



Con noi per nuovi orizzonti

No plan – no business

Semplice, rapido e professionale:
allestite il vostro business plan con
il «Business Navigator» Raiffeisen

Introduzione	2
Che cos'è un business plan?	3
Perché creare un business plan	4
Struttura e contenuti	5
Aspetti formali	8
Lista di controllo	9
Errori frequenti	11
«Business Navigator»	12
Suggerimenti per colloqui bancari	13
Punti di riferimento utili	14
Avanti tutta con il piano	15

RAIFFEISEN

Introduzione

Gentili clienti,

siete sul punto di costituire una vostra impresa o di ampliare la vostra attività? In questi casi un business plan è praticamente indispensabile. Noi vi aiutiamo a realizzarlo. Nelle pagine seguenti abbiamo raccolto per voi le informazioni più importanti affinché siate pronti a compiere il grande passo.

Per creare il vostro business plan vi consigliamo il software «Business Navigator», scaricabile dal sito www.raiffeisen.ch/i/businessplan. Vi risparmierà una notevole mole di lavoro, aiutandovi in modo semplice e rapido a realizzare un business plan professionale. Per qualsiasi domanda saremo lieti di offrirvi come di consueto la nostra assistenza. Perché con noi si aprono nuovi orizzonti, per il vostro successo negli affari e il vostro futuro imprenditoriale.

Vi facciamo i nostri migliori auguri; buon divertimento con il vostro business plan!

Che cos'è un business plan?

La bussola per la vostra impresa.

Da tempo avete il desiderio, un'idea geniale e soprattutto il coraggio di diventare autonomi costituendo una vostra impresa? Il primo passo da compiere allora è creare un progetto d'impresa, detto anche business plan. Anche una nuova strategia aziendale o l'acquisizione di nuovi campi di attività richiedono una pianificazione seria, un business plan con il quale potrete salvaguardarvi affrontando tutte le questioni fondamentali che sorgeranno in relazione al progetto. Il business plan, ad ogni modo, è importante per riuscire ad organizzare con successo il futuro dell'impresa.

Il business plan fornisce informazioni concrete su:

- il progetto imprenditoriale e l'idea di business
- le opportunità e le minacce della situazione di mercato
- i punti di forza e i punti deboli dell'impresa
- la strategia perseguita dall'impresa
- le relative conseguenze e misure
- il fabbisogno finanziario a medio termine e la sua copertura

Spesso un business plan ben strutturato è il primo investimento di un'impresa, ma è uno sforzo che ripaga perché rappresenta il mezzo ideale di pianificazione e comunicazione per realizzare con successo un progetto di business.

Ad assistervi durante la creazione del business plan ci sarà un software apposito, il «Business Navigator», uno strumento fondamentale che ha già aiutato alcune migliaia di imprese ad avviarsi in condizioni ottimali. Di seguito vi illustreremo i vantaggi apportati dal «Business Navigator» fornendovi anche suggerimenti sul suo impiego.

Perché creare un business plan

Affinché gli altri comprendano il vostro progetto.

Chi chiede un finanziamento bancario, chi cerca investitori o partner commerciali che condividono con entusiasmo il proprio progetto aziendale ha bisogno di un business plan ben elaborato. In tal modo i potenziali finanziatori e gli altri interessati ottengono una visione d'insieme del progetto, di cui si avvalgono come base decisionale.

Chi pensa che un business plan non sia altro che una montagna di cifre, sbaglia. Perché è molto di più: il business plan vi costringe a un confronto approfondito con il vostro progetto di business, a formulare intenzioni e a ricavare strategie chiare dalle vostre idee. E tutto ciò per poter prendere alla fine le decisioni giuste per la vostra azienda. Il business plan costituisce, per così dire, le solida fondamenta della vostra impresa, al pari di un progetto di costruzione per una casa che non deve crollare in un secondo momento.

Con un business plan ben elaborato create fiducia presso i vostri interlocutori. E la fiducia è il punto di partenza per una collaborazione di successo.

Se è la prima volta che siete alle prese con un business plan, la sua stesura richiederà un po' di tempo prima che possiate fissare su carta, in modo chiaro e comprensibile, ciò che avete in mente. Il «Business Navigator», grazie al suo facile utilizzo, vi aiuterà a concentrarvi sull'essenziale e a progredire più rapidamente. Vi seguirà inoltre passo per passo in tutte le tematiche di rilievo impedendovi di dimenticare aspetti importanti.

Il business plan si impiega nelle seguenti situazioni:

Decisione fondamentale

- Preparazione ad un'eventuale autonomia
- Pianificazione delle fasi di espansione (per es. nuovi campi di attività)

Ricerca di partner

- Investitori e finanziatori
- Partner strategici

Finanziamento

- Rafforzamento della base del capitale proprio
- Acquisizione o accrescimento di capitale di terzi
- Finanziamento della crescita e dell'espansione

Acquisto e vendita di imprese

- Regolamentazioni della successione e management buyout
- Acquisto e vendita da/terzi

Management

- Persuasione di nuovi dirigenti ad entrare nell'impresa
- Creazione di un «vincolo» tra management e strategia futura

Struttura e contenuti

Inserite tutto, vi servirà in seguito.

Soltanto un business plan esaustivo, contenente tutte le informazioni più rilevanti e con una struttura chiara risulterà, al momento della lettura, convincente. Si tratta di un fattore importante a prescindere dalla persona che state cercando: finanziatori, investitori o partner.

*Pensateci:
la prima impressione è quella che conta.*

Il «Business Navigator» vi aiuta a non smarrire mai la strada durante la creazione del vostro business plan. Grazie alla sua struttura chiara, alla fine potrete disporre di una presentazione ben comprensibile e convincente, con la quale impressionerete i vostri destinatari.

Un business plan convincente si compone dei seguenti elementi principali, che andremo successivamente a illustrare:

- Sintesi (management summary)
- Analisi
- Strategia
- Misure
- Finanze (calcoli preventivi)

Al business plan va inoltre allegata tutta la documentazione che potrebbe persuadere ulteriormente il vostro partner, come per esempio calcoli preventivi dettagliati, analisi, opuscoli, ecc ...

Nella stesura del business plan tenete conto dei seguenti aspetti:

- Orientamento al destinatario: il lettore deve comprendere le vostre aspettative e le argomentazioni fondamentali che adducete per persuaderlo ad assumersi un impegno.
- Verificabile: le vostre asserzioni devono essere comprensibili, non complicate e ben fondate.
- Struttura: il vostro business plan deve avere una struttura logica e una presentazione convincente.

Dritti al punto – il management summary

Gli aspetti più importanti del business plan sono raccolti in una breve sintesi iniziale. In un massimo di due pagine il destinatario apprende ciò che per voi conta di più.

Le intenzioni alla base del progetto devono quindi essere chiare. Inserendo asserzioni concrete e concise susciterete l'interesse del vostro interlocutore. Nel management summary andate dritti al punto rispondendo alle domande essenziali in modo sintetico e preciso:

- Perché avete creato il business plan?
- Cosa volete ottenere?
- Qual è la vostra idea di business?
- Come la concretizzate?
- La vostra idea di business è facilmente copiabile?
- Quali sono i vostri servizi di mercato?
- A chi e come vengono venduti tali servizi?
- Come è progredita la vostra impresa fino a questo momento (storia dell'azienda)?
- Quanto è il potenziale di crescita del mercato?
- Quale forma giuridica ha la vostra impresa?
- Chi sono i dirigenti e qual è il loro bagaglio di esperienze?
- Chi sono i vostri partner strategici?
- Perché, considerando opportunità e rischi, credete di essere vincenti?
- A quanto ammonta il fabbisogno finanziario e a che scopo sarà impiegato il capitale necessario?

Scrivere poco per dire molto è un'arte. Il «Business Navigator» vi aiuta ad essere sintetici.

Qui troverete un modello di business plan e ulteriori informazioni.

Curve sempre esatte – le analisi con cui conquistare il mercato

Un'altra sezione del business plan è dedicata alla vostra offerta di prodotti e/o servizi, al mercato, ai clienti e ai concorrenti.

Chiedersi quali siano i punti di forza e i punti deboli dell'impresa, le opportunità e le minacce presenti nel rispettivo ambiente di mercato è indispensabile per rispondere adeguatamente. Lo scopo di tale operazione è raccogliere i fatti rilevanti quale base della pianificazione strategica per ricavarne i passi successivi da compiere. Un'analisi significativa mostrerà all'interessato che conoscete e capite il vostro mercato, ne vedete il potenziale e avete individuato anche eventuali ostacoli.

I seguenti elementi rientrano nella sezione dedicata all'analisi, anche detta analisi SWOT (analisi dell'ambiente di mercato):

- Analisi della clientela: descrivete chi sono i vostri (potenziali) clienti approfondendo il più possibile le loro esigenze. Possono esservi utili come fonte le pagine web di tali clienti o, ancora meglio, i colloqui personali con persone importanti per il vostro business.
- Analisi di mercato: analizzate i segmenti di mercato e i canali di distribuzione. Delimitate la vostra offerta rispetto ai prodotti e ai servizi della concorrenza.
- Analisi dei partner: illustrate il rapporto di collaborazione e dipendenza instaurato con i vostri partner.
- Analisi della concorrenza: state pragmatici. Concentratevi sui concorrenti più diretti e presentate la loro offerta, descrivendone anche i vantaggi o gli svantaggi derivanti dalla concorrenza.

Analisi delle proprie risorse

Nell'analisi della vostra impresa, avviata o solo pianificata, vanno inoltre inserite indicazioni in merito ai processi operativi, alla struttura della clientela, all'offerta dei servizi, all'infrastruttura e alla redditività.

Il «Business Navigator» vi aiuta a creare liste e a interpretare i fatti. Con pochi clic potrete elaborare analisi della concorrenza e molto altro ancora. In questo modo non solo avrete tutto perfettamente sotto controllo, ma centrerete anche l'obiettivo di persuadere con la vostra presentazione.

La vostra unicità vi differenzia nettamente – la strategia per il vostro successo

Il fulcro della strategia imprenditoriale sono le posizioni strategiche di successo, che vi permettono di stabilire come differenziarvi e distinguervi dai vostri concorrenti diretti. La buona riuscita di una strategia si basa sulle opportunità e le minacce individuate nell'ambiente di mercato e sui punti di forza e sui punti deboli dell'impresa analizzati.

Ponetevi quindi le seguenti domande:

- Cosa rende unica la vostra impresa?
- Dove vi posizionate in modo chiaro diversamente dalla concorrenza?
- Quali specifici vantaggi ne ricava la clientela?

Indicate quali priorità strategiche fissate in merito a:

- Struttura della clientela, mercati target (segmenti, nicchie)
- Mercati geografici
- Elementi esterni di influenza

Definite infine gli obiettivi di crescita che intendete realizzare nei prossimi anni.

Sulla nostra pagina web troverete alcuni clienti Raiffeisen che hanno già utilizzato il «Business Navigator» con grande successo.

Per un avvenire roseo – misure per un business fiorente

Riuscire ad attuare la vostra strategia richiede un piano di misure ben strutturato.

Concentratevi sui seguenti aspetti:

- Marketing/Vendita: quale politica dei prezzi adottate? Attraverso quali canali vendete i vostri prodotti/servizi? Con quali mezzi di comunicazione lavorate?
- Infrastruttura: quali mezzi vi occorrono per assicurarvi il trattamento del mercato?
- Risorse del personale: a quante persone date impiego?

Successivamente determinerete gli investimenti indispensabili per realizzare i vostri progetti.

Piano di misure: siate pratici. Indicate, per esempio, quando volete lanciare la vostra campagna di annunci o assumere un nuovo collaboratore. Il «Business Navigator» mette a vostra disposizione apposite maschere di inserimento elaborate su misura.

Affinché le cifre rosse e nere non vi riducano al verde – la pianificazione finanziaria

Il caro denaro ... senza purtroppo il vostro business non potrebbe sopravvivere. Il piano finanziario è dunque il vero cuore pulsante del business plan. Non solo perché potenziali finanziatori e investitori riescono da qui a capire se il progetto è valido, ma soprattutto perché vi sono rispecchiate le varie riflessioni fatte sull'impresa. Dal piano finanziario si evince se l'intero business plan presenta la necessaria consistenza e i dati sono di per sé convincenti.

Il piano finanziario si compone di diverse sezioni.

Ne fanno parte:

- una pianificazione del fatturato
- un progetto d'investimento e una pianificazione dettagliata dei costi
- un conto economico preventivo
- un bilancio preventivo
- una pianificazione della liquidità (piano di tesoreria)

Al lettore deve essere immediatamente chiaro l'ammontare del capitale necessario nonché su quali proventi e andamenti finanziari a lungo termine poter contare.

Con il «Business Navigator» avete la panoramica completa delle vostre finanze. Per il futuro potrete inoltre calcolare senza problemi vari casi esempio, ottimizzando di volta in volta le vostre cifre. Grazie a grafici esplicativi, realizzati in pochi istanti con il «Business Navigator», potrete anche visualizzarli in una formato accattivante.

Aspetti formali

L'occhio vuole la sua parte.

Oltre al contenuto, rivestono un ruolo altrettanto significativo anche la forma e l'elaborazione. L'importante è creare una suddivisione logica e un indice dei contenuti comprensibile. È inoltre indispensabile separare nettamente le proprie opinioni e considerazioni personali dai fatti nudi e crudi, che vanno corredati dall'indicazione delle fonti.

Occorre evitare espressioni tecniche correnti e un gergo specialistico. Sebbene possa sembrare banale, un'ortografia corretta e una forma limpida e accattivante sono essenziali, perché in fin dei conti anche la prima impressione conta.

Va inoltre aggiunto che il business plan non deve essere consegnato come un insieme di fogli sciolti; fatelo piuttosto pinzare o rilegare. Il documento elettronico è disponibile in formato pdf.

Non dimenticate di fornire anche allegati importanti: curriculum vitae, articoli apparsi sui media, opuscoli, fascicoli su brevetti, analisi dettagliate ecc... che valorizzano il vostro business plan.

Il «Business Navigator» vi aiuta a sintetizzare al massimo, ma senza tralasciare niente. Grazie alla pratica funzione di esportazione in un file Word avrete come risultato un documento ordinato e personalizzato a vostro piacimento.

Lista di controllo

Meglio un controllo prima che un tracollo poi.
Ecco come ultimare il vostro business plan.

Se avete elaborato il vostro business plan, grazie alla nostra lista di controllo potrete effettuare un'ulteriore verifica. Le caselline a fianco vi forniranno informazioni sugli ambiti ancora perfezionabili o carenti.

Sintesi	++	+	-
Situazione di partenza e idea di fondo			
Obiettivi			
Fabbisogno finanziario e scopo			
Autore/forma giuridica	++	+	-
Dati personali			
Formazione			
Carriera professionale			
Referenze			
Forma giuridica inclusi i rapporti di partecipazione			
Storia dell'azienda			
Organizzazione esistente			
Analisi	++	+	-
Struttura e andamento di mercato			
Analisi di potenziali clienti importanti			
Analisi della concorrenza			
Analisi dei fornitori			
Analisi dell'infrastruttura, dell'ubicazione			
Analisi dei processi operativi			
Analisi dell'offerta dei servizi			
Analisi della redditività			
Concezione imprenditoriale e di marketing	++	+	-
Visione			
Mercato geografico			
Offerte di prodotti e servizi			
Gruppi target			
Posizionamento			
Obiettivi di fatturato e crescita			
Pianificazione delle tempistiche			

Pianificazione di marketing	++	+	-
Servizi supplementari			
Definizione dei prezzi			
Vendita			
Pubblicità, PR, promozione delle vendite			
Distribuzione			
Pianificazione dell'infrastruttura	++	+	-
Organizzazione e infrastruttura			
Pianificazione del personale			
Risk management			
Fornitura e acquisti			
Produzione			
Controlling			
Garanzia di qualità			
Calcoli preventivi	++	+	-
Pianificazione del fatturato			
Pianificazione degli investimenti			
Conti economici preventivi			
Bilanci preventivi			
Pianificazione della liquidità			
Piano del fabbisogno di capitale			
Finanziamento	++	+	-
Capitale proprio			
Capitale di terzi necessario			
Oggetti del leasing			
Garanzie			
Allegati	++	+	-
Risultati d'esercizio			
Calcoli preventivi dettagliati			
Portafoglio ordini			
Analisi dettagliate e concezioni			
Piano di attuazione			
Ritratto dell'azienda/opuscoli			
Relazioni dei media			
Curriculum vitae			
Contratti importanti			
Documenti di finanziamento			

Se avete considerato tutti gli aspetti, è utile porsi anche le seguenti domande:

- Si possono raggiungere gli obiettivi di fatturato prefissati con le misure di marketing che si sono definite?
- Le modifiche all'infrastruttura vanno di pari passo con la crescita?
- Sono stati presi debitamente in considerazione tutti i costi per il marketing e l'infrastruttura?
- La pianificazione delle tempistiche è realistica?
- La liquidità corrisponde alla crescita pianificata?
- Quali rischi si corrono? Si possono ridurre ulteriormente?

Se siete in grado di dare una risposta univoca e convincente a queste domande, siete sulla strada migliore verso il successo. Il vostro business plan è ben elaborato e pronto per i vostri gruppi di destinatari. Sulla nostra pagina Internet troverete inoltre alcuni modelli di business plan da scaricare.

Bisogna ammetterlo, elaborare un business plan perfetto è un'impresa impegnativa, specialmente se è la prima volta. Ma ne vale la pena! Una volta raggiunta la vetta, anche se con un po' di fatica, avete le migliori prospettive. Fatevi coraggio e passate all'azione. Con il «Business Navigator» avete a disposizione uno strumento geniale per ottenere in modo più semplice e rapido un business plan professionale.

Errori frequenti

Dimenticato niente?

Anche se avete considerato tutto, vi consigliamo di effettuare un'ulteriore verifica complessiva del vostro business plan ed eventualmente di modificarlo. Abbiamo creato per voi questa lista con i sei errori più frequenti:

■ **Troppo sviluppato**

Sintetico è meglio! Un buon business plan non è composto da 100 pagine di documentazione, ma da 30 al massimo. Utilizzate un linguaggio comprensibile e significativo.

■ **Incompleto**

Date peso a ciascuna sezione del business plan importante per i vostri destinatari. In questa operazione la nostra lista di controllo vi sarà d'aiuto. Un'elaborazione significativa di ciascun aspetto incrementerà anche l'efficacia della vostra concezione complessiva.

■ **Contraddizioni interne**

Il vostro business plan deve essere assolutamente concludente. Nessuna questione fondamentale deve rimanere sospesa. Sottoponete il vostro documento a una persona esterna per verificarne la comprensibilità.

■ **Concezione di marketing assente o insufficiente**

Nemmeno i prodotti migliori si vendono se i vostri clienti non li conoscono. Mettete a punto una strategia efficace di marketing per pubblicizzare la vostra offerta e i vantaggi che ne derivano.

■ **Desideri misti a realtà**

Bisogna ammetterlo, gli imprenditori sono visionari e hanno bisogno di sognare, ma hanno bisogno anche di una buona dose di autocoscienza. Peccare di presunzione e ottimismo, invece, non è prova di professionalità. Dopo tutto volete infondere fiducia e consenso nel destinatario del vostro business plan.

■ **Intenzioni non desumibili**

Gli scopi perseguiti con il vostro business plan devono essere chiari ed evidenti. Altrimenti il vostro progetto va a scemare rendendo vano l'intero lavoro svolto. Non perdete mai di vista il vostro obiettivo e tenete sempre presenti le persone cui è indirizzato il business plan.

«Business Navigator»

Il software che vi conduce alla meta
in modo rapido, sicuro ed efficace.

Alcuni dei vantaggi del «Business Navigator» li abbiamo già illustrati. Grazie a questo software, in modo rapido e semplice avrete un business plan professionale che soddisfa qualsiasi pretesa e con cui risulterete convincenti agli occhi dei vostri finanziatori.

È così facile da usare che bastano pochi semplici passaggi: inserite i vostri dati e otterrete un business plan perfettamente formattato in formato Word, con tutti i dati dell'impresa inseriti e la garanzia che siano corretti. Per il vostro lavoro potete ricorrere a dei modelli che vi indicheranno a che punto inserire quali contenuti. Tutte le cifre inserite, inoltre, potranno essere automaticamente convertite in grafici accattivanti ed integrate nel vostro business plan.

Particolarmente pratico

Il «Business Navigator» è di aiuto a qualsiasi tipo di persona: giovani imprenditori e PMI di ogni dimensione e settore. Ne trarrete benefici sia che muoviate i primi passi verso l'autonomia, sia che vogliate aprire un nuovo campo di attività. E non solo, perché il software è perfetto anche per pianificare in seguito il futuro della vostra impresa. Vi consentirà infatti di verificare e calcolare scenari e alternative diversi, per un business plan sempre aggiornato.

Standard o professional, scegliete la vostra versione di successo

Il «Business Navigator» è lo standard per un business plan professionale ed è disponibile in due versioni: standard o professional, a seconda delle dimensioni dell'impresa e dello scopo perseguito. Ecco una breve descrizione per scoprire quale versione è più adatta a voi.

Standard

La versione standard Raiffeisen, sviluppata in collaborazione con le Banche, è destinata ai piccoli e ai giovani imprenditori che desiderano mettere su carta le proprie idee, ad esempio per richiedere un semplice finanziamento di crediti presso la loro banca di fiducia.

Professional

La versione professional è particolarmente adatta a imprenditori ambiziosi che avranno così uno strumento efficiente per documentare i loro complessi progetti di start up. Per esempio per la ricerca di investitori professionisti oppure per costituire un nuovo campo di attività in un'impresa già affermata.

Sulla nostra pagina Internet troverete una tabella che vi consentirà di valutare la versione che fa al caso vostro.

Volete iniziare subito a lavorare al vostro business plan? Allora scaricate dal sito www.raiffeisen.ch/businessplan il «Business Navigator».

Suggerimenti per colloqui bancari

Come risultare convincenti.

Dopo la stesura del vostro business plan seguono i colloqui con finanziatori o altre personalità chiave che intendete persuadere del vostro progetto. Vi sveliamo dieci preziosi suggerimenti per riscuotere quanto più successo possibile:

- **Preparatevi a fondo al colloquio.**
Riflettete su quali possibili domande potrebbero rivolgervi e sulle eventuali risposte.
- **Assicuratevi di parlare con la persona giusta.**
Vi farà risparmiare tempo e anche nervosismo.
- **Consegnate per tempo al vostro referente il business plan, di modo che anche lui possa prepararsi al colloquio.** L'ideale sarebbe una o due settimane prima.
- **I colloqui con i finanziatori sono questioni riservate al capo, non si possono delegare!** Presentatevi quindi di persona se siete i fondatori o i titolari dell'impresa.
- **Riflettete prima dell'appuntamento su chi dovrebbe accompagnarvi e se è necessario,** per esempio il vostro responsabile delle finanze.
- **Create un ordine del giorno con i punti più importanti da discutere.** Avrete così una guida da seguire durante il colloquio.
- **Definite gli obiettivi** che intendete raggiungere con il colloquio e, prima della sua conclusione, verificate che siano stati compresi o chiariti.

■ **Durante il colloquio mantenete calma e oggettività, anche se l'altra parte ha un'opinione diversa.** La sicurezza dimostrata alla fin fine può persuadere il vostro interlocutore.

- **Al termine del colloquio definite le azioni successive da intraprendere.** A quel punto sarete subito pronti a compiere il passo successivo.
- **Scrivete in seguito un verbale del colloquio e inviatelo al vostro interlocutore proponendo anche le successive azioni da intraprendere.** Soltanto così sarà possibile ricordare quali punti devono essere ancora discussi o chiariti.

Ancora un ultimo suggerimento

Se le cifre o i presupposti per la vostra pianificazione mutano, il «Business Navigator» si adatterà di conseguenza. Il software si può infatti aggiornare continuamente per avere sempre a portata di mano un business plan attuale.

«Il Business Navigator vi aiuta a redigere un documento attraverso il quale potrete comunicare al meglio le vostre idee e i vostri obiettivi».

Dr. Karl Brander, Promozione economica del Canton Soletta

Punti di riferimento utili

La Svizzera vanta un panorama consolidato di start up e PMI nonché una vasta offerta che ruota intorno alla costituzione di aziende e alla crescita imprenditoriale. Beneficiate anche voi dei numerosi servizi a disposizione e informatevi sui programmi di incentivazione e training di vostro interesse.

Perfezionamento professionale e training

- Istituto per neoimprenditori
Workshop su business plan, «La fabbrica delle imprese» con corsi serali, incontri gratuiti per creare una rete di relazioni entusiasmanti tenute in undici diverse località della Svizzera.
- Venturelab
Training nazionale per start up della Commissione per la tecnologia e l'innovazione CTI della Confederazione

Promozione economica e uffici pubblici

- Commissione per la tecnologia e l'innovazione CTI
- Promozione economica cantonale
- SECO – portale sulla creazione di imprese con incluso registro di commercio, IVA, AVS/AI/IPG, LAINF

Centri svizzeri per la tecnologia e i nuovi imprenditori

- Panoramica

Premi per fondatori e promotori

- Venture kick
- Premio per giovani imprenditori Heuberger Winterthur
- Premio di incentivazione della Fondazione W.A. de Vigier
- Venture
- Entrepreneur of the year
- Inno + Swiss
- La vetrina dedicata all'innovazione svizzera

Potrete trovare ulteriori uffici di ricerca qui.

Avanti tutta con il piano

Insieme verso un futuro ricco di successi.

Saremo al vostro fianco come partner nei vostri progetti e vi forniremo ulteriori informazioni per realizzare la vostra impresa proprio come l'avete sempre sognata.

Un consulente competente della vostra Banca Raiffeisen locale rimane a disposizione per rispondere a eventuali domande.

Vi auguriamo buona fortuna nel costruire il vostro successo imprenditoriale.

La vostra Banca Raiffeisen

Le presenti pagine sono state create in collaborazione con l'Istituto per neoimprenditori.
Tutti i diritti sono riservati all'IFJ, in particolare il diritto di copia, diffusione e traduzione.

Maggiori informazioni sono disponibili sul sito

www.raiffeisen.ch/clientelaaziendale