sempre più il car sharing all'acquisto dell'automobile e non sognano più di possedere la casa al mare, ma prenotano su Airbnb.

Il leasing si è affermato molto prima della «sharing economy», spostando il focus sulla flessibilità di utilizzo anziché sul possesso. Questo strumento di finanziamento, un tempo malvisto, è oggi ben accetto. Infatti se ne serve un'impresa svizzera su tre.

Che si tratti di veicoli commerciali, robot o software, gli investimenti in sistemi moderni sono fondamentali per la sopravvivenza delle PMI. Il leasing permette di restare competitivi senza intaccare la liquidità e i limiti di credito, vantaggi che sono saltati agli occhi soprattutto negli ultimi mesi. L'interesse per le nostre soluzioni di leasing è continuato, nonostante o proprio a causa del Covid-19. Molti utilizzano questo strumento per investire e mantenere al contempo la liquidità per eventuali imprevisti.

Il leasing non offre solo potenziale per gli investimenti, ma anche per la vendita: sempre più aziende utilizzano il Vendor-Leasing come strumento di distribuzione per proporre soluzioni di finanziamento flessibili a clienti privati e aziendali. Saremo lieti di supportarvi anche in questo ambito con la nostra lunga esperienza e le nostre soluzioni innovative.

Cordialmente, Urs Gauch

Membro della Direzione e
Responsabile dipartimento Clientela aziendale & Succursali
urs.p.gauch@raiffeisen.ch

SAVOIR FAIRE #03/2020. Editore Raiffeisen Svizzera società cooperativa, Raiffeisenplatz 4, Casella postale, 9001 San Gallo. Responsabilità del marketing Sandra Bürkle (sab). Responsabilità redazionale SDA/AWP Multimedia. Redazione Bettina Bhend (bb), Sandra Bürkle (sab), Christoph Gaberthüel (gab), Sarah Hadorn (had), Ralph Hofbauer (rh), David Hugi (dh), Martin Neff (mn), Thomas Peterhans (pet). Art Direction e Layout Crafft AG, Zurigo. Indirizzo della redazione Raiffeisen Svizzera, Marketing, Wassergasse 24, Casella postale, 9001 San Gallo, imprenditori@raiffeisen.ch. Modifiche di indirizzo e disdette raiffeisen.ch//savoir-faire. Stampa Vogt-Schild Druck AG, Derendingen. Traduzione 24translate. Periodicità Quattro volte all'anno. Tiratura 55'000 copie (D, F, I). Prezzo per l'abbonamento La rivista Savoir Faire viene spedita agli abbonati e costa 9.00 franchi all'anno (per quattro edizioni). Nota legale La riproduzione (anche parziale) è consentita solo su espressa autorizzazione della redazione. Le informazioni contenute nella presente pubblicazione non costituiscono un'offerta o una raccomandazione di vendita o acquisto dei prodotti finanziari descritti e hanno scopo puramente informativo. La performance passata non costituisce garanzia di andamenti futuri. Nota Per semplificare la lettura in alcuni testi viene usata solo la forma maschile. Stampa a impatto neutro sul clima Raiffeisen compensa le emissioni di CO₂ (myclimate Gold Standard) causate con la produzione di questa rivista e sostiene così progetti a tutela del clima in Svizzera e all'estero.



stampato in
svizzera



A-Z

Guida per imprenditori

Termini complessi spiegati in modo semplice.



Verifica della solvibilità

Nei contratti di leasing rivestono un'importanza fondamentale la categoria del bene e la solvibilità. Quest'ultima fornisce informazioni sulla capacità creditizia, cioè sulla capacità e disponibilità a far fronte a obblighi di pagamento futuri. Se il datore del leasing stima vantaggioso il valore intrinseco dell'oggetto e la verifica della solvibilità dà esito positivo, ciò influisce positivamente sulle condizioni del leasing. Oltre alla reputazione così come al bilancio e al conto economico degli ultimi anni, per la classificazione è decisiva anche la redditività futura.

Il risultato della verifica è la valutazione della solvibilità in un rating che classifica su più livelli i rischi di non poter far fronte agli obblighi di pagamento. I rating vengono influenzati positivamente da business plan curati, dettagliati e comprensibili.



Copertura del bene

Il leasing sfrutta in misura minore l'idoneità di un'impresa a ricevere crediti in bianco rispetto ai crediti di investimento veri e propri, poiché la proprietà giuridica dell'oggetto di leasing serve da garanzia al datore del leasing. In base al bene oggetto di leasing la copertura è più alta o più bassa. Esempio: se un bene viene classificato con un tasso di perdita del 30 per cento (= percentuale in bianco), alla realizzazione del bene, il 70 per cento sarebbe coperto dai ricavi.

I ricavi della realizzazione dipendono sempre dalla durata di utilizzo fino a quel momento e dal valore di mercato al momento della vendita. Una buona copertura e una buona solvibilità portano a condizioni di leasing vantaggiose.

«Una buona copertura e una buona solvibilità portano a condizioni di leasing vantaggiose.»



Valore residuo

La maggior parte dei contratti di leasing per beni di investimento ha una durata da tre a cinque anni. Il valore del bene oggetto di leasing al termine del contratto viene detto valore residuo. Con il leasing al valore residuo, chiamato anche ammortizzazione parziale, il beneficiario del leasing non restituisce tutto il capitale impiegato. Il valore residuo si orienta al valore di mercato del bene di investimento dopo la scadenza della durata contrattuale. Questo valore è di fondamentale importanza per il calcolo dell'ammontare delle rate di leasing.

Quanto maggiore viene calcolato il valore residuo in un contratto di leasing, tanto minore è la perdita di valore attesa del bene oggetto del leasing e, di conseguenza, anche la rata di leasing. Di solito il valore residuo è molto basso, ad es. lo 0.5% del prezzo d'acquisto, in modo che il beneficiario del leasing al termine del contratto possa acquistare il bene a condizioni interessanti.



Marc Hintermeister
Responsabile Leasing Raiffeisen Svizzera

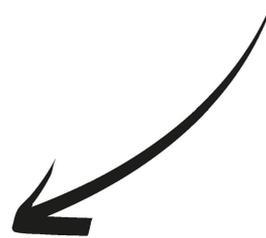
Pronti per il futuro

Ricerca

Nel vortice emotivo del regolamento della successione

La successione è un compito colossale: gli imprenditori che passano la propria impresa nelle mani di altri si preoccupano della sopravvivenza dell'azienda e del proprio futuro e auspicano una soluzione che sia giusta per tutti, ovvero famiglia, collaboratori, fornitori, clienti e successori. Nella prima Ricerca sulla successione di Raiffeisen, gli imprenditori che hanno già affrontato questo processo offrono uno sguardo realistico sui relativi alti e bassi e offrono suggerimenti importanti a tutti coloro che devono ancora far fronte a questo compito.

Qui è possibile scaricare la Ricerca sulla successione di Raiffeisen: raiffeisen.ch/exportstudio



Calcolatore leasing Offerta in pochi clic

Veloce e semplice: calcolate voi stessi la rata del vostro oggetto di leasing con il calcolatore leasing Raiffeisen. Inserite il bene, il prezzo, l'importo dell'anticipo, la durata e la cadenza dei pagamenti e in pochi secondi riceverete un'offerta di leasing non vincolante, che poi potrete discutere nel dettaglio con gli esperti leasing di Raiffeisen.

raiffeisen.ch/calcololeasing

Newsletter

Non perdetevi le novità

Iscrivetevi adesso alla nuova newsletter per le imprese e riceverete sempre le informazioni più aggiornate.

raiffeisen.ch/newsletter-imprenditori

Comodità per i clienti, vendite per i fornitori

Un impianto solare è redditizio sul lungo termine. Ma gli alti costi d'investimento iniziali possono rappresentare un ostacolo per potenziali clienti. Per andare incontro alle loro esigenze l'impresa energetica Helion propone un finanziamento legato all'oggetto. Funziona quasi come un leasing.

TESTO: Bettina Bhend FOTO: Daniel Ammann

Helion rifornisce la Svizzera di energia verde. Con circa 1'000 progetti all'anno tra impianti fotovoltaici, pompe di calore, accumulatori a batteria e soluzioni per la mobilità elettrica, la PMI svizzera è una delle aziende leader del settore. Di fronte a nuovi clienti privati, però, l'impresa ha spesso un problema: «Nessuno ormai discute la bontà del prodotto», afferma Lukas Karrer, Direttore Digital presso Helion, «ma il pregiudizio sui costi elevati per il passaggio alle energie rinnovabili è radicato».

E, in un certo senso, corrisponde a verità; nonostante i contributi, il costo di un impianto solare di 40m² si aggira ancora intorno ai 15'000 franchi. Neanche i sistemi di riscaldamento alternativi sono a buon mercato: una semplice pompa di calore aria/acqua costa circa il 50 per cento in più rispetto a un impianto di riscaldamento a gasolio, una sonda geotermica più del doppio.

Ostacolo per clienti interessati

Questi costi d'investimento rappresentano un ostacolo per potenziali clienti privati. Per andare loro incontro e trasformare un primo interesse in un affare concreto, Helion ha lanciato con Raiffeisen una nuova soluzione di finanziamento, unica in Svizzera, che funziona come un leasing: il cliente non effettua il pagamento in una soluzione, ma versa rate mensili. Dopo cinque anni può acquisire l'impianto senza ulteriori spese. Questa modalità richiede standard di contratto completamente nuovi che i partner definiscono di comune accordo.

«Dal punto di vista giuridico non si tratta di un leasing», spiega Marc Hintermeister, Responsabile Leasing presso Raiffeisen Svizzera «ma piuttosto di un finanziamento legato all'oggetto, in cui, diversamente dal leasing, l'impianto è di proprietà del cliente già nel corso della durata contrattuale; in fondo è parte integrante dell'abitazione. Quindi, la Banca non acquista l'oggetto, ma lo finanzia soltanto». →



Esempio di calcolo Finanziamento impianto solare*

Prezzo a nuovo: CHF 19'000

Durata: 5 anni

Condizioni di finanziamento:

- Pagamento iniziale: CHF 0
- Rata mensile: CHF 356
- Costi di manutenzione annuali: CHF 165
- Costi complessivi: CHF 22'185

* Esempio di calcolo fittizio, tutte le cifre si basano su ipotesi della redazione

A man with short grey hair and black-rimmed glasses, wearing a grey pinstriped suit jacket over a light blue button-down shirt, leans on a metal railing. He is smiling slightly and looking directly at the camera. His hands are clasped together on the railing. The background shows a large-scale solar panel installation on a roof, with rows of panels and metal support structures under a bright sky.

**«Offriamo un servizio a
360° da un'unica fonte.»**

Lukas Karrer, Direttore Digital, Helion

Helion

Con sei filiali in tutte le regioni linguistiche della Svizzera, Helion rientra tra i leader di mercato nel settore dell'energia sostenibile. Offre consulenza, progettazione, installazione e manutenzione di impianti fotovoltaici, pompe di calore, accumulatori e soluzioni per la mobilità elettrica. L'azienda, che conta circa 180 collaboratori, appartiene alla società francese Bouygues Construction.

La sede centrale di Helion si trova a Zuchwil (SO).

«Raiffeisen è, come noi, un'azienda innovativa, che non punta su soluzioni isolate.»

Lukas Karrer, Direttore Digital, Helion

3 tipi di leasing



1

Leasing per flotte aziendali

Le aziende che per la propria attività necessitano di un gran numero di veicoli e vorrebbero prenderli in leasing possono ricorrere al leasing per flotte aziendali. Grazie alla quantità piuttosto consistente usufruiscono di rate di leasing più basse e, con una persona di contatto, riducono notevolmente l'onere amministrativo. A differenza dei fornitori di leasing full service, che oltre al veicolo offrono anche altri servizi, Raiffeisen si concentra sul finanziamento.

Promozione delle vendite grazie al finanziamento

Per i clienti di Helion i vantaggi sono gli stessi del classico leasing: il denaro non è vincolato, possono continuare a disporre dei propri risparmi in modo flessibile e, grazie a rate fisse, possono contare su una pianificazione finanziaria affidabile; tutto questo a un tasso d'interesse ben inferiore a quello dei comuni crediti al consumo.

Acquisire nuovi clienti

«Alla clientela aziendale proponiamo il leasing da tempo. Questa nuova soluzione di finanziamento innovativa ci permette di acquisire anche clienti privati, altrimenti scoraggiati dai costi d'investimento. Un'ottima opportunità per incrementare le vendite», spiega Lukas Karrer. Se, ad esempio, un impianto di riscaldamento si guasta all'improvviso, il proprietario dell'abitazione potrebbe non avere da parte riserve sufficienti per un impianto sostitutivo. Grazie al finanziamento legato all'oggetto non è costretto, per la posizione difficile in cui si trova, ad acquistare l'impianto più economico, ma può scegliere un'alternativa ecologica.

Infatti, a lungo termine, vale la pena pagare costi d'acquisto più alti per sistemi

energetici che sfruttano energie rinnovabili, secondo il consulente energia solare Helion Roger Bitterli: «I costi di produzione dell'energia solare sul tetto di una casa unifamiliare si aggirano sui 10 centesimi per kWh, un prezzo decisamente inferiore a quello della corrente convenzionale». Anche il riscaldamento sostenibile conviene: «I costi annui per energia e manutenzione di sonda geotermica e pompa di calore sono molto più bassi rispetto a quelli per il riscaldamento a gasolio».

La comodità è l'asso nella manica

Un altro argomento convincente, oltre alla flessibilità finanziaria, è la semplicità della procedura: «Possiamo offrire ai nostri clienti un finanziamento in bianco e dividerne i rischi con la Banca», spiega Lukas Karrer. La capacità creditizia dei clienti viene verificata in base alle norme di legge, ma con formalità contenute. «I clienti devono apporre una crocetta per confermare il finanziamento; il resto si espleta poi quasi da sé.» Poiché l'onere amministrativo è esiguo, il finanziamento è interessante anche rispetto a un'ipoteca, soprattutto se combinato con iniziative

promozionali come il leasing allo zero per cento.

Con il «pacchetto senza pensieri», dedicato ai suoi clienti, Helion scommette su un trend importante: la comodità. «Offriamo un servizio a 360° da un'unica fonte. I nostri clienti hanno una persona di riferimento, non solo per l'intera gamma di prodotti e servizi (consulenza, pianificazione, manutenzione e installazione) ma anche per il finanziamento», afferma Lukas Karrer.

La scelta di Raiffeisen è stata ovvia per Helion: «Raiffeisen è, come noi, un'azienda innovativa, che non punta su soluzioni isolate, ma pensa in termini di rete e offre un convincente pacchetto globale di servizi per la clientela privata e aziendale», sostiene Karrer. Marc Hintermeister aggiunge: «Collaborando con Helion forniamo il nostro contributo alla transizione energetica in linea con uno dei nostri quattro valori di base, la sostenibilità».

2

Leasing beni di investimento

Con il leasing beni di investimento la banca acquista l'oggetto di investimento, ad esempio una macchina di produzione. Mette poi l'oggetto a disposizione dell'azienda perché lo utilizzi per la durata del contratto. Invece del prezzo d'acquisto in una soluzione, il beneficiario del leasing versa rate periodiche che possono essere strutturate in modo flessibile, ad esempio con rate inizialmente basse ma crescenti nel tempo. Il leasing beni di investimento aiuta l'impresa a tenere il passo con il progresso tecnologico, poiché offre la possibilità di investire costantemente e in modo mirato senza dover sostenere i costi complessivi in un'unica soluzione. Così si preserva la liquidità e la flessibilità finanziaria aumenta.

3

Vendor-Leasing

Il Vendor-Leasing consente a un'azienda produttiva o commerciale di proporre ai propri clienti, oltre al prodotto, anche una soluzione di finanziamento su misura. A questo scopo l'azienda stipula con Raiffeisen un contratto di Vendor-Leasing. Se un cliente sceglie il leasing come opzione di finanziamento, Raiffeisen lo gestisce dietro le quinte. In alternativa, il Vendor-Partner può scegliere anche un modello di intermediazione in cui allega l'offerta di leasing di Raiffeisen alla propria offerta di prodotto. In entrambe le varianti il cliente finale ha un'unica persona di contatto. Il Vendor-Leasing rafforza la posizione di mercato di un fornitore, incrementa la disponibilità all'acquisto dei clienti e promuove la vendita. Il produttore o commerciante evita inoltre gli insoliti, dato che riceve subito dalla banca l'intero prezzo di vendita dell'oggetto del leasing.

«Raiffeisen è la
semplicità fatta
Banca.»

Thomas Simmler, titolare di
Simmler Baumaschinen AG

Simmler Baumaschinen AG

Simmler Baumaschinen AG è un'azienda specializzata in riparazione, vendita e noleggio di macchine edili, come escavatori, pale caricatori o muletti. Nata 20 anni fa come impresa individuale per opera di Thomas Simmler, conta oggi undici collaboratori e due apprendisti.

Preservare la liquidità nella propria attività

L'acquisto di macchine edili richiede ingenti capitali. Thomas Simmler, titolare di Simmler Baumaschinen AG, cercava quindi una soluzione che permettesse di preservare non solo la propria liquidità, ma anche la flessibilità dei suoi clienti.

TESTO: Bettina Bhend FOTO: Daniel Ammann

Esempio di calcolo Finanziamento macchina edile*

Prezzo a nuovo: CHF 100'000

Durata: 48 mesi

Condizioni di finanziamento:

- Pagamento iniziale: CHF 20'000
- Rata mensile: CHF 1'760
- Costi complessivi: CHF 102'720

* Esempio di calcolo fittizio, tutte le cifre si basano su ipotesi della redazione

Il core business originario di Thomas Simmler è la riparazione di macchine edili. Ma oggi questa attività non ha più senso da sola. «L'importanza della fidelizzazione della clientela e delle garanzie è cresciuta enormemente nel nostro settore. Infatti, posso riparare solo le macchine che ho venduto in precedenza. E per vendere devo essere presente in modo attivo nei cantieri, ad esempio con macchine a noleggio.» I tre settori di attività di Simmler Baumaschinen AG, ossia riparazione, vendita e noleggio, sono quindi interdipendenti.

Sfida: liquidità vincolata

Per Thomas Simmler la vendita ha comportato per lungo tempo l'inconveniente del vincolo della liquidità. «Il pagamento rateale è una prassi consolidata per le grandi macchine edili. Finora acquistavo personalmente le macchine lasciando che i clienti le pagassero gradualmente, a spese della mia liquidità.»

Da circa due anni non è più necessario, poiché Thomas Simmler collabora con Raiffeisen nell'ambito di una partnership di Vendor-Leasing. Basta presentare una semplice richiesta di leasing per il cliente tramite un tool online. Se questa rispetta i requisiti, Raiffeisen acquista la macchina desiderata e la mette a disposizione del cliente dietro versamento di rate di leasing. Così la liquidità di Simmler Baumaschinen AG non è più vincolata e può es-

sere impiegata per l'ulteriore sviluppo dell'azienda.

La semplicità che conviene

Per la categoria delle macchine edili si applica un processo di esame del credito semplificato fino al limite massimo di 300'000 franchi, spiega Peter Büchi, Responsabile gruppo Vendor-Leasing presso Raiffeisen Svizzera: «Devono essere soddisfatte tre condizioni, per poter concedere il leasing ai clienti di Simmler Baumaschinen AG: la verifica Creditreform della solvibilità dell'impresa deve risultare soddisfacente, l'impresa deve esistere da almeno tre anni e deve inoltre essere iscritta nel registro di commercio».

Per Thomas Simmler la semplicità conviene. Quando durante un colloquio di vendita si rende conto che il cliente ha difficoltà a sostenere il costo totale, ricorre al leasing. «Non devo preoccuparmi in merito alla sua concessione. Se sono soddisfatte le tre condizioni, so che posso proporre questo finanziamento al mio cliente.» Così Thomas Simmler trasforma in un attimo un cliente interessato in un acquirente e promuove le sue vendite. →

Promozione delle vendite grazie al leasing

«Si può anche chiamare il venerdì sera tardi per chiarire dubbi e problemi. Mai visto niente del genere presso altre banche.»

Thomas Simmler, titolare di
Simmler Baumaschinen AG

Flessibilità grazie al contratto quadro

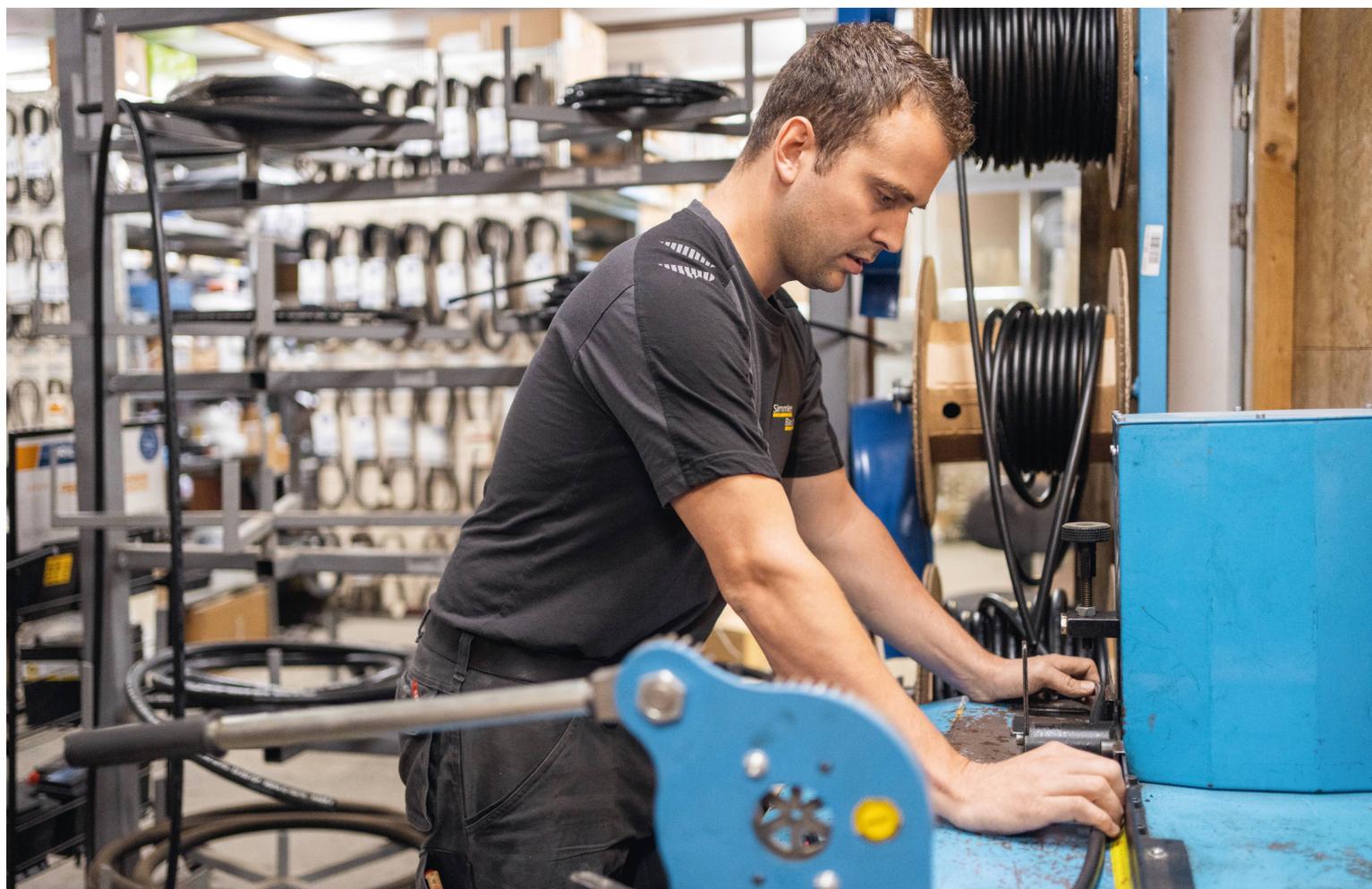
I partner riescono a trovare soluzioni adatte anche per i casi più complessi. «Recentemente un imprenditore mi ha contattato per un leasing di macchine edili. La sua impresa, però, era stata appena costituita e non era quindi soddisfatta la condizione dei tre anni», racconta Thomas Simmler. Di conseguenza non era possibile applicare la verifica semplificata. Acquirente e venditore hanno quindi definito con Raiffeisen condizioni individuali soddisfacenti per tutti.

Thomas Simmler apprezza molto questa capacità di Raiffeisen di andare incontro ai suoi clienti. «È la semplicità fatta Banca. Ci si dà del tu, si conoscono le persone con cui si collabora e si può anche chiamare il venerdì sera tardi per chiarire dubbi e problemi. Mai visto niente del genere presso altre banche.»

Per Thomas Simmler è stata quindi una scelta logica puntare sul leasing Raiffeisen per il proprio parco di macchine a noleggio e dimostrative. Dall'autunno scorso dispone di un contratto quadro di leasing, entro i cui limiti può acquistare liberamente nuovi veicoli senza incom-

benze amministrative. Così ha la necessaria flessibilità e i suoi clienti hanno la certezza che Simmler Baumaschinen AG ha sempre in assortimento i modelli più recenti.

Simmler AG fornisce soluzioni su misura, in officina e per il finanziamento.



Un leasing di successo in 5 passaggi

1 Scegliere l'oggetto

Come per un acquisto, è importante per prima cosa farsi un'idea delle varie soluzioni disponibili per le proprie esigenze specifiche. Scegliete poi l'oggetto di investimento adatto alla vostra situazione e negoziate eventuali sconti con il fornitore. Spesso, considerate le sue vaste conoscenze su prodotti e settori, vale la pena coinvolgere la Banca già in fase di scelta.

2 Richiedere un'offerta

Il vostro consulente Raiffeisen prepara una prima offerta di leasing non vincolante per l'oggetto di investimento desiderato. In alternativa, potete farlo voi stessi online in modo semplicissimo, utilizzando il calcolatore leasing Raiffeisen: raiffeisen.ch/calcololeasing

3 Stipulare il contratto

Chiariti tutti i dettagli e verificata con esito positivo la vostra documentazione aziendale, stipulate con la Banca il contratto di leasing per l'oggetto di investimento. Se l'impresa si affida regolarmente al leasing, è consigliabile optare per un contratto quadro, riducendo così le spese amministrative e beneficiando inoltre di condizioni di leasing ottimizzate.

4 Acquistare l'oggetto

La Banca acquista il bene d'investimento. In concreto, il fornitore invia la fattura a Leasing Raiffeisen e la Banca provvede al pagamento come da vostre istruzioni.

5 Utilizzare il bene d'investimento

Utilizzate l'oggetto per la durata del leasing concordata. Assicurazione, manutenzione e riparazioni sono a carico vostro. Normalmente, alla scadenza del contratto di leasing, potete acquisire l'oggetto a un prezzo stabilito in precedenza.

Modelli innovativi, soluzioni flessibili

Come hanno dimostrato i mesi scorsi, il leasing preserva la liquidità specialmente nei periodi più difficili. Marc Hintermeister, Responsabile Leasing presso Raiffeisen Svizzera, parla di aumento della domanda, pregiudizi superati e tendenze del momento.

INTERVISTA: Ralph Hofbauer

Quale impatto ha avuto il Covid-19 sulle operazioni di leasing?

A dire il vero ci aspettavamo un calo della domanda, poiché in periodi di incertezza le imprese tendono a osservare maggior cautela negli investimenti. Ma non è stato così: l'interesse per la nostra offerta di leasing è tutt'altro che scemato.

Come se lo spiega?

Il leasing consente alle imprese di investire, anche in periodi difficili, in dispositivi, macchinari o infrastrutture IT senza intaccare eccessivamente la liquidità. Un fattore di importanza vitale soprattutto per i settori caratterizzati da rapidi sviluppi tecnologici. In situazioni complesse come quella attuale si preferisce non ricorrere ai fondi propri negli investimenti sostitutivi. Si valuta piuttosto la possibilità di un leasing, in modo da mantenere una riserva di liquidità per gli imprevisti. In questo senso il Covid-19 ha ancora una volta messo in luce i vantaggi del leasing.

Nell'ultimo decennio il mercato svizzero del leasing ha registrato una forte crescita, ma è ancora in ritardo rispetto all'estero. Come mai, secondo lei?

Ciò è dovuto in parte al fatto che molte imprese svizzere sono gestite dal titolare. Gli impresari di vecchio stampo puntano per convinzione sull'autofinanziamento,

un atteggiamento che in certa misura è anche molto radicato nella mentalità svizzera. Tuttavia, negli ultimi anni l'offerta di leasing si è evoluta notevolmente. La gamma di prodotti è più ampia e le condizioni più interessanti. La forte crescita del mercato del leasing dimostra che sempre più spesso gli imprenditori percepiscono il leasing come uno strumento di finanziamento vantaggioso. I pregiudizi sul leasing sono sempre meno diffusi.

Uno dei pregiudizi reputa il leasing costoso. Come controbatte a questa affermazione?

Forse era vero in passato per il leasing di autovetture, ma oggi non lo è più. Di solito i contratti di leasing sono predisposti per due terzi della vita economica, quindi il leasing risulta conveniente già molto prima del termine della durata contrattuale. Se si considerano i costi complessivi dei beni d'investimento, in molti casi il leasing e l'acquisto si equivalgono. Inoltre, va ricordato che i fondi propri non sono a costo zero e devono generare un rendimento; spesso le aspettative in tal senso sono superiori ai costi supplementari del leasing dovuti a interessi e tasse di elaborazione.

Quali fattori influiscono sui costi di leasing?

I costi dipendono dalla solvibilità del beneficiario del leasing e dalla categoria dell'oggetto. Quanto più il datore del leasing le ritiene vantaggiose, tanto migliori saranno le condizioni offerte.

In quali categorie di oggetti rileva la crescita maggiore?

Il tasso di crescita più elevato lo ha registrato lo scorso anno il settore della tecnologia medica, con un incremento del 20 per cento. Anche gli impianti di produzione e i macchinari edili evidenziano di nuovo un forte aumento. Il potenziale è ancora elevato in tutti e tre i settori, anche perché tecnologie come l'Internet of Things (IoT) rendono possibili modelli di leasing innovativi.

Ad esempio?

Con il modello «pay as you use», invece di una rata forfettaria, il beneficiario del leasing paga solamente le prestazioni effettivamente ricevute. Il collegamento in rete

dei dispositivi e l'impiego della tecnologia dei sensori consentono di adeguare le rate di leasing alla frequenza di utilizzo. Uno studio medico associato può ad esempio acquistare uno scanner per risonanza magnetica e addebitare a ogni medico il rispettivo numero di scansioni su base individuale.

Quindi la tendenza è quella di allontanarsi da rate di leasing lineari?

Sì, le rate di leasing sono sempre più basate sull'utilizzo degli oggetti e sul cash flow delle imprese. In alcuni settori prevalgono già modelli di prezzo individuali. Per il finanziamento di funivie o mezzi battipista, ad esempio, si concordano ormai quasi solo rate di leasing stagionali. In tal modo l'impresa paga unicamente nei mesi in cui realizza proventi. Anche nel settore agricolo le rate sono sempre più orientate alla stagione di raccolta o ai pagamenti dei sussidi.

Le rate sono combinabili anche con il business plan?

Certo, in linea con il principio su cui si fonda il leasing finanziario. Il leasing di beni d'investimento fa suo il motto «pay as you earn»: le spese correnti sono coperte dal fatturato. Se in fase iniziale i proventi sono ancora ridotti, si può optare per una rata di leasing progressiva. Con una copertura mirata, la società di leasing può farsi carico anche di eventuali acconti ai fornitori. Dialogando con il beneficiario del leasing cerchiamo di comprenderne le esigenze, così da poter adeguare la struttura di finanziamento al business plan o ai cicli dell'attività giornaliera.

«Il Covid-19 ha messo in luce i vantaggi del leasing.»



Marc Hintermeister
è Responsabile Leasing presso Raiffeisen Svizzera.

Utilizzare anziché possedere fa tendenza

Sempre più spesso gli oggetti vengono condivisi. Come influisce la sharing economy sul leasing?

Il leasing non scomparirà solo perché stanno mutando le esigenze della società. Ci aspettiamo piuttosto una ridistribuzione dei beneficiari. Gli utenti che prendono in leasing automobili, veicoli commerciali e macchine edili diminuiscono. Il più delle volte sono le compagnie di noleggio auto e flotte a prendere in leasing i veicoli presso le società di leasing per poi noleggiarli agli utenti.

In quali casi il noleggio è una valida alternativa all'acquisto per le PMI?

In genere il noleggio è più conveniente per chi fa un uso sporadico dell'oggetto. In passato un'impresa edile acquistava uno specifico escavatore pur utilizzandolo pochi mesi all'anno. Oggi molti imprenditori preferiscono acquistare o prendere in leasing oggetti standard e noleggiare i macchinari specializzati per determinati lavori.

A parte i costi, quali altri vantaggi offre il noleggio?

Con l'acquisto o il leasing bisogna provvedere autonomamente alla manutenzione che spetta invece al locatore in caso di noleggio, scelta spesso più comoda. Molti contratti di noleggio includono manutenzione e altri servizi, come per le stampanti a uso commerciale: se il toner è esaurito, se ne riceve automaticamente un altro. Numerosi fornitori cercano di fidelizzare ulteriormente la clientela offrendo prodotti combinati con servizi di assistenza.

Anche nel leasing l'assistenza acquista sempre più importanza?

Sì, anche in questo ambito la tendenza va verso il «tutto compreso». Se normalmente la responsabilità di manutenzione, riparazioni e assicurazione ricade sul beneficiario del leasing, i modelli di utilizzo con durate superiori includono sempre più spesso anche tali servizi, erogati dal fornitore.

Buono a sapersi

Competenza Raiffeisen

30

sono gli anni da cui Raiffeisen, quarta società di leasing in Svizzera, opera nel leasing beni di investimento.

27%

è la crescita del volume di nuovi affari di Leasing Raiffeisen nel 2019 rispetto al 2018.

Iscrizione a bilancio

Iscrizione all' attivo in voga

Esistono due varianti di contabilizzazione: se l'oggetto del leasing **non è iscritto a bilancio**, le singole rate di leasing vengono contabilizzate come costi tramite il conto economico.

Se l'operazione di leasing viene **iscritta a bilancio**, il bene preso in leasing compare tra gli attivi del bilancio nell'attivo fisso e viene ammortizzato in base alla durata di utilizzo. Per l'intera durata la somma delle rate di leasing, al netto della quota di interesse, viene riportata nei passivi come debito. Le rate correnti, al netto della quota di interesse, vengono registrate come ammortamento del debito. La quota di interesse viene contabilizzata come costi nel conto economico.

Le imprese quotate in borsa, che redigono il bilancio in base ai principi IFRS, sono tenute a effettuare l'iscrizione all'attivo. Anche le PMI inseriscono sempre più spesso i beni in leasing nel bilancio, in modo da generare trasparenza in merito all'effettivo stato patrimoniale.

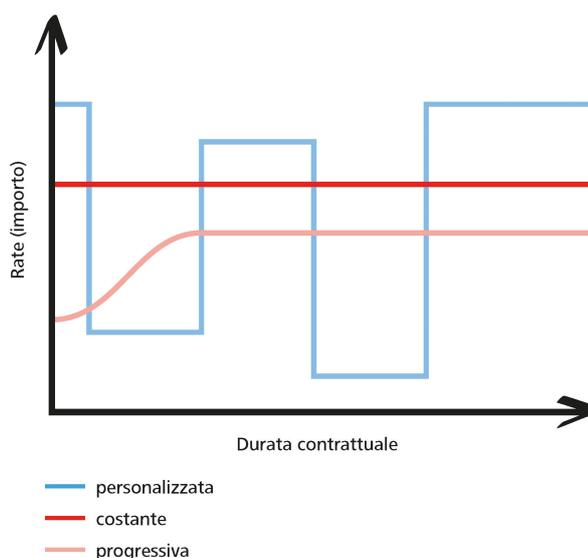
Rate di leasing

Ampia gamma di modelli

Oltre al leasing finanziario classico, in cui le rate di leasing rimangono **costanti** per tutta la durata del contratto e hanno scadenza mensile, esiste ormai un'ampia gamma di modelli di rateazione che consente di adattare la struttura dei pagamenti all'andamento degli affari.

Le rate progressive sono consigliabili quando costi di acquisto e proventi sono distanti nel tempo. All'inizio della durata del contratto si stabiliscono rate di leasing più basse e per la durata residua rate più elevate.

Le rate personalizzate sono adatte soprattutto nei settori con proventi irregolari, quali edilizia, agricoltura o turismo. Sono possibili rate semestrali, trimestrali o stagionali nei mesi con fatturati elevati (p. es. stagione invernale per le ferrovie di montagna).



Durata

Regola empirica: 2/3 del tempo di utilizzo

La maggior parte dei contratti di leasing per beni d'investimento ha una durata compresa tra tre e cinque anni. Di norma i contratti sono concepiti per coprire due terzi della vita economica, quindi il leasing inizia a essere conveniente ben prima della scadenza del contratto. Se contro ogni aspettativa l'oggetto deve essere venduto nella seconda metà della durata contrattuale, ci sono buone probabilità che il prezzo di vendita realizzato sia superiore al valore contabile.



5 vantaggi

Perché il leasing conviene alle PMI

- preserva la liquidità
- genera flessibilità per altri investimenti
- aumenta il margine di manovra finanziario in tempi difficili
- consente investimenti continui migliorando la competitività
- grazie a costi trasparenti e vincolo d'interesse fisso semplifica la gestione del budget e il cash management

Impiegare il leasing con successo

1

Allestite un piano d'investimento globale

Fatevi un'idea generale del fabbisogno di investimenti dei prossimi 12-15 mesi. Questo piano d'investimento dovrebbe essere costantemente aggiornato. Assicuratevi che contenga tutti gli acquisti fissi previsti così come altri potenzialmente necessari. Raramente si dimenticano macchine o apparecchiature di grandi dimensioni; capita invece per veicoli aziendali supplementari, nuovi server, software o la relativa assistenza.

2

Puntate su un sano mix di fonti di finanziamento

Prendete le decisioni in materia di finanziamento tenendo conto delle vostre esigenze d'investimento complessive assieme al vostro consulente bancario. Puntate su un sano mix di fonti di finanziamento: quali oggetti si prestano al leasing, cosa dev'essere finanziato con un credito e quali beni si possono coprire con mezzi propri? Assicuratevi di avere liquidità a sufficienza per eventuali investimenti aggiuntivi o per affrontare situazioni impreviste.

3

Calcolate i costi complessivamente

Non fatevi abbagliare dall'offerta con la rata di leasing più bassa. Solo un calcolo complessivo dei costi, che oltre alla somma di tutte le rate comprende anche le spese amministrative e gli oneri di chiusura nonché il valore residuo alla scadenza del contratto, consente un confronto sensato delle offerte di leasing.

4

Stabilite le rate di leasing in base al cash flow

Analizzate il vostro cash flow: quali fatturati vi aspettate e quando? Stabilite le rate di leasing in base alla periodicità delle operazioni giornaliere, al business plan o all'andamento del progetto. Una rata di leasing in sostituzione di un investimento elevato può dar spazio a un margine finanziario inaspettato.

Finanziamento

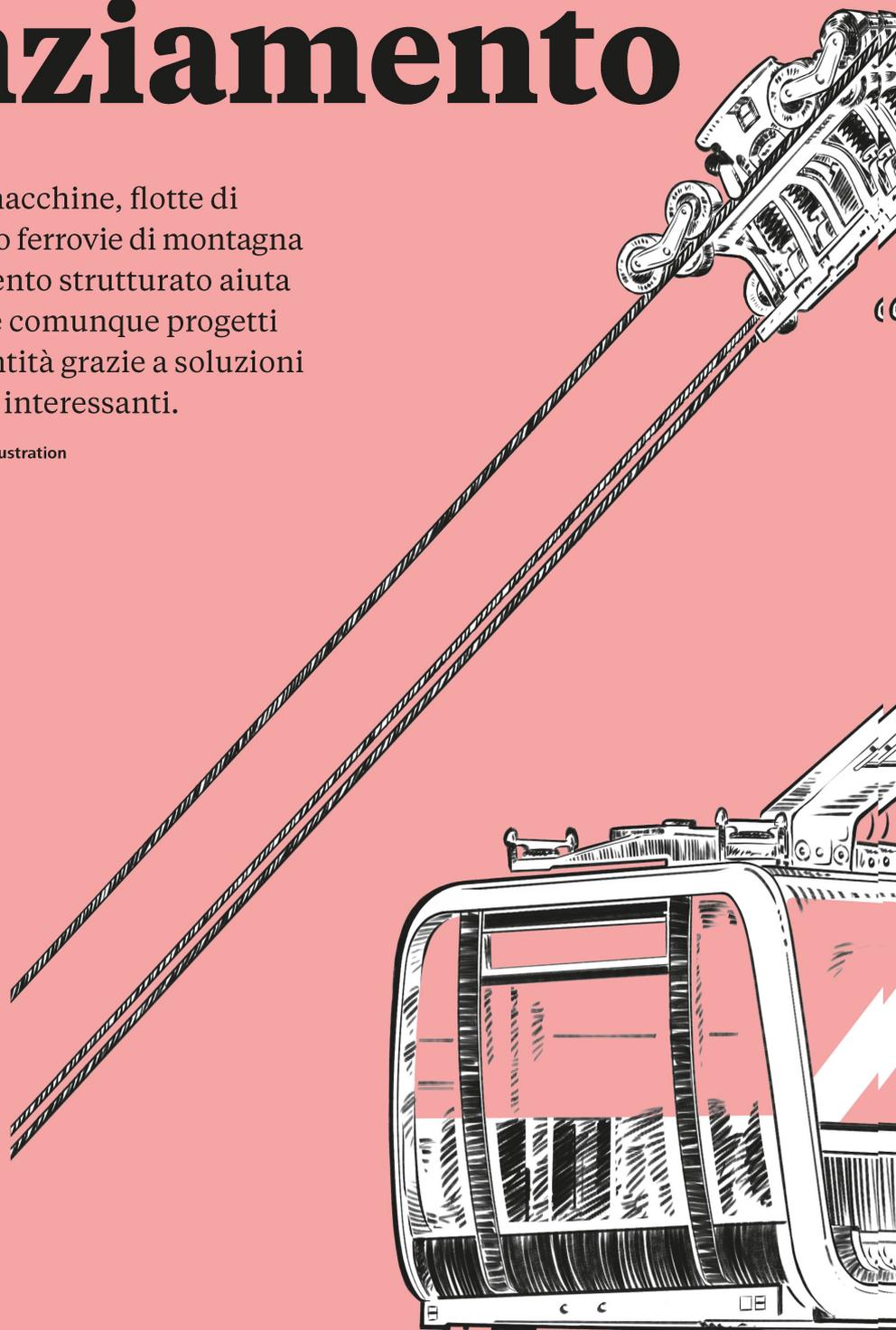
I costi d'investimento per macchine, flotte di veicoli, autobus, tram, aerei o ferrovie di montagna sono cospicui. Il finanziamento strutturato aiuta gli imprenditori a realizzare comunque progetti infrastrutturali di grande entità grazie a soluzioni personalizzate e condizioni interessanti.

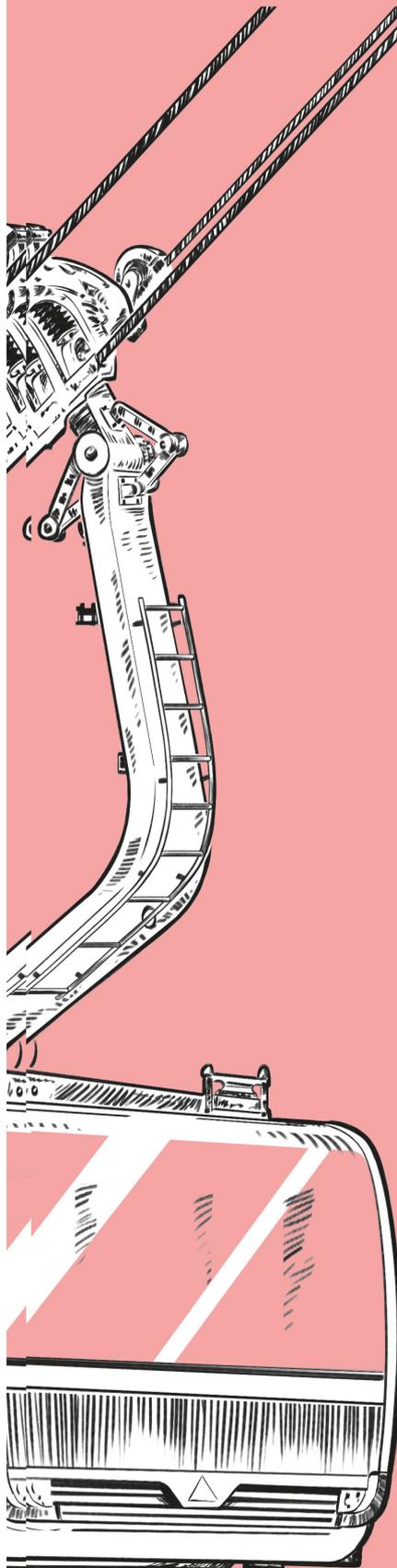
TESTO: Sarah Hadorn ILLUSTRAZIONE: Oculus Illustration

I progetti infrastrutturali ammontano in fretta a diversi milioni. Raramente soluzioni semplici bastano a finanziarli. La combinazione su misura di diversi strumenti di finanziamento, un cosiddetto finanziamento strutturato, può risultare più efficace. Di norma, in questi casi, gli imprenditori si affidano a diversi partner. «Il rischio è così ripartito», spiega Peter Büchi, Responsabile gruppo Vendor-Leasing presso Raiffeisen. «Oltre a una migliore base per mettere insieme i fondi, le imprese godono dei vantaggi dei diversi strumenti di finanziamento.»

Orientati al cash flow

L'individuazione del giusto mix di finanziamenti e la scelta dei partner sono spesso affidati a una grande banca o a un consulente finanziario indipendente, che si focalizza sulle esigenze individuali del cliente. «Un ulteriore grande vantaggio del finanziamento strutturato è proprio quello di non essere un prodotto di massa», continua Büchi. In base al progetto, ma anche alla situazione dell'impresa, è possibile optare per crediti commerciali, sovvenzioni statali, capitali propri o private debts (prestiti di privati o imprese). Un ruolo importante nel finanziamento spetta inoltre al leasing (si veda l'esempio concreto). «Le imprese traggono vantaggio tra l'altro dal vincolo d'interesse fisso; altri strumenti presentano vantaggi di-





versi», sostiene Büchi. «I partner vengono scelti in base al know-how specializzato, ma ovviamente anche ai parametri di finanziamento: condizioni interessanti, durate adeguate o modalità di pagamento personalizzate.»

Il finanziamento strutturato è inoltre orientato al futuro, ossia ai futuri proventi attesi dal progetto infrastrutturale finanziato. Con essi saranno rimborsati i diversi crediti dei finanziatori. «Questo rafforza ulteriormente l'orientamento individuale al cliente», chiarisce Büchi. Il collegamento ai futuri flussi di pagamenti spiega anche la grande importanza del leasing. «Di per sé è una delle caratteristiche del leasing beni di investimento», afferma Büchi. «Pertanto, il leasing non può mancare in un mix strutturato di finanziamenti.» Premesso, ovviamente, che il progetto da finanziare comprenda anche beni mobili che possono essere presi in leasing. Vi rientrano, ad esempio, il materiale rotabile ferroviario, le gondole della funivia, macchine battipista o imbarcazioni, ma non le rotaie o le stazioni della funivia.

Contratti complessi

Il finanziamento strutturato comporta ovviamente anche specifiche sfide. Il gran numero di parti coinvolte nonché le dimensioni e la lunga durata dei progetti, ad esempio, rendono necessari complessi accordi contrattuali. Spesso viene costituita una società di progetto o di scopo, che funge da debitrice, nella quale confluiscono i beni patrimoniali da finanziare.

Esempio concreto: Zermatt Bergbahnen AG

Per la stagione invernale 2018/2019 Zermatt Bergbahnen AG ha integrato una funivia a va e vieni esistente con una funivia trifune completamente nuova sul Piccolo Cervino, allo scopo di creare un collegamento senza soluzione di continuità. Costo totale: 65 milioni di franchi. I costi sono stati ripartiti approssimativamente al 50 per cento su elementi edili fissi e impianto di risalita elettromeccanico. Ecco come l'azienda ha finanziato il progetto infrastrutturale:

Elementi edili fissi:

Le spese di costruzione delle fondazioni dei piloni e delle stazioni a valle e a monte sono state finanziate da Zermatt Bergbahnen AG in parte con fondi propri e in parte con un anticipo fisso, per il quale sono stati fissati interesse e durata. L'anticipo ammonta a 10 milioni di franchi e verrà rimborsato in 10 anni con 1 milione all'anno.

Impianto elettromeccanico:

L'impianto elettromeccanico comprende tutto il materiale tecnologico dell'impianto di risalita con sistema di controllo e azionamento, le funi e le gondole nonché i piloni. Per questa parte del progetto Zermatt Bergbahnen AG ha stipulato con Raiffeisen un contratto di leasing della durata di 12 anni. Per consentire di pagare le rate nel momento di maggior fatturato, le parti hanno concordato un modello di rimborso in cui i pagamenti dovranno essere effettuati solo da gennaio a maggio (leasing stagionale). Nella stagione estiva più tranquilla le rate sono sospese.

su misura

Continuare a condividere?



Mio figlio maggiore ha quasi 24 anni e non ha la patente, cosa astrusa alla sua età per me e la mia generazione, figli dell'era del fossile. Dice che a Zurigo non serve, ed effettivamente non ha tutti i torti. Sta, però, ancora studiando e può darsi **che con il reddito anche le esigenze crescano**, o almeno credo. Dopotutto anch'io ho passato un periodo in cui pensavo che non avrei mai avuto bisogno di una macchina e in cui mi preoccupavo di piogge acide, buco dell'ozono e deforestazione.

Eppure, fin da bambino, ho sempre associato la macchina all'idea di libertà. E, da vero appassionato di auto qual ero, conoscevo a memoria le prestazioni tecniche dei vari modelli. A mio figlio non potrebbe importare di meno. Se mai ha bisogno di un mezzo di trasporto personale, contatta un amico automunito. E se vuole andar lontano prenota un volo economico che lo porta ovunque voglia recarsi, cosa che noi, un tempo, non ci saremmo mai potuti permettere. **La mobilità di oggi è tutt'altra cosa rispetto al passato.** E anche se non sappiamo ancora come sarà domani, almeno una cosa è certa: cambierà ancora.

Uno dei motivi di questo fenomeno è senza dubbio la costante trasformazione delle economie a seguito del **progresso tecnologico**. Già ai tempi in cui ero studente se ne parlava in ogni libro di testo; con la digitalizzazione, poi, ha avuto un'evidente accelerazione. Magari oggi non si ha (più) un'auto per famiglia, ma i cellulari sono almeno due. La nostra quotidianità è ormai dominata dagli smartphone, e non solo quella. Alcuni di noi sono letteralmente schiavi della reperibilità digitale 24 ore su 24.

Normalmente, tendenze come queste si arrestano, o addirittura cessano, solo in risposta a uno **shock esogeno**, come l'attuale pandemia di coronavirus. Chi avrebbe mai pensato che un virus, di cui non sappiamo ancora se e quali conseguenze a lungo termine avrà sulla nostra economia, ci avrebbe sottratto mezza primavera? Il coronavirus potrebbe anche cambiare stabilmente le nostre abitudini. In

seguito alla pandemia, infatti, sovraturismo e «vergogna di volare» sono stati rimpiazzati, quasi in un attimo, da crisi del turismo e divieti di volo.

Nessuno sa quanto durerà, ma **forse questa volta sarà diverso** dagli shock esogeni del passato. Le crisi petrolifere ci hanno portato a rallentare, ci hanno sensibilizzati alle questioni ambientali e hanno innescato innovazioni tecnologiche quali catalizzatori, motori più efficienti e la ricerca di tecnologie di propulsione alternative. Ma tutto sommato non sono stati cambiamenti duraturi, visto che oggi il petrolio la fa (ancora) da padrone, sebbene il suo dominio stia scemando.

Come si sa, il cambiamento inizia nella testa e di recente, al telefono con mio figlio maggiore, mi è parso di avvertire un atteggiamento leggermente diverso. Non si sente più del tutto a suo agio in tram o in treno, cerca di evitare le ore di punta e non è più un grande fan della condivisione. Non trova più così «fancy» nemmeno la grande città. Interpreto queste impressioni come una **messaggio in discussione della sharing economy** e dell'urbanizzazione apparentemente inarrestabile. Può darsi che sia solo un breve periodo di purificazione, come quando all'epoca, la domenica, andavamo in bici sulle strade nazionali. Ma forse è qualcosa di più.

Martin Neff

Economista capo Raiffeisen Svizzera

Snobbare la crisi con il marketing digitale

Vetrare per balconi e verande affinché servano da spazio abitativo e migliorino al contempo l'isolamento termico: Arthur Müggler ha trovato l'idea talmente accattivante da integrarla, tempo fa, nel suo modello aziendale. Oggi punta sul marketing digitale per ovviare alle attuali difficoltà del settore. Una scelta interessante, specialmente ai tempi del coronavirus.

TESTO: Sarah Hadorn
FOTO: Daniel Ammann

Arthur Müggler è abituato a recepire le novità: «Il nostro settore ha subito enormi mutamenti», spiega il 59enne. Esperto in copertura dei tetti, 30 anni fa ha rilevato l'azienda di famiglia specializzata in involucri edilizi. Da allora le novità non si sono fatte mancare: «I moderni materiali isolanti, per esempio, azzerano quasi la dispersione di calore attraverso l'involucro dell'edificio», spiega Müggler.

Un altro nuovo sistema ideato per migliorare l'efficienza energetica degli edifici consiste nel munire di vetrate balconi e verande. Quando l'ha scoperto, 18 anni fa, Müggler ha reagito con grande entusiasmo: «Le vetrate trattengono il calore, riducendo il fabbisogno energetico dell'abitazione», spiega l'imprenditore originario della Valle del Reno «e chi vi abita ha una stanza in più anche se fa brut-

«Il consiglio dell'agenzia digitale giusta mi è stato già utilissimo.»

Arthur Müggler, titolare e direttore di Arthur Müggler AG

to tempo». Müggler ha quindi ampliato il suo modello aziendale offrendo anche vetrate per balconi e verande del marchio «Cover». Si tratta di sistemi prefabbricati personalizzabili. «Così i costi della vetratura risultano relativamente contenuti», sottolinea l'imprenditore.

Fiere annullate a causa del coronavirus

Tuttavia, da un anno ormai, il settore non brilla. I motivi, secondo Müggler, sono il forte aumento della concorrenza e l'impossibilità di raggiungere un numero sufficiente di interessati. Finora il marketing di Müggler puntava essenzialmente su passaparola e fiere aperte al pubblico, cancellate, quest'anno, a seguito del coronavirus. Un'emergenza che rischia di dare il colpo di grazia all'intero settore. «Quindi mi sono detto: o prendo il toro per le corna o dovrò rinunciare a questo pilastro aziendale», racconta. L'imprenditore della Svizzera orientale ha deciso di passare →

Spotlight

all'attacco e si è rivolto al Raiffeisen Centro Imprenditoriale (RCI) di Gossau.

Durante il colloquio con il consulente RCI Tobi Frei, è emersa presto la necessità di ricorrere al marketing digitale per incrementare le vendite. «È un'opzione molto interessante soprattutto per le PMI che hanno un budget pubblicitario limitato», spiega Frei. «Oggi, infatti, Internet consente di raggiungere i potenziali nuovi clienti con costi ridotti e soprattutto in modo mirato.» Per fare un esempio, si possono delimitare gli interessati geograficamente o raggrupparli in base a specifici eventi della vita, come la ristrutturazione dell'abitazione. «Già con piccoli importi si ottengono grandi risultati», conclude Frei.

Target e strategie di ricerca

In concreto Arthur Müggler si affida innanzitutto a una campagna digitale. I potenziali clienti vengono contattati in modo mirato tramite Internet proprio nel momento in cui sono alla ricerca di un'offerta adeguata. L'obiettivo è condurre gli

interessati al sito web dell'imprenditore, in modo da incrementare le vendite di vetrate per balconi e verande. «Per avere successo, tuttavia, occorre prima aver chiaro l'obiettivo del gruppo target online, e le strategie di ricerca digitali adottate», aggiunge Frei. Con l'aiuto del consulente RCI, Müggler ha descritto nei dettagli, in un piano di marketing, i gruppi di clienti prescelti e le rispettive esigenze.

Misurabilità del marketing online

Per l'attuazione della campagna, l'RCI ha messo in contatto Arthur Müggler con un'agenzia specializzata in performance marketing. «Già questo mi è stato utilissimo», precisa l'imprenditore che, dopo un periodo di otto settimane, potrà verificare anche l'efficacia delle misure assieme all'agenzia e all'occorrenza aggiustare il tiro. Infatti, un ulteriore vantaggio del marketing digitale è la sua misurabilità: «Se un intervento non ottiene l'effetto desiderato, si può correggerlo rapidamente: l'efficienza di queste campagne è quindi nettamente più elevata», spiega Frei.

In futuro Arthur Müggler non si limiterà però a monitorare autonomamente le campagne online, ma ne lancerà di nuove: sta già pensando a un proprio canale YouTube e a fiere virtuali. Favorire il self empowerment: questo è l'obiettivo dell'RCI. Niente di trascendentale per Müggler: semplicemente un'altra novità in cui avventurarsi, nella misura in cui lo riterrà opportuno.



Arthur Müggler (a sinistra) punta a incrementare le vendite di vetrate per balconi e verande.



Arthur Müggler AG Specialisti in involucri edilizi

Arthur Müggler è la quinta generazione alla guida dell'azienda di famiglia, attiva per tradizione nella copertura di tetti. Oggi l'impresa, con sede ad Altstätten (SG), impiega 25 collaboratori ed è specializzata in involucri edilizi: da ben 18 anni, quale partner della SIO AG di Olten, Arthur Müggler si occupa di vendita e montaggio di vetrate per balconi e verande. Offre inoltre servizi di costruzione, ristrutturazione, manutenzione e riparazione per tetti e facciate, con particolare attenzione a impermeabilizzazione e isolamento. Il terzo pilastro dell'impresa è la consulenza energetica.

Agilità grazie al leasing

Il leasing preserva la liquidità e offre la flessibilità necessaria per investimenti continui. Così mantenete il vostro margine di manovra anche in periodi difficili e rafforzate la vostra competitività, come dimostra la forte domanda di leasing anche durante la pandemia di coronavirus.

Una su tre

imprese in Svizzera utilizza il leasing come strumento di finanziamento. E una su otto sceglie il Vendor-Leasing come strumento di distribuzione.

Fonte: BAKBASEL/FHNW (Leasing for Growth)



Per quasi 6.1 miliardi

di franchi le imprese svizzere hanno preso in leasing nuovi beni nel 2019. L'incremento più elevato di volume si registra nella tecnologia medica (+20%), seguita dai veicoli a uso commerciale (+14%).

Fonte: Associazione svizzera delle società di leasing ASSL

4 modelli di rateazione

fanno del leasing uno strumento di finanziamento estremamente flessibile. Oltre alle rate di leasing lineari, esistono anche modelli stagionali e progressivi basati sul cash flow. Leggermente meno diffuse sono le rate decrescenti. Inoltre vi è una gamma sempre più ampia di soluzioni speciali personalizzate, quali il «pay as you use» o il leasing operativo.

Soluzioni per gli imprenditori

raiffeisen.ch/imprenditori