

FORMIKA

l'Associazione dei microimprenditori

### Editoriale

La seconda edizione di Giornale FORMiKA mette l'accento su due iniziative microimprenditoriali femminili. Veramente questo fatto è un caso, in quanto senza fare apposta, alla nostra redazione sono arrivate delle segnalazioni che ci sono piaciute particolarmente. Se la prima edizione di questo giornale era caratterizzata da mestieri piuttosto "maschili" – si parlava di elettricità e di informatica – questa volta approfondiamo il tema dei colori, delle forme, dei sapori e dei viaggi. Temi molto sentiti e vissuti da queste due microimprenditrici. Spontaneamente mi viene in mente una famosa frase dello scrittore Gabriel Garcia Marquez che dice che "gli uomini ci hanno provato e non ci sono riusciti, ora tocca alle donne". Sarà vero? Possibile. Comunque, Giornale FORMiKA offre volentieri la possibilità ai tanti uomini microimprenditori di mostrare il contrario! Scherzi a parte, se avete qualcosa da raccontare, qualcosa di vero, di vissuto, nuove idee, dei progetti, o semplicemente la vostra storia, non esitate a contattarci. Questo l'ha fatto Marco Ferrari, primo dirigente assicurativo a interessarsi a FORMiKA e al mondo della



microimprenditorialità. All'interno di questa edizione trovate la sua storia e alcuni particolari sul tema delle assicurazioni che molti di voi probabilmente non conoscevano. Associazione FORMiKA, nel frattempo, cresce, e sta cercando il suo posto in mezzo a tutte quelle iniziative già esistenti per le piccole e medie imprese. Da segnalare c'è sicuramente l'ottima collaborazione che si è instaurata tra FORMiKA e la fondazione ECAP, che opera nel settore della formazione continua. Una collaborazione che è stata inaugurata il 17 maggio scorso, con la presentazione del progetto NIS, Network Italia Svizzera, che ha avuto luogo presso la sede di FORMiKA a Lugano. Di più sulla fondazione ECAP nelle prossime edizioni. Per ultimo, prima che vi "tuffiate" in tutte queste interessanti novità, vi ricordiamo che su Giornale FORMiKA esiste anche la possibilità di piazzare piccoli annunci.

Buona lettura.

Petra Rus Caligari

### Giovedì, 2 giugno 2005:

Colazione FORMiKA

"la vendita, come crearsi una rete"

via Clemente Maraini 6, Lugano  
dalle 7h30 alle 9h00

### Mercoledì, 15 giugno 2005:

"venture ideas"

Per studenti, laureati e professionisti con iniziativa.

Università della Svizzera Italiana,  
Aula Magna, Lugano  
dalle 9h00 - 17h30

Iscrizione obbligatoria su  
[www.venturelab.ch](http://www.venturelab.ch).

Partecipazione gratuita per gli iscritti selezionati.

Giornata di sensibilizzazione e informazione sull'imprenditorialità innovativa del programma nazionale "venturelab". Per studenti, laureati e professionisti con iniziative e interesse per una carriera indipendente. Seminari, workshop e incontri con start-up, operatori del settore ed esperti.

Informazioni sulla giornata:

[www.ticinoricerca.ch](http://www.ticinoricerca.ch) o

David Fischbach

Servizio ricerca USI-SUPSI

SUPSI - Galleria 2

CH-6928 Manno

[david.fischbach@supsi.ch](mailto:david.fischbach@supsi.ch)

tel 058 666 66 93

## Sapori del mondo, ingredienti per un viaggio

**Daniela Beer non ha dovuto cercare a lungo, quando tre anni fa decise di cambiare la sua attività professionale. Dopo vent'anni di lavoro come infermiera aveva voglia di fare qualcosa di completamente diverso.**

Quando suo marito quasi per scherzo le propose di andare a vendere le spezie, Daniela esitava. No, le spezie erano la passione di suo marito, mentre la sua era piuttosto il tè. Non le tisane, che le facevano pensare troppo alla salute e quindi al suo mestiere di prima, bensì il tè che si beve per piacere. Quando, incuriosita, ha approfondita

l'idea di combinare le due cose, il destino le ha dato una mano. Una primissima ordinazione di spezie e di tè ha profumato la sua casa, inondandola di colori e di odori, facendo esplodere la passione per questi prodotti in Daniela. La strepitosa vendita

direttamente da una bancarella al mercato ha fatto il resto. Era quindi sulla strada giusta e anche la vendita al mercato le piaceva. Montare e smontare la bancarella non le pesava, anzi, era un rilassamento, quasi una meditazione, dove poteva dare libero spazio ai suoi pensieri. Poi, al mercato i colori e gli odori dei prodotti si potevano sviluppare al meglio e anche il contatto con la clientela



era diretto. Molto spesso, le persone restano stupite dalla meraviglia colorata e profumata che si presenta davanti ai loro occhi e succede regolarmente che Daniela sente degli aneddoti di viaggi lontani dei suoi clienti. Le spezie creano nella persona un senso di vacanza, una voglia di viaggi lontani per conoscere

altre culture, altre lingue e di provare altre pietanze. Così può capitare che andando al mercato ci si trova di punto in bianco a viaggiare con la mente, visitando paesi esotici. La parte più bella è che portando a casa i pro-

dotti di Daniela, il viaggio continua. Per le spezie meno conosciute esistono delle ricette, che sono un vero e proprio incontro tra varie culture. Ad esempio quando il caffè del mattino viene accompagnato da biscotti allo zenzero o dalla torta al papavero. O quando per pranzo in azienda si mangiano dei panini al cumino nero, imbottiti con un buon affettato o del formag-

gio ticinese. Un fatto curioso è che la metà dei clienti di Daniela sono uomini. Uomini intraprendenti, che hanno voglia di cucinare, di provare nuovi piatti, sperimentando con le spezie. Da 2 anni Daniela ha anche un sito, dove si possono ordinare i prodotti, approfondire la propria cultura di tè e di spezie, scaricare le ricette e dove si può vedere quando sarà presente su quale mercato. Il tè preferito di Daniela? Decisamente il tè verde al gelsomino. E la sua spezia preferita? La curcuma, soprattutto per via del suo colore. Non ci resta che consigliarvi caldamente di visitarla al mercato o in internet; è uno spettacolo da non perdere.

info  
info

Sapori del mondo  
via Cantonale 27  
6814 Lamone

tel/fax 091 967 58 67  
info@saporidelmondo.ch  
www.saporidelmondo.ch

## Forme, colori e... microimprenditori

Chissa se esiste un'altra persona che porta la microimprenditorialità nel sangue come Christine Bucher. Da sempre è confrontata con i pregi e i difetti che la vita da microimprenditore comporta, dalla grande soddisfazione alla lotta per la sopravvivenza. I nonni, i genitori, gli zii, il marito, gli suoceri ed i suoi cognati: tutti microimprenditori. Esiste un'altra situazione simile o ha FORMiKA trovato in Christine quella persona che rappresenta per eccellenza un intero settore, quello della microimprenditorialità appunto? Forse è per questo che Christine



Bucher – dopo una lunga esperienza di marketing presso alcune grandi realtà economiche, tra cui una multinazionale - è tornata alla cultura in cui è cresciuta? Da quattro anni, in effetti, Christine è microimprenditrice e se la sua attività dapprima era il marketing puro e il coordinamento globale, per la grande gioia di FORMiKA ha ora deciso di dare maggior peso alla sua vena artistica: le forme ed i colori. Perché malgrado la sua solida formazione in marketing, Christine ha sempre ragionato in colori. Ma chiediamo a lei

cosa significa questo per la Rete dei Professionisti.

### **Una solida base di marketing e una passione per le forme e per i colori. Cosa può venire fuori da questa combinazione esplosiva?**

Il marketing mi permette di capire bene le esigenze del cliente e di vedere la sua posizione sul mercato. Inoltre, il marketing mi ha insegnato l'importanza di distinguersi tramite un'immagine aziendale. Un logo, quindi, con una forma e con dei colori che rispecchiano pienamente il microimprenditore e la sua microimpresa. Credo molto importante dare carattere all'impresa perché solo così ci si rende riconoscibile verso l'esterno.

### **Credi che attualmente, basandoti sulla tua esperienza, il microimprenditore dà abbastanza importanza all'immagine?**

Ho l'impressione che spesso si rinuncia alla creazione di una immagine e il motivo principale credo che siano i costi. La situazione che si crea diventa poi un gatto che si morsica la coda: non si ha un'immagine aziendale (logo), e quindi al cliente manca un segno di riconoscimento. Senza logo è difficile fare della pubblicità e se non ci si fa conoscere, non arrivano i clienti. Da questa analisi mi è venuta l'idea di spezzare questo circolo vizioso e di creare una

soluzione su misura del microimprenditore.

### **Come si può definire la tua offerta ai microimprenditori?**

Quando ho scoperto questa mia vena artistica – il solo marketing per me era diventato troppo "piatto" – ho fatto un investimento comprando un Macintosh. Eseguo dei lavori grafici per creare un logo semplice, carta intestata, buste, biglietti da visita, e volendo, anche prospetti aziendali, un logo sulla macchina e delle inserzioni. Non sono una grafica diplomata, ma faccio questo lavoro per passione. La mia offerta vuole quindi dare un'impronta semplice ma efficace al microimprenditore, con un costo alla sua portata. Perché il bello di un piccolo budget è che bisogna tirare fuori tutta la propria creatività, e proprio questa rende unica la microimpresa e rinforza la sua posizione sul mercato.

info  
info

BUCHERCOMUNICAZIONI  
Casella postale 69  
6943 Vezia

tel 091 968 23 18  
fax 091 968 20 92  
ch.bucher@bluewin.ch

**istampa**  
Cartoleria SA

**istampa**  
PRINT SA

Per iniziare un'azienda:

- il materiale d'ufficio
- il materiale stampato

.... il nostro servizio e la consulenza sono proverbiale! Consultateci!

6982 Agno  
tel 091 605 26 12

flash  
flash

In data 30 marzo 2005 è stata costituita FORMiKA, l'Associazione dei microimprenditori. Troverete una presentazione del comitato e delle attività previste per il 2005 nella prossima edizione di Giornale FORMiKA.



## La Mobiliare Svizzera: un colosso a misura d'uomo

Che la Mobiliare Svizzera è una compagnia d'assicurazioni solida e affidabile, lo sanno tutti. Che *La Mobiliare* è una società cooperativa e che ciò offre dei vantaggi concreti al singolo cliente e quindi anche al microimprenditore, lo approfondiamo in questa intervista con uno dei "pilastri" della Mobiliare, il signor Marco Ferrari, Agente generale a Lugano.

**Signor Ferrari, lei è alla guida dell'agenzia generale della Mobiliare Svizzera a Lugano che si trova a due passi dalla sede di FORMiKA. Cosa l'ha spinto a scegliere il mestiere di assicuratore?**

È successo quasi per caso. Vengo da una famiglia di assicuratori, e quando nel 1988 ho deciso di trasferirmi definitivamente a Sud delle Alpi piuttosto che restare in Svizzera interna dove sono nato, è stato proprio il mondo delle assicurazioni ad offrirmi un posto di lavoro in Ticino. Ancora oggi considero la professione di assicuratore un lavoro estremamente variato che mi fa regolarmente entrare in contatto con persone interessanti, provenienti da ogni campo d'attività. Persone che posso assistere nelle loro esigenze di copertura e di previdenza.

## La Mobiliare Svizzera è una cooperativa. Ci può spiegare cosa significa questo per gli assicurati?

La Mobiliare Svizzera è stata fondata a Berna nel 1826 come prima società d'assicurazioni privata del nostro Paese ed è sempre rimasta fedele alla sua forma giuridica di cooperativa. Questo significa che la compa-



gnia deve rendere conto del suo operato esclusivamente ai suoi assicurati e non alle esigenze degli azionisti. Ogni assicurato della

Mobiliare è automaticamente anche "cooperatore" con diritto di partecipare agli utili realizzati dalla società. Quest'anno, ad esempio, ci sarà una distribuzione degli utili che, sotto forma di un ribasso del 10% su tutti i premi di determinate assicurazioni, vengono così ritornati agli assicurati. Nel 2005 gli utili verranno ridistribuiti ai clienti privati, nel 2006 ai clienti aziendali. Non c'è nessuna intenzione di cambiare questa nostra collaudata forma giuridica.

**La Mobiliare ci sembra una compagnia piuttosto dinamica che fa parecchio per i giovani: offre un'assicurazione su misura, lancia delle iniziative mirate ai giovani, sponsorizza eventi indirizzati a questa importante parte della popolazione. Cosa può offrire *La***

## Mobiliare al microimprenditore e alla sua famiglia?

Noi vogliamo essere vicini ai nostri clienti e per questo i nostri uffici sono sparsi su tutto il territorio. Inoltre, la nostra gamma di prodotti è stata sviluppata appositamente per i privati, le famiglie e le piccole e medie imprese. La Mobiliare non è un'assicurazione che si indirizza principalmente alle grosse imprese internazionali. Operiamo unicamente in Svizzera, offrendo una consulenza personalizzata e lavoriamo con una rete di consulenti che cercano il contatto diretto con l'assicurato.

## E per i soci di FORMiKA, ci sono dei vantaggi particolari?

Il maggiore vantaggio è sicuramente quello che disponiamo di tutta la gamma di coperture per rispondere alle esigenze del microimprenditore, sia a livello privato che professionale. Così, il microimprenditore può concentrarsi sulla sua attività professionale, mentre noi ci occupiamo dei suoi bisogni assicurativi. Comunque, *La Mobiliare* non è un "discount" assicurativo, ma una compagnia seria che garantisce delle coperture confortevoli, fatte su misura dell'assicurato in questione, con un ottimo rapporto qualità-prezzo. Ai soci FORMiKA offriamo la possibilità di fare un'analisi gratuita e personale della propria situazione assicurativa e previdenziale. Basta una telefonata e fissiamo un incontro.

**La Mobiliare**  
Assicurazioni & previdenza

Agenzia generale di Lugano  
Marco Ferrari  
Piazza Cioccaro 2  
6901 Lugano

tel 091 224 24 24  
lugano@mobi.ch  
www.mobilugano.ch

impressum  
impressum

Editrice  
FORMiKA  
l'Associazione dei microimprenditori  
Via Clemente Maraini 6  
CH-6900 Lugano  
tel 091 600 96 60/62 fax 091 600 96 60  
formika@bluewin.ch

Redazione e pubblicità  
ETHIX s.n.c.  
di Petra Rus Caligari e Christine Bucher  
Via Clemente Maraini 6  
CH-6900 Lugano  
tel/fax 091 600 96 60  
ethix@bluewin.ch

Tipografia  
Istampa Print SA  
Viale Reina 2  
CH-6982 Agno  
tel 091 605 26 12 fax 091 605 56 86  
istampa@bluewin.ch  
tiratura: 300 esemplari, su carta riciclata