

1/L'imprenditore

“Ispirazione latina e precisione elvetica”

Essere diversi dagli altri, offrendo non solo un orologio, ma anche emozioni. È questa la missione del marchio di orologi di classe Cuervo y Sobrinos, origini cubane e nuovo rilancio dal 2003 sulle sponde del lago di Lugano. “Siamo rinati nel 2003 a Lugano grazie all'intuizione dell'imprenditore milanese Marzio Villa, che qui ha voluto far rivivere le atmosfere di un marchio storico dell'orologeria, amato da Hemingway ed Eleonora Duse”, spiega Massimo Rossi, direttore commerciale dell'azienda, che oggi occupa 13 dipendenti. “L'idea è di coniugare l'ispirazione latina delle origini del gruppo con l'affidabilità offerta da un prodotto made in Switzerland”.

“La nostra scala non ci permette di poter aggredire sbocchi promettenti ed enormi come quello cinese”



MASSIMO ROSSI
Direttore commerciale Cuervo y Sobrinos, con sede a Capolago. Ha 48 anni, è sposato con due figli

La scelta del Ticino e del lago di Lugano come base operativa non è stata casuale. “Oltre a delle buone condizioni come, ad esempio, burocrazia e infrastrutture, qui è facile reperire personale specializzato. Il Ticino è un biglietto da visita insuperabile per la nostra clientela internazionale”, continua Rossi. La piccola “fabbrica” artigianale di orologi si trova in una bella villa ristrutturata sul lago, che fa allo stesso tempo da show room per i clienti. “A causa della crisi abbiamo dovuto abbassare i prezzi di base dei nostri orologi e purtroppo non vedo all'orizzonte grandi miglioramenti della situazione, anche perché per noi aziende di piccole dimensioni i mercati più promettenti come la Cina sono oggi irraggiungibili con questa struttura. Allo stesso tempo non possiamo permetterci campagne pubblicitarie milionarie”.

2/Il falegname

“Faccio case in legno senza colla e guaine”

Il brevetto è austriaco, ma il merito di Matthias Bachofen è stato quello di proporlo in Ticino, dove già vantava una pluriennale esperienza nel campo della falegnameria ecologica. Ed ecco un mercato per le case in legno prefabbricate della ditta Thoma, una soluzione ecologica dell'abitare che non richiede colle, guaine o chiodi, soltanto qualche vite. “Questo sistema di costruzione permette al legno di respirare naturalmente e di rendere la casa più accogliente - spiega Bachofen titolare della falegnameria Triguna -. Su questa base in- nesto il mio contributo di falegnameria ecologica, che si rifornisce tra l'altro soltanto di legno locale”.

MATTHIAS BACHOFEN
Titolare falegnameria Triguna a Lamone, ha 47 anni, è sposato e ha due figli



“Ho avuto pure un operaio con me, ma ho poi deciso di continuare da solo per essere ancora più autonomo”

Bachofen in passato ha avuto anche un operaio alle sue dipendenze, ma ha poi deciso di continuare a lavorare da solo: “L'essere da solo in azienda, avvalendomi per la posa di manodopera esterna, mi permette quella flessibilità che in questi periodi non proprio floridi per l'economia mi aiutano a stare a galla”. Per ora in Ticino la Triguna ha consegnato una quindicina di case in legno, ma l'idea è quella di espandere l'attività, guardando anche al nord Italia. “Oltre confine abbiamo già fatto due consegne e prevedo che la domanda aumenterà”, dice Bachofen. “L'idea di ecologia e di vivere sano è un' esigenza sempre più alla portata di tutti, anche se oggi esiste ancora tanta improvvisazione e gente poco seria che si propone nel settore. Ma col tempo emergeranno quelle realtà che davvero offrono un prodotto vincente”.

3/Il consulente

“Siamo partiti in cinque oggi lavoriamo in 55”

Il padre aveva un ufficio paghe a Milano con cinque dipendenti. Con l'arrivo del figlio, laureato alla Bocconi, l'attività si espande oltre confine e mette radici a Chiasso, sfidando le imprese internazionali del settore. “Adesso siamo in 55 persone e manteniamo anche una base a Milano. Facciamo gestione del personale e consulenza per le aziende multinazionali che si insediano in Ticino. Il problema è che il nostro concorrente più piccolo ha 500 dipendenti”, spiega Luca Martin, direttore generale di Htlc network. Quando Davide deve lottare contro Golia l'unica chance è di saper sfruttare i vantaggi di una piccola struttura flessibile. “Noi scegliamo

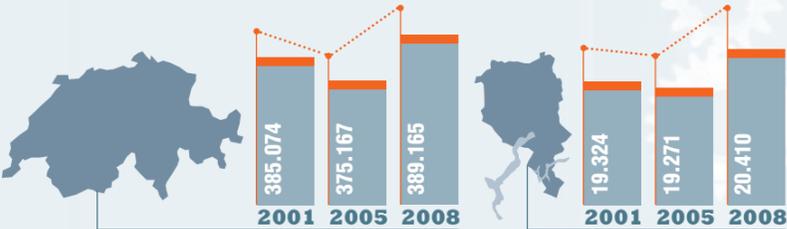


LUCA MARTIN
Direttore generale Htlc Network, milanese, 48 anni, è laureato alla Bocconi, sposato ha due figli

“Qui non esistono reti di ditte minuscole come in Italia, che sono lo strumento vincente per un salto di qualità”

neolaureati della zona dell'Insubria e li formiamo all'interno dell'azienda. Devono sapere bene le lingue e avere una preparazione di diritto comparato - continua Martin -. La nostra strategia di espansione del business è di iniziare ad offrire i nostri servizi per la filiale della multinazionale che si insedia in Ticino e poi offrire gli stessi servizi alle altre sedi sparse nel mondo. Per fare questo ci vuole una grande preparazione e organizzazione del lavoro”. L'Htlc ha potuto beneficiare in questi anni di tutte le facilitazioni burocratiche e fiscali che si possono avere nel cantone rispetto alle difficoltà che s'incontrano invece in Italia. Un vantaggio ineguagliabile, nota Martin, ma dalla Penisola il Ticino avrebbe da imparare una lezione: “Qui non esistono reti di piccole imprese, come in Italia, ma sono lo strumento vincente per fare il salto di qualità”.

AZIENDE NEL SETTORE SECONDARIO E TERZIARIO IN SVIZZERA E IN TICINO



3700 stabili industriali per 2 milioni e mezzo di metri quadri

8000 imprese individuali e società di persone

8700 Società di capitali e società cooperative

IL 50% delle imprese nate chiude entro 5 anni

L'80% delle start-up seguite da un incubatore sopravvivono oltre 5 anni

4/Il gastronomo

“Con un nuovo hotel diversifichiamo l'attività”

È la più nota e antica “gastronomia” di Lugano. Dal 1937 Gabbani è un punto di riferimento per chi vuole soddisfare una cultura del cibo di qualità. Eppure, neanche qui, con una cinquantina di dipendenti, si può pensare di sedersi sugli allori. “Abbiamo aperto il bar, il ristorante, facciamo catering, ma non bisogna mai fermarsi: dal 13 ottobre è aperto il nostro nuovo hotel con 14 stanze a tema, rivolto sia a una clientela business che al turismo di passaggio”, spiega Domenico Gabbani, responsabile amministrativo dell'azienda. La storica gastronomia Gabbani offre oggi una vasta gamma di prodotti: dalla macelleria e salumeria alla frutta, dai formaggi al pane e al vino.

“Abbiamo contratti per il personale rigidi, come imprese che hanno dieci volte i nostri impiegati”



DOMENICO GABBANI
Responsabile amministrativo Gabbani di Lugano; figlio di Lino, non è sposato e ha 25 anni

“Non siamo un negozio solo per la clientela di fascia alta. Ci sono anche tanti affezionati clienti storici che apprezzano ancora il rapporto diretto e il consiglio che può dare un personale esperto e preparato. In ogni caso c'è la necessità di ampliare sempre più la base della clientela”, aggiunge Gabbani. Per un' azienda che è pur sempre grande tra le piccole i “lacci e laccioli” non sono indifferenti: “Abbiamo contratti per il personale molto rigidi, uguali a quelli di gruppi che hanno dieci volte i nostri dipendenti. Nella nostra attività c'è, invece, necessità di una certa flessibilità: basta un dipendente in ferie e uno in malattia e la situazione diventa subito critica. E anche con i fornitori - al contrario di quello che si pensa - per noi è difficile poter contrattare”.

5/La camiciaia

“Prendiamo le misure a manager e bancari”

In Ticino piacciono modello oxford, bianche o celesti, nel resto della Svizzera vanno di più a righe o a quadretti. La camicia su misura ora arriva sul pianerottolo di casa, anche se per confezionarla bisogna fare il giro del mondo. “La nostra azienda esiste da tre anni e si è concentrata in una prima fase nella realizzazione di camicie su misura per tutta la Svizzera. Noi andiamo dal cliente nell'orario e nel giorno che è più comodo, prendiamo le misure, confezioniamo e consegniamo nel giro di tre settimane”, spiega Monica Emmenegger, titolare dell'azienda “a pennello” di Agno.

MONICA EMMENEGGER
Titolare dell'azienda “a pennello” di Agno, non è sposata e ha 50 anni



I clienti di “a pennello” sono principalmente bancari, architetti, dirigenti di assicura-

“La produzione è fatta in Asia, vorremmo averla in Svizzera, ma andremmo incontro a costi fuori mercato”

zione, professionisti insomma: una clientela che non ha più tempo e voglia di andare in una camiceria per farsi prendere le misure e che preferisce avere un servizio tagliato sulle proprie esigenze. Da un anno circa, poi, l'azienda di Emmenegger ha deciso di ampliare l'attività su un nuovo segmento di mercato: le divise per alberghi da 4 o 5 stelle o per le cliniche. “Abbiamo buoni clienti a Lucerna e Zurigo, oltre che in Ticino” precisa Emmenegger. Un lavoro intenso che lascia poco tempo libero, ma che sta dando grandi soddisfazioni. Un rammarico, tuttavia, la titolare ce l'ha: “Mi piacerebbe poter fare tutta la lavorazione nel cantone, ma purtroppo avrebbe prezzi fuori mercato. Per questo noi progettiamo e poi facciamo cucire in Asia. D'altra parte anche le maison d'alta moda fanno la stessa cosa”.

6/Il formatore

“Una risata al giorno fa bene alla produttività”

“Siamo un'azienda che fa ridere, ma molto seriamente”. Non prende sotto gamba il suo lavoro Monica Vanita Albergoni, che per mestiere si occupa di far ridere la gente per migliorare la vita, ma anche per rendere le aziende più produttive. “Lo yoga della risata - spiega - è una disciplina che è particolarmente sviluppata negli Stati Uniti e in Svezia. Il concetto di base è che in un ambiente migliore si riescono ad affrontare meglio anche lo stress e le difficoltà. E per fare questo basta davvero poco: un quarto d'ora di risate al giorno”.



MONICA VANITA ALBERGONI
Titolare del Club della Risata Ticino, ha 55 anni, vive a Locarno e non è sposata

“Ridere è un formidabile destrutturante della rabbia che crea un ambiente sociale sereno e positivo”

Detto così sembra la solita teoria new age, eppure - precisa Albergoni - esistono progetti realizzati con il personale di grandi case automobilistiche europee che hanno dimostrato che un quarto d'ora di risate al giorno del personale per tre settimane di fila ha fatto crollare l'assenteismo del 50% e aumentare di pari passo la produttività. “Ci sono esercizi specifici da fare tutti i giorni e che io propongo all'interno delle aziende. La risata non è soltanto salutare per le persone, ma rappresenta anche un formidabile strumento sociale: è un destrutturante della rabbia e crea un clima positivo. Non a caso propongo gli stessi corsi anche all'interno degli ospedali” dice Vanita Albergoni che ha il quartier generale del suo club a Locarno. Sbocco ideale di questi corsi è di formare anche delle persone che all'interno dell'azienda possano poi continuare a trasmettere queste tecniche”.