

Comunicato stampa

Gland/Glattbrugg, 3 ottobre 2018

CCV parla di start up e giovani imprese, dei cambiamenti che dovranno affrontare in futuro, dei fattori che muoveranno l'economia e dei ruoli di leader e follower

Mai come adesso l'imprenditoria svizzera è influenzata dalle giovani aziende. Ma quali sono i fattori chiave del successo delle start up e delle giovani aziende e cosa le rende diverse? Le aziende già avviate devono reinventarsi per soddisfare le richieste del mondo digitale e quali sono i fattori da tenere in considerazione? Nel mondo della trasformazione digitale fioriscono leader e follower. Quali caratteristiche deve possedere un leader per essere chiamato tale? Sono soltanto i giovani, i nativi digitali, a poter avviare la trasformazione o anche gli imprenditori meno giovani sono in grado di assumere una posizione di primo piano in questo ambito? Nella cornice dello Zurich Film Festival, CCV Svizzera ha invitato alcuni rinomati esponenti della scena economica e sociale a partecipare a interessanti dibattiti e tavole rotonde.

Senza rischio non c'è impresa

Nel 2017 sono state 40'000 le nuove aziende che si sono iscritte al registro di commercio svizzero, segnando un nuovo record. Uno dei motivi di tale boom è da ricercarsi probabilmente nella promozione dell'imprenditoria portata avanti nelle scuole e negli istituti di formazione. Un secondo fattore è sicuramente l'influenza esercitata dai media attuali, nonché da trasmissioni e notizie sulle giovani aziende. È evidente che gli svizzeri continuano a essere disposti ad assumersi il rischio di fondare un'azienda e, se necessario, anche di fallire. Senza rischio non può esserci impresa, ma in caso di fallimento, bisogna essere consapevoli delle conseguenze.

Un elemento importante che determina il successo delle giovani aziende è il contesto in cui si inseriscono e la collaborazione con altre giovani imprese. Le grandi aziende, infatti, spesso non sono in grado di proporre prodotti pensati per le giovani aziende, ma grazie al supporto dato da altre giovani imprese ciò non rappresenta più un ostacolo sulla strada verso il successo. Chi ha trovato la propria vocazione può considerarsi fortunato ed è quindi disposto anche ad aiutare gli altri a trovare la propria: su questo siamo tutti d'accordo. Anche perché non c'è niente di più bello che trasformare la propria passione in un lavoro e raggiungere il successo.

Un buon leader conosce anche il punto di vista del follower

I ruoli di leader e follower sono meno chiari di quello che si potrebbe pensare. Gli imprenditori si espongono, spingendo le proprie idee e i propri progetti. I leader vogliono essere supportati da follower intelligenti e brillanti, che desiderano fare le cose per bene. Per garantire il successo di un'azienda, tuttavia, oggi più che mai è necessario possedere molte capacità. I clienti cercano team flessibili e ben affiatati in grado di garantire prodotti e servizi eccellenti. Per gli imprenditori, quindi, questo significa essere leader e follower allo stesso tempo e, a seconda della situazione, diventare anche follower di sé stessi. Solo in questo modo, infatti, è possibile osservare la propria azienda da un altro punto di vista. C'è bisogno dunque di leader in grado di mettersi costantemente alla prova, di affrontare anche situazioni difficili, che non si nascondano e capaci di trovare soluzioni insieme al proprio team.

I follower della generazione Y cercano un tipo diverso di leadership, vogliono essere integrati e compresi. E quando la trovano si appassionano molto di più al prodotto e anche all'azienda. Si tratta quindi di persone ambiziose e con una buona formazione, in grado di assumere le funzioni del leader senza scalzare la sua posizione.

Serve una cultura che consenta di innovare

Trasformazioni e cambiamenti spesso sono forzati da fattori esterni. Fallimenti, nuove tendenze e sviluppi spingono le aziende a mettere in discussione i propri prodotti o addirittura a ripensare completamente tutto il

loro modello aziendale. Oggi, e nel prossimo futuro, la digitalizzazione rimarrà uno dei principali motori che promuoveranno l'innovazione e i modelli di business. Serve però anche una cultura che consenta di innovare e sicuramente in questo rientra anche la «cultura dell'errore», difficile da trovare da noi in Europa, ma più diffusa negli Stati Uniti e in Cina. «Let's try», ovvero proviamoci e se poi non dovesse funzionare riproveremo una seconda o una terza volta. Una cosa in cui noi del Vecchio Mondo non siamo molto bravi è sicuramente la commercializzazione in chiave moderna delle nostre innovazioni. In questo Stati Uniti e Cina sono molto più bravi.

Un'altra sfida è rappresentata dalla «corsa ai talenti». Ai millennial che possiedono una buona formazione basta un lavoro al 70%, perché gli permette di vivere bene e di avere abbastanza tempo libero da dedicare alle loro passioni. Per alcune aziende, però, questa non è una situazione ottimale. Concludendo, è evidente che già a scuola dovrebbe essere lasciato spazio a un pensiero innovativo. Per consentire la metamorfosi è necessaria una certa libertà di dire tutto quello che passa per la testa, di lasciar correre la mente.

CCV – il leader nel settore delle soluzioni di pagamento elettroniche che risponde alle esigenze del futuro delle PMI svizzere ed europee

CCV offre a tutte le aziende, dal piccolo commerciante sino alla grande catena alberghiera internazionale, prodotti e soluzioni per l'espansione del loro punto di vendita. Lo sviluppo e la manutenzione delle varie infrastrutture di pagamento rappresenta il nucleo centrale della nostra organizzazione: per il commercio stazionario o mobile, l'e-commerce, l'm-commerce e le casse Self Checkout.

In collaborazione con i nostri partner, produttori di terminali e casse, come con banche, utilizziamo le tecnologie di ultima generazione e riduciamo costantemente la loro complessità. Grazie a una visione globale delle esigenze dei nostri e dei vostri clienti, garantiamo così un'esperienza di acquisto ottimale.

CCV Svizzera opera in Svizzera dal 1990 e impiega oggi circa 110 collaboratori suddivisi in 3 sedi.

CCV Group coordina le filiali nazionali in Olanda, Germania, Belgio e Svizzera con circa 1100 collaboratori che lavorano presso 11 diverse sedi.

Per ulteriori informazioni può contattare

CCV Svizzera SA
Feldeggstrasse 5
8152 Glattbrugg
www.ccv.ch

Hansruedi Nef
Contatto media
T. 058 220 61 03
E. media@ch.ccv.eu