

Zeitschrift: Panorama / Raiffeisen
Herausgeber: Raiffeisen Svizzera società cooperativa
Band: - (1995)
Heft: 6

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: 22.05.2025

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



DENARO DI PLASTICA Vi illustriamo come viene prodotto e quali sono le diverse misure di sicurezza.

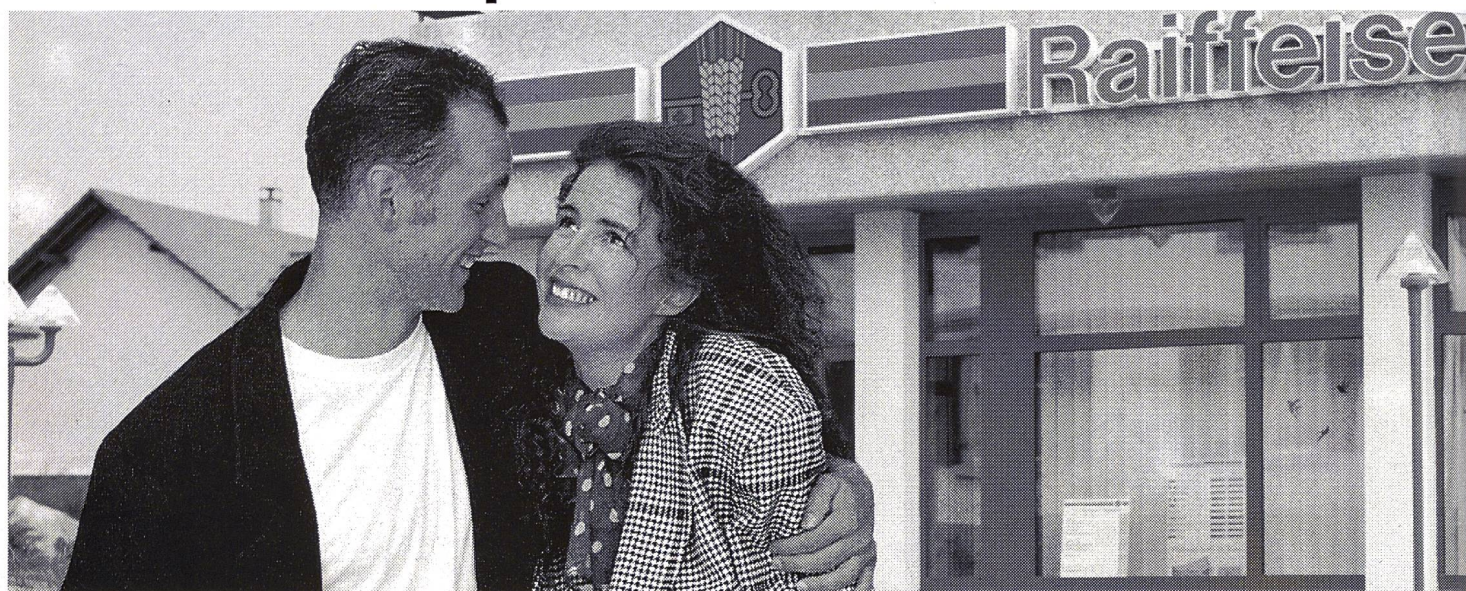
RISPARMIO IN AZIONI Per investire denaro in azioni occorre una strategia a medio-lungo termine.

SVENDITE Verranno liberalizzate, dopo i tradizionali saldi estivi, le disposizioni legali per le svendite.

RAIFFEISEN



Prestazioni polivalenti a condizioni oneste.



Desiderate sfruttare prestazioni complete a condizioni davvero favorevoli? Allora la Banca Raiffeisen ha quello che fa per voi.

Dal traffico dei pagamenti senza contanti alla carta Bancomat ec, dalla EUROCARD-Raiffeisen alle vantaggiose offerte di risparmio e di previdenza o ai crediti vantaggiosi. In ogni caso, vi offriamo un servizio su

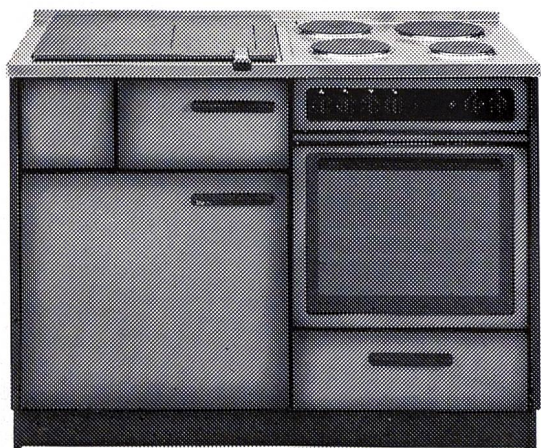
misura. Approfittate della nostra consulenza competente e delle condizioni oneste!

RAIFFEISEN



La Banca di fiducia.

Vincitrice della combinazione nordica...



Unkauf • Publicité

Cucina con riscaldamento centrale TIBA

... è la cucina a legna con riscaldamento centrale della TIBA. Con l'energia e il calore forniti dalla cucina potete riscaldare una intera casa unifamiliare,

provvedere all'acqua calda sanitaria e cucinare. In combinazione con un sistema ad accumulo ottenete il massimo benessere e le minime emissioni.

Così anche voi sarete tra i vincitori.



TIBA SA
Rue des Tunnels 38
2006 Neuchâtel
Tel. 038/30 60 90
Fax 038/30 61 91

Desidero ricevere maggiori informazioni riguardo a:

- ☐ Cucine con riscaldamento centrale, ☐ Cucine a legna e combinate, ☐ Elementi riscaldanti, ☐ Stufe/caminetto, ☐ Sistemi di combustione di trucioli TIBAmatic, ☐ Sistemi di combustione di ceppi di legno TIBATherm

Cognome/Nome

Via

NPA/Località

Telefono

Sotremo

TRATTAMENTO DELLE BANCONOTE E DELLA MONETA

Sotremo offre la più vasta gamma di macchine ed accessori per il trattamento automatico del denaro

SALVADANAI

CONTAMONETE

AVVOLGIMONETE

CONTABANCONOTE

SELEZIONATRICI DI MONETE

TUBETTI PER ROTOLINI DI MONETE

**Sotremo SA, 6966 Villa Luganese
Telefono 091/ 91 11 74**

Un po' d'ossigeno per l'economia

La revisione parziale della Lex Friedrich – in votazione, con quella dell'AVS, il 25 giugno – toglie l'obbligo di autorizzazione per acquisti di immobili da parte di stranieri con domicilio in Svizzera e che vi esercitano un'attività lucrativa. L'esenzione, nell'intento di favorire gli investimenti produttivi e generatori di posti di lavoro, viene estesa ai compratori domiciliati all'estero (in paesi che concedono la reciprocità alla Svizzera) allorché gli acquisti sono destinati all'esercizio di un'attività economica. Questa moderata riforma, bloccata dal referendum dei *Democratici svizzeri*, contrari alla «svendita del suolo nazionale», non può più essere rimandata. Rappresenta un primo passo verso una graduale abrogazione della legge. Infatti, per un incisivo contributo alla rivitalizzazione della nostra economia, occorre un'apertura completa del mercato, quindi anche per investimenti di capitale, commercio e residenze per vacanze. Smettiamo perciò di darci la zappa sui piedi e approviamo di slancio questa prima revisione, che contribuirà anche a sgravare gli uffici di esecuzione e fallimenti.

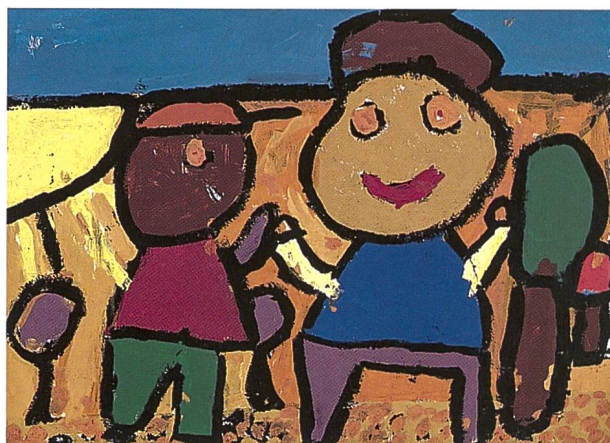
GIACOMO PELLANDINI

PANORAMA

RISPARMIO IN AZIONI L'investimento di denaro in azioni va preferibilmente eseguito in un'ottica a lungo termine. **4**

OBBLIGAZIONI Anche le obbligazioni non sono esenti da rischi: qualche principio d'investimento. **7**

DENARO DI PLASTICA Nella produzione del denaro di plastica occorre essere almeno un passo avanti rispetto ai falsificatori. **8**



CONCORSO DI DISEGNO I vincitori del 25.mo concorso Raiffeisen per la gioventù che ha visto una partecipazione record. **12**

SVENDITE Dal 1. novembre 1995 non sarà più lo Stato a decidere quando i negozianti possono liquidare le merci in magazzino. **14**

SPECIALITÀ SVIZZERE I Willisauer Ringli, ciambelline da gustare con prudenza per non rovinare i denti. **17**

GAZOSA Tra le bibite dolci, la gazosa è particolarmente apprezzata nel Ticino e nel Moesano: visita ad una fabbrica di Personico. **19**

Editore
Unione Svizzera delle Banche Raiffeisen
Anno XXVIII

Redazione
Giacomo Pellandini
Telefono 071 21 94 14

Tiratura
27'500 esemplari
Esce 10 volte l'anno

Abbonamenti
e cambiamenti di indirizzo
tramite le Banche Raiffeisen

Indirizzo
Panorama Raiffeisen
Vadianstrasse 17
9001 San Gallo

Segretariato
Claudia Allata
Telefono 071 21 94 07
Telefax 071 21 97 12

Stampa
Tipografia La Buona Stampa
6900 Lugano
Telefono 091 23 17 44

Pubblicità
Publirama SA
Casella postale 283, 6702 Claro
Tel. 092 66 30 01 - Fax 092 66 30 02



■ RISPARMIO IN AZIONI

Strategia d'investimento a lungo termine

Per investire il proprio denaro (o meglio solo una parte del proprio denaro) in azioni, occorre una certa lungimiranza. È infatti necessaria una strategia d'investimento a medio-lungo termine. Guardando agli ultimi decenni, si tratta di una strategia quasi sempre pagante.



MARKUS
ANGST

Per l'anno borsistico 1994, gli analisti avevano pronosticato un crescita media degli utili del 20 per cento. Le loro previsioni erano nettamente al di sotto della crescita record dello Swiss Performance Index (SPI) – pari al 51 per cento nell'anno precedente – ma erano ancora assai promettenti per gli investitori.

Le cose andarono però diversamente. Invece di proseguire al rialzo, l'andamento della borsa registrò una repentina inversione di tendenza. L'aumento – il primo in cinque anni – del tasso dei prestiti giorno

per giorno da parte della banca di emissione americana – a cui seguirono degli inaspettatamente forti aumenti degli interessi anche in Europa – causò la caduta delle quotazioni nel febbraio 1994. Successivamente, anche le borse svizzere furono al ribasso per alcuni mesi.

Da 10 a 15 anni

Nel 1993 il top, nel 1994 il flop. Guardando all'andamento delle quotazioni in questi due anni, risulta evidente come l'investitore non debba mai considerare il suo collocamento in una prospettiva a breve termine. È invece necessaria una strategia d'investimento a medio o lungo termine. In altre parole, un azionista deve situare il suo investimento in un lasso di tempo tra i 10 e i 15 anni.

E in quest'ottica, la situazione assume un aspetto decisamente diverso. Se, per disgrazia dell'investitore, nel corso degli anni le azioni dovessero subire delle oscillazioni particolarmente forti, sul lungo termine esse rimangono pur sempre un investimento promettente. In una prospettiva a lungo termine, fruttano un rendimento addirittura superiore a quello delle classiche forme di risparmio.

Bisogna tuttavia distinguere tra un singolo titolo e una più ampia diversificazione del portafoglio. Maggiore è la varietà della composizione del portafoglio azionario, minore è il rischio per l'investitore.

Prima la casa

Malgrado questi chiari segnali, in Svizzera il risparmio in azioni non è (ancora) diventato uno sport nazionale. A differenza, per esempio, di quanto accade in Svezia – dove il possesso di azioni è promosso fiscalmente – e negli USA – dove l'uomo della strada è molto più coraggioso nel rischiare – o nell'Europa orientale – dove la gente vuole partecipare il più possibile allo sviluppo economico.

Le ragioni sono molteplici. Numerosi svizzeri ancora risparmiano preminentemente per acquistare una casa. Oltre a questo, il risparmio previdenziale, in parte istituzionalizzato (II e III pilastro), lascia sempre meno spazio al risparmio individuale.

E tale spazio è indispensabile per accedere alle operazioni in titoli. Chi prende in considerazione gli investimenti miranti ad una crescita del capitale – di cui anche le azioni fanno par-

te – dovrebbe infatti disporre di una solida base di appoggio – nell'ordine di circa il 75 per cento – sotto forma di investimenti miranti alla sicurezza ed al rendimento (vedi grafico).

L'alternativa ideale: i fondi

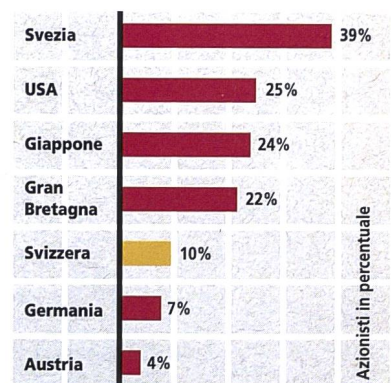
Malgrado la mentalità svizzera piuttosto conservatrice, preminentemente votata alla sicurezza, negli ultimi anni gli esperti constatano un'inversione di tendenza a favore dei titoli. Il motivo principale risiede nei fondi d'investimento. Questi tipi di collocamento incontrano il favore di sempre più investitori essenzialmente per due motivi: da un lato, permettono anche al piccolo risparmiatore l'accesso alla borsa. Dall'altro lato, vengono a cadere i rischi legati ai singoli titoli, essendo i fondi composti da una miscellanea di titoli diversi.

A questo proposito, l'esempio più recente sono i fondi d'investimento Raiffeisen, lanciati all'inizio del 1994. Nello spazio di sei mesi, hanno raggiunto il considerevole livello di 600 milioni di franchi.

9,5 per cento all'anno

Sebbene i fondi permettano di ovviare ai rischi specificamente legati ai titoli, anche per loro è diffici-

«Azionariato internazionale»



Solo uno svizzero su dieci è in possesso di titoli di credito. Una cifra quasi quattro volte inferiore a quella della Svezia e due volte e mezzo inferiore a quella degli USA. In Svezia la proprietà azionaria è però fiscalmente favorita.

Fonte: Facts 17/1995

le pronosticare l'andamento a breve termine. È dunque opportuno prendere in considerazione un periodo di tempo di almeno tre anni. Ovviamente lo stesso discorso vale anche quando si confrontano i fondi con le altre forme di risparmio.

Da uno studio degli specialisti in titoli della Bopp ISB AG di Zurigo – che ha messo a confronto circa 600 fondi d'investimento ammessi in

te rispetto al giorno precedente. Certamente le notizie negative in campo borsistico hanno un forte impatto sul pubblico. Tanto più che a questo proposito i media sembrano dare maggiore risalto alle cattive notizie rispetto a quelle buone: «SPI crollato del 25 per cento» fa molto più effetto che leggere cinque volte consecutive «SPI aumentato di cinque punti».

Soprattutto in Svizzera non bisogna lasciarsi prendere dal panico davanti a delle marcate oscillazioni di corso (volatilità nel linguaggio tecnico). Siccome il nostro mercato è relativamente piccolo rispetto alle principali piazze borsistiche come New York, Tokyo, Londra o Francoforte, già dei piccoli ordini d'acquisto o di vendita possono provocare delle forti turbolenze. Se si verifica un maggiore afflusso di capitale estero in Svizzera, i corsi aumentano in proporzione. Se il denaro viene nuovamente ritirato, il corso crolla. Nella maggior parte dei casi, anche l'aspetto psicologico contribuisce a questo effetto.

1995: prudente ottimismo

Sulla necessità di una prospettiva a lungo termine siamo tutti d'accordo. «Ma, per favore» staranno magari pensando alcuni dei nostri lettori «diteci lo stesso quale sarà l'andamento della borsa nel 1995!». Peter Signer, capo del settore amministrazione di patrimoni presso l'Unione Svizzera delle Banche Raiffeisen (USBR) a San Gallo: «Siamo prudentemente ottimisti. La situazione attuale è caratterizzata da una certa insicurezza. Prevediamo tuttavia un ulteriore aumento degli utili delle imprese. Attenzione però: l'euforia sarebbe fuori luogo. Sull'arco di tutto l'anno, per le azioni prevediamo una performance del 10 per cento».

Le turbolenze valutarie rimangono un fattore di primaria importanza. Per le nostre aziende orientate verso l'esportazione ciò comporta delle perdite di guadagno. D'altro canto, gli investitori si concentrano sui Paesi a valuta forte, come per esempio la Svizzera, dove i rendimenti sono inferiori, ma in compenso anche i rischi sono minori rispetto ad un investimento in valute più deboli, come per esempio la lira o la peseta.

Aforismi

Chi acquista delle azioni dovrebbe riflettere a quando le venderà.

In borsa tutto dipende dal fatto che ci siano più azioni che idioti o più idioti che azioni.

Chi vuole mangiare bene compra azioni, chi vuole dormire bene compra obbligazioni.

Gli azionisti sono sciocchi e impertinenti. Sciocchi, perché acquistano azioni e impertinenti perché vogliono anche i dividendi.

Il denaro che si fa in borsa è il *pre-tium doloris*.

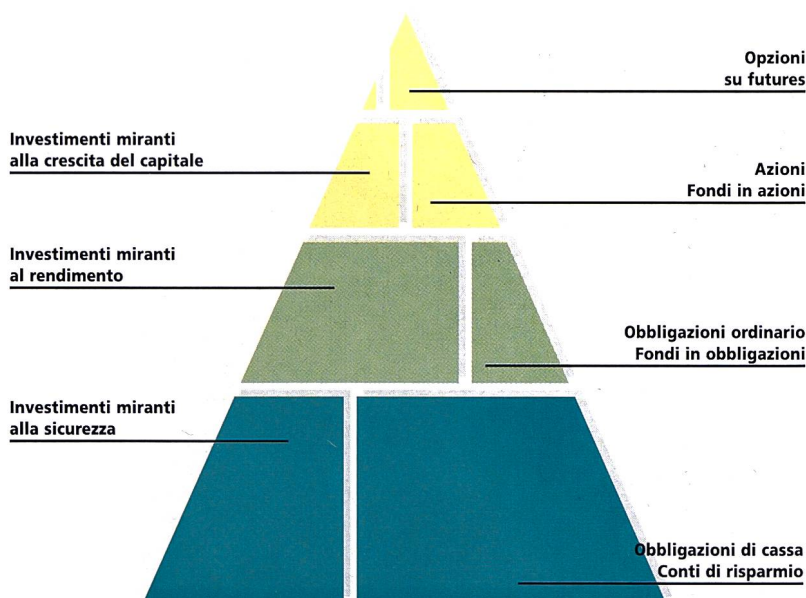
Da: Selezione Horst Knapp,
L'economia nelle citazioni, denaro.

Svizzera – è risultato che negli ultimi undici anni si è realizzato un rendimento medio del 9,5 per cento all'anno. Negativi sono stati solo gli anni 1987, 1990 e 1994. Il valore massimo è stato raggiunto nel 1989, con un incremento pari al 17,4 per cento.

Non lasciarsi prendere dal panico

Se si preferisce un collocamento diretto in azioni invece di un fondo d'investimento, oltre ad una certa sensibilità nei confronti dell'economia in generale e delle società a cui si partecipa in particolare, è necessario possedere anche una buona dose di *aplomb*. Non ha infatti senso precipitarsi quotidianamente a leggere i listini di borsa, con la calcolatrice in mano per valutare gli utili o le perdi-

Piramide d'investimento



Ecco come un risparmiatore può combinare i principali strumenti d'investimento, per avere un'adeguata miscellanea di investimenti diversificati. I collocamenti miranti alla sicurezza formano una solida base di appoggio, dove di regola è investita la parte principale del patrimonio.

Grafico: USBR / Fonte: Datastream

La qualità in primo luogo

Molti ritengono che gli investimenti in obbligazioni siano praticamente privi di rischio. Quanto poco vera sia questa credenza, l'abbiamo sperimentato proprio lo scorso anno, quando l'aumento degli interessi ha provocato dei notevoli arretramenti dei corsi delle obbligazioni.

PETER SIGNER,
INVESTIMENTI
PATRIMONIALI
USBR

Le obbligazioni si acquistano soprattutto in vista del loro rendimento. Un obbligazionista non vuole esporre il suo capitale a dei rischi inutili. Non conviene dunque fare dei compromessi relativi alla qualità dell'investimento, magari solo per conseguire un rendimento superiore di un mezzo percento. Chi ha la possibilità o il coraggio di rischiare, dovrebbe assicurarsi che il potenziale di guadagno sia perlomeno adeguato al rischio. Ma ciò è raramente possibile con le obbligazioni, mentre è la prassi con le azioni. Le note agenzie di rating Standard & Poor's e Moody's valutano l'affidabilità degli emittenti di obbligazioni, per quanto riguarda la loro capacità di fare fronte al pagamento degli interessi e al rimborso del capitale nei termini prescritti. Gli investitori dovrebbero quindi privilegiare i titoli con rating AAA (valutazione S & P) e Aaa (valutazione Moody's). Le obbligazioni con questi rating sono le più sicure. Formano il gruppo qualitativamente più alto.

Scadenze differenziate

Negli investimenti in obbligazioni è importante scaglionare le scadenze. Se non si applica questo principio, può accadere che tutte le obbligazioni di un deposito vengano rimborsate in un momento sfavorevole, quando gli interessi sono ad un livello basso ed è quindi consigliabile astenersi dal fare dei nuovi investimenti. La situazione diventa ancora più difficile, dovendo vendere le obbligazioni proprio quando gli interessi sono al massimo e il corso delle obbligazioni è al minimo.

Durate adeguate

I collocamenti in obbligazioni non sono degli investimenti passivi. In ogni caso non è opportuno comportarsi in maniera passiva di fronte alle oscillazioni di corso a cui anche le ob-

bligazioni sono soggette. Quando gli interessi aumentano, sono contenti solo quegli investitori che non hanno ancora collocato il loro denaro in obbligazioni. Per chi già possiede delle obbligazioni, l'aumento degli interessi comporta invece delle perdite di corso. Quanto più lunga è la durata residua di un'obbligazione, tanto più elevata è la sua predisposizione alle oscillazioni di corso. Il seguente esempio (semplificato) ne è una prova.

Il corso di obbligazioni al 5 per cento - quotate al 100 per cento - cala come segue, se il livello degli interessi aumenta dal 5 al 6 per cento.

Durata residua	Corso al livello interessi	
	del 5%	del 6%
12 anni	100%	91%
7 anni	100%	94%
5 anni	100%	96%
3 anni	100%	97%

Quando subentra una fase di rialzo degli interessi, non fa dunque lo stesso essere in possesso di un'obbligazione a tre o a dodici anni. In un periodo di interessi bassi, è opportuno concentrarsi su delle obbligazioni a breve termine, per evitare delle forti perdite sul prezzo di borsa durante la successiva probabile fase di rialzo. Nei periodi dei massimi storici, ci si concentra invece sulle obbligazioni a lungo termine, per assicurare il più a lungo possibile il

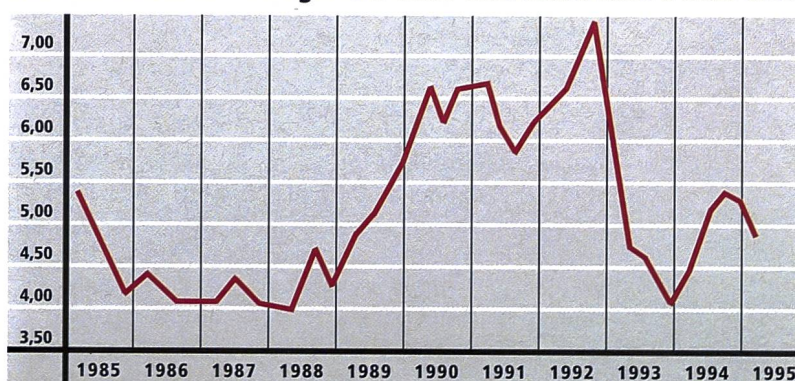
tasso di interesse raggiunto. Se sul mercato gli interessi calano, le obbligazioni a lungo termine fruttano inoltre degli utili di borsa superiori.

Dal 1° gennaio 1985, il rendimento delle obbligazioni della Confederazione a dieci anni funge da punto di riferimento, in base al quale si misura l'alto o il basso livello degli interessi (vedi grafico).

Attenzione alla clausola di rimborso

Numerosi debitori si riservano il diritto di rimborsare anticipatamente le obbligazioni. Tale possibilità deve tuttavia già essere prevista nelle condizioni fissate nel prospetto di emissione che accompagna la prima emissione delle obbligazioni. Il diritto di rimborso anticipato è di norma unilaterale: solo il debitore ne può fare uso. Egli opterà per questa soluzione, quando il livello generale degli interessi scende al di sotto di quello iscritto sulla cedola della sua obbligazione. Emetterà quindi un nuovo prestito e col ricavato rimborserà quello precedente, risparmiando così sugli interessi. L'investitore può tutelarsi acquistando unicamente obbligazioni che non contengono la clausola del rimborso anticipato, oppure acquistando titoli con tassi di interesse bassi. In quest'ultimo caso, al debitore non conviene quasi mai il rimborso anticipato del prestito.

Rendimento delle obbligazioni della Confederazione a dieci anni



Usato in tutto il mondo, ma fabbricato sotto chiave

Sono spesso destinate all'uso in tutto il mondo, ma la loro produzione è una cosa da iniziati: le carte di credito – quale mezzo di pagamento senza contante – vengono fabbricate con le stesse misure di sicurezza adottate per le banconote svizzere. «Panorama» ha potuto rendersene conto personalmente, visitando la tipografia Orell Füssli di Zurigo.



Foto: Christof Sonderegger

JÜRGEN
SALVISBERG

C'era da aspettarselo: senza una scheda di plastica – e la digitazione del codice – alla Orell Füssli (OF) non si entra. La prassi delle visite guidate permette al giornalista e al fotografo di dare almeno un'occhiata. Prima dobbiamo però depositare un documento; se fossimo stranieri, dovremmo addirittura consegnare il passaporto all'agente di servizio.

Dopo di ciò, Nicole Renk – responsabile della vendita e del marketing presso la OF – ci prende in consegna per condurci nel *sancta sanctorum*. Ma prima dobbiamo ancora varcare uno stretto passaggio attraverso una transenna che, malgrado i vari *utensili* che portiamo con noi (valigetta per l'apparecchiatura fotografica, luci, rotolo di cavo), superiamo felicemente.

La visita vera e propria può ini-

ziare. Siamo ora nella zona di sicurezza, dove le carte di credito vengono fabbricate con procedimento industriale. Ad eccezione della stretta sorveglianza del locale, si tratta di un posto di lavoro come ce ne sono in ogni tipografia. Le pile di fogli di plastica sistemate su delle palette testimoniano che la prima fase di lavorazione è già avvenuta altrove. Nella stampa con il metodo della serigrafia e dell'offset, in 3-4 cicli, i

modelli hanno già assunto i colori e l'emblema desiderati.

«Per le carte particolarmente lussuose, possono anche essere necessari 16 cicli di stampa» osserva Nicole



Renk. Già la stampa denota un know-how – custodito gelosamente dalla OF – certamente non alla portata di qualsiasi altra ditta. In Svizzera solo una è allo stesso livello: la Trübdruck di Aarau, la concorrenza interna.

Per le carte di credito internazionali, una buona parte del design è già prestabilito. Per le carte nazionali di ogni tipo, le agenzie pubblicitarie o la OF sono maggiormente libere di consigliare al cliente le loro particolari soluzioni. La grandezza della scheda di plastica si è tuttavia più o meno affermata in una misura standard, come pure determinati requisiti minimi. «Dobbiamo infatti essere sempre almeno un passo avanti rispetto ai falsificatori». Così Nicole Renk interpreta la regola fondamentale del settore.

Nella zona di sicurezza, i fogli di PVC stampati vengono trasformati nei cosiddetti pezzi grezzi. Le carte già presentano tutte le necessarie ca-



ratteristiche, ma non riportano ancora il nome del titolare. Nel *tapelayer* vengono messi insieme i quattro strati usati per la produzione, che vengono poi uniti con una saldatura a punti. Ai fogli di plastica viene in seguito applicato – sul retto e sul verso – un *overlay*, ossia una pellicola di PVC.

Sul verso le carte ricevono anche la loro «memoria»: attualmente si tratta di una striscia magnetica che tuttavia, se entra in un campo magnetico, può subire dei vuoti di memoria. Nel prossimo futuro verrà gradualmente sostituita da un *chip* a prova di danno, simile a quello già esistente sulle postcard svizzere.

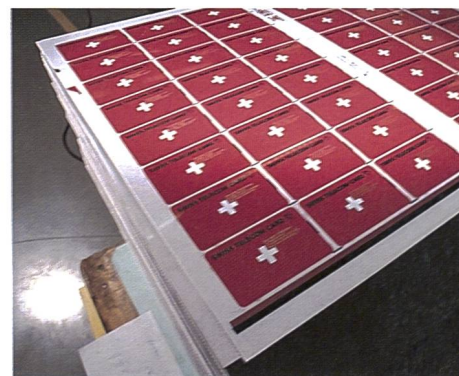
In questa punzonatrice, dal foglio di plastica si ricavano le singole carte.



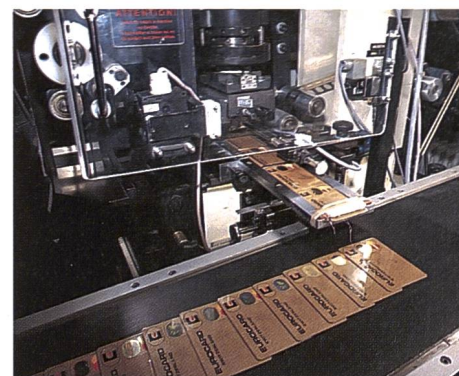
Su una lamiera di rame, i quattro strati entrano nella pressa laminatrice ed escono sotto forma di carte Telecom fresche di stampa.



Una serie di Swiss Telecom cards in attesa di entrare nella punzonatrice. Ne usciranno dei pezzi grezzi finiti.



Su queste Eurocard è appena stato impresso l'ologramma.



A questo punto i quattro strati sono pronti per il forno. Su una lamiera di rame vengono spinti nella pressa laminatrice, dove rimangono per periodi differenti. Per effetto della pressione e del calore, le parti si uniscono in un insieme omogeneo. Dopo il raffreddamento, il tutto viene di nuovo diviso in molte parti: nella quarta fase della lavorazione, una punzonatrice ritaglia le singole carte dal foglio di plastica.

È ora il momento di apporre le impressioni speciali. Anche per questa quinta fase, esistono delle macchine per l'applicazione degli ologrammi e degli spazi per la firma.

In un'azienda che fabbrica banconote, titoli, chèques e carte di credito, fidarsi è bene, ma controllare è ovvia-



mente ancora meglio. Per questo motivo i pezzi grezzi, ancora anonimi, vengono sottoposti ad un accurato esame. Nella sequenza delle varie fasi di lavoro, l'ultima postazione nella

zona di sicurezza è dunque quella a maggior impiego di personale.

Anche qui, il fotografo deve inquadrare il personale in modo che non sia



riconoscibile: l'identità di questi collaboratori – alcuni di loro di lunga data – è comprensibilmente un segreto professionale. *Sécurité oblige...*

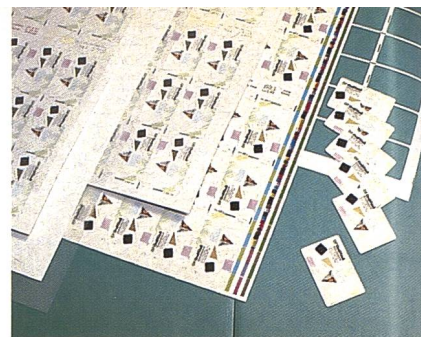
Se il cliente non le ritira subito, le carte di credito così ultimate vengono depositate in magazzino. Per risparmiare sui costi, le banche e gli altri importanti committenti ne fanno in genere stampare diverse migliaia di unità che poi richiedono progressivamente. Se per esempio la signora Bianchi fa domanda di un'Eurocard-Raiffeisen allo sportello della sua banca Raiffeisen, tale richiesta viene iscritta nella lista generale delle ordinazioni che la banca invia alla OF. La maggior parte degli istituti ricorre alla Telekurs AG, quale centro meccanografico centrale per la trasmissione dei dati.

I dati personali memorizzati sui nastri magnetici vengono quindi letti nel reparto competente (personalizzazione) ed immediatamente utilizzati. Per ritornare al nostro esempio, tutte le ordinazioni pervenute concernenti



l'Eurocard-Raiffeisen vengono sbrigate in un ciclo di lavoro. I pezzi grezzi vengono dapprima stampati. Poi la carta di credito viene inserita in un apposito cartoncino che funge da supporto. Un'unica macchina svolge l'intera operazione. La carta reca il numero e il nome completo del titolare, la striscia magnetica il codice. Infine, il cartoncino viene indirizzato al titolare e infilato in una busta con finestrella. A seconda del tipo di carta, il processo di personalizzazione può prevedere anche una foto del titolare, riprodotta sulla carta di credito mediante termostampante o laser.

Dai quattro strati (sinistra) ai pezzi grezzi finiti (destra).



Nel *tapelayer*, sui modelli stampati viene apposta una pellicola protettiva e le strisce magnetiche.



In una fase del ciclo di produzione, le carte ancora anonime (davanti) vengono personalizzate e messe in una busta (dietro).



Prima della personalizzazione, i pezzi grezzi finiti vengono controllati ad uno ad uno.



L'assortimento di carte di credito di ogni genere è ampio e difficile da catalogare. Attualmente solo in Sviz-



zera sono in circolazione circa sei milioni di carte di credito. La OF ha iniziato la sua produzione all'inizio degli anni Ottanta. Attualmente la ditta

di Zurigo invia quotidianamente migliaia di carte a mezzo posta. Per via separata (e quindi mai nella stessa busta), il cliente riceve anche il suo codice personale (codice NIP) – stabilito dal centro meccanografico della banca (in genere la Telekurs AG) – con il quale potrà usare la carta anche per i pagamenti senza contante.

La OF riceve ordinazioni da tutt'Europa e anche da diversi Paesi del vicino Oriente. Anche in futuro il lavoro certamente non mancherà: la sostituzione delle vecchie carte e l'inarrestabile corsa al denaro di plastica ne sono la migliore garanzia.

Eurocard-Raiffeisen

L'Eurocard-Raiffeisen non solo permette di pagare senza contanti, ma anche di prelevare del denaro da ogni bancomat della Svizzera e del Liechtenstein, senza nessuna spesa.

Per lungo tempo da noi è prevalso lo scetticismo nei confronti di carte di credito e prodotti affini, molto diffusi soprattutto negli USA. Ma adesso le cose sono cambiate. Anche gli svizzeri (e le svizzere) hanno imparato ad apprezzare la possibilità di pagare senza contanti. Nel nostro paese sono infatti attualmente in circolazione oltre 5,5 milioni di carte e la tendenza è al rialzo.

Anche presso la clientela delle banche Raiffeisen il

■ **Pratica in viaggio:** nei viaggi (all'estero) non è più necessario portare con sé grandi quantità di denaro contante. La carta risulta inoltre molto utile per esempio in caso di noleggio di un'automobile: non è richiesto nessun deposito!

■ **È sufficiente una firma:** la carta permette di pagare in tutto il mondo senza contanti, nei negozi, negli hotel e nei ristoranti, nonché di

Prelevamento di contante senza spese

Da circa un anno, l'Eurocard-Raiffeisen permette anche di prelevare – *senza nessuna spesa* – del contante da tutti i bancomat-ec della Svizzera e del Principato di Liechtenstein. A questo scopo, i titolari della carta devono solo far uso di un codice personale segreto (NIP). I prelevamenti di contante vengono addebitati direttamente sul loro conto presso la banca Raiffeisen.

È possibile usufruire anche della rete europea dei bancomat-ec. Indipendentemente dagli orari di apertura degli sportelli, mediante l'Eurocard è possibile prelevare fino a 1'000 franchi al giorno, nella valuta locale. Questo servizio è tuttavia soggetto a una tassa del 2,5 per cento (minimo 10 franchi) dell'importo prelevato.

Presentando il passaporto, con l'Eurocard è inoltre possibile prelevare denaro contante da oltre 200'000 banche in tutto il mondo. Anche su questo servizio viene applicata una tassa pari al 2,5 per cento (minimo 10 franchi) del prelevamento.

Presto anche la carta intelligente

Con ogni probabilità – l'anno prossimo o quello successivo – l'Eurocard-Raiffeisen diventerà anche una *carta intelligente* (vedi "Panorama" 3/95). Oltre alle già esistenti strisce magnetiche, la nuova carta sarà munita anche di un microchip, sul quale si potrà cumulare – a debito del proprio conto – un qualsiasi importo, mediante una semplice operazione svolta presso il bancomat. Si tratterà di una vera e propria rivoluzione nei pagamenti scriturali, in quanto non sarà più necessario addebitare immediatamente i singoli importi, che verranno invece memorizzati e quindi trasmessi – per esempio settimanalmente – per via elettronica.

saldare il conto di numerosi altri servizi: basta una firma sul bollettino.

■ **Conteggio trasparente:** la spesa non viene immediatamente addebitata, ma inclusa in un conteggio mensile. A distanza di alcuni giorni, l'importo viene infine addebitato sul conto, tramite il sistema di addebitamento diretto (LSV - vedi "Panorama" 2/95).

■ **Nessun rischio:** in caso di furto o di smarrimento, la carta viene in genere sostituita entro le 24 ore. In caso di uso indebito ad opera di terzi, il titolare deve rispondere personalmente per un importo massimo di 100 franchi.

■ **Carta gratis per il partner:** la tassa annua per un'Eurocard-Raiffeisen è di soli 50 franchi, inclusa una carta gratuita per il partner.

boom continua senza cedimenti: dall'introduzione dell'Eurocard-Raiffeisen nel 1993, oltre 35'000 persone hanno fatto uso di questo nuovo prodotto e, anche in questo caso, la tendenza è al rialzo. Si tratta di un risultato tanto più soddisfacente, se si considera che sono in circolazione già oltre 150'000 carte-ec per il bancomat, emesse dalle banche Raiffeisen.

Numerosi vantaggi

I numerosi vantaggi di una carta di addebitamento (charge-card) o di pagamento – l'Eurocard-Raiffeisen rientra in quest'ultima categoria – sono evidenti.



L'amicizia è più che mai opportuna

Il 25.mo concorso Raiffeisen per la gioventù ha nuovamente riscontrato un grande successo. Alle Banche Raiffeisen di tutta la Svizzera sono pervenuti 37563 disegni: 3766 disegni in più dell'anno scorso, ossia un aumento dell'11%. Un esito lusinghiero anche per il tema scelto, incentrato sull'amicizia.

Un record di partecipazione al concorso internazionale per la gioventù in occasione del 25.mo anniversario. Il motto «Ehi tu! diventiamo amici!» ha visibilmente motivato i giovani.

Anche per la giuria non è stato

facile scegliere fra le migliaia di disegni pervenuti. Dopo ore di esame e selezione, si è infine potuto designare i vincitori delle quattro categorie (vedi riquadro).

I vincitori, come pure i secondi e terzi classificati delle quattro categorie di età, saranno invitati alla festa nazionale di chiusura di Rapperswil.

Il programma di questa manifestazione prevede una visita allo zoo al mattino e una rappresentazione speciale del Circo Starlight al pomeriggio.

Ci congratuliamo con i vincitori e ringraziamo tutti i partecipanti, particolarmente anche i docenti che si sono occupati del tema con i loro allievi.

I vincitori dei premi principali

Concorso di disegno

Categoria di età 1977-80:

Beatrice Fahrni (15) di Schwarzenegg/BE.

Premio: partecipazione alla festa internazionale di chiusura a Monaco e una settimana di ritiro creativo a Capri.

Categoria di età 1981-84:

Stefan Naef (14) di Ebnet-Kappel/SG.

Premio: una settimana al campo internazionale di Dachstein.

Categoria di età 1985-86:

Sara Rivola (10) di Sant'Antonino.

Premio: un fine-settimana per due persone all'Euro Disney di Parigi.

Categoria di età 1987-89:

Simon Moser (7) di Fischingen/TG.

Premio: un fine-settimana per due persone all'Euro Disney di Parigi.

Premi speciali di «Panorama»

(un libretto di risparmio di fr. 300):

Oriana De Santis (7) di Vezia; Katja Berry (12) di Grünsch/GR e Muriel Mesot (9) di Bouloz/FR.

Premi per le classi

Vincono una gita scolastica a scelta:

3^a elementare di Pazzallo

Scuola media di Tavers/FR

6^a elementare di Bad Ragaz/SG

1^a elementare di Neumatt Eiken/AG

4^a elementare di Corbières Hauteville/FR

15 classi, tra le quali la 1/2a elementare di Peccia, ricevono un premio di 200 franchi.

Quiz

Complessivamente sono stati consegnati 22.788 tagliandi di partecipazione al quiz, ossia il 23 per cento in più dell'anno scorso.

1. premio (un fine-settimana per due persone all'Euro Disney di Parigi): Marcel Fitze, San Gallo.

2.-5. premio (possibilità di esaudire un desiderio del valore di fr. 300): Damiano Petraglio, Monte; Marc-Olivier Fleury, Courchapoix/JU; Christian Näf, Bichwil/SG; Irene Hegglin, Menzingen/SZ.



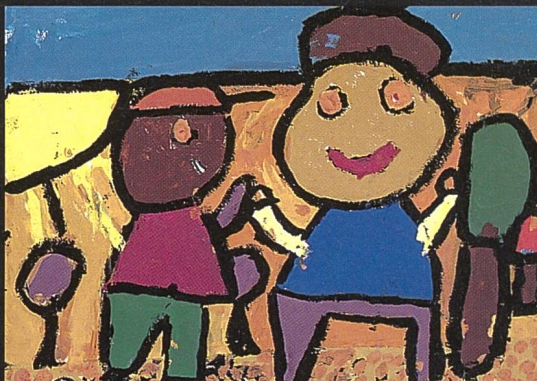
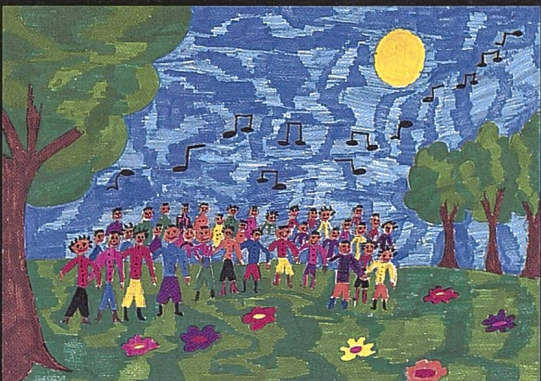
Beatrice
Fahrni



Stefan
Naef



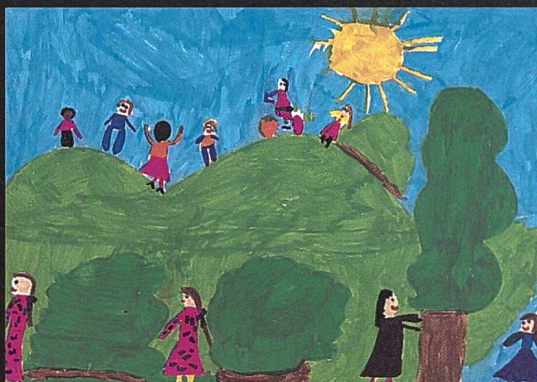
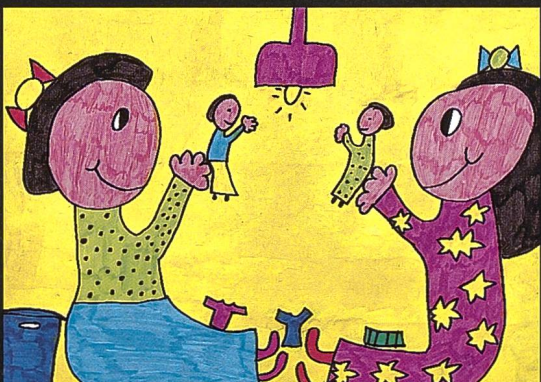
Sara
Rivola



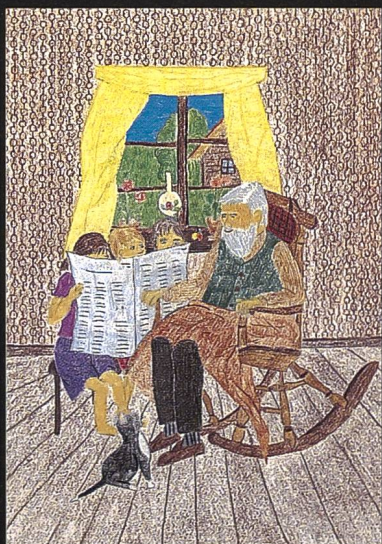
Simon
Moser



Muriel
Mesot



Oriana
De Santis



Katja
Berry

Meno svendite, più offerte speciali

Dal 1° luglio al 31 agosto di quest'anno, le svendite estive (i tradizionali *saldi*) avranno luogo per l'ultima volta nella vecchia forma. Durante la sessione primaverile, il Parlamento ha infatti approvato un'ampia liberalizzazione delle norme in materia di svendite. È ancora tutto da dimostrare se questo provvedimento avvantaggerà o danneggerà i consumatori.

MARTIN
ZIMMERLI

Per svolgere delle «liquidazioni e operazioni analoghe», i proprietari dei negozi devono attenersi alle norme della Legge federale contro la concorrenza sleale (LCSI) e alla relativa ordinanza.

L'essenziale in breve

Ecco in sintesi i punti essenziali:

■ Per indire pubblicamente delle vendite speciali che prevedono degli sconti nell'arco di un determinato

■ Dopo una liquidazione totale o parziale e per un periodo variante da uno a cinque anni, il richiedente non può né aprire né partecipare ad un esercizio analogo, tranne che nei casi di palese ingiustizia.

■ I Cantoni possono prelevare delle tasse per le liquidazioni.

Rinnovamento economico

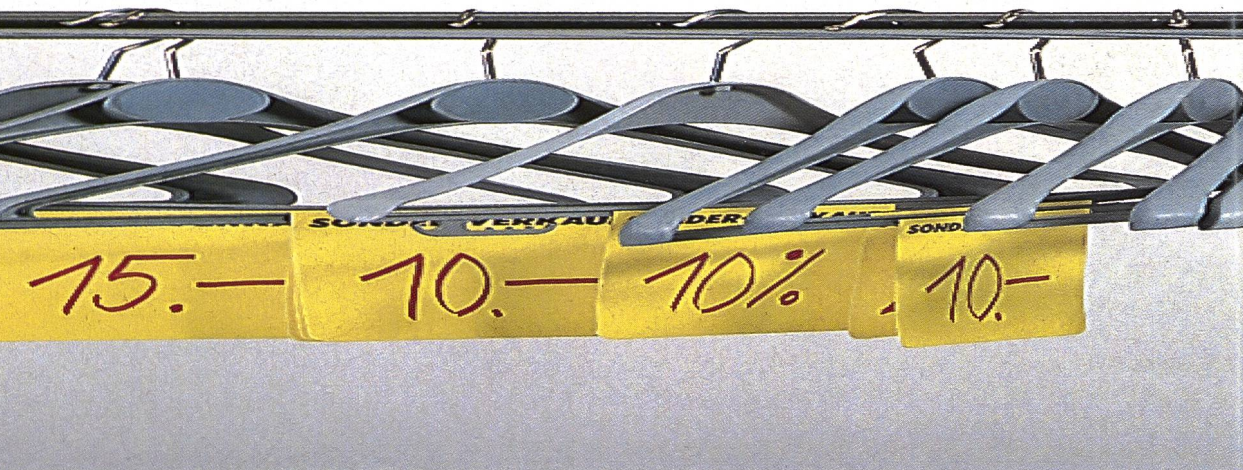
Tutte queste norme – e molte altre ancora – vengono ora abrogate, conformemente a quanto deciso – senza voti contrari – lo scorso marzo

svendite saranno quindi possibili durante tutto l'anno e senza nessuna autorizzazione.

Proliferazione selvaggia

Le organizzazioni dei consumatori e dei dettaglianti esprimono pareri diversi in merito alla nuova situazione. Ma nessuno, tranne le grandi catene di distribuzione (vedi intervista), ne è veramente contento.

Gisela Haenle – del Forum delle consumatrici (KF) – teme per esempio che all'inizio ci sia «una prolifera-



lasso di tempo, è necessaria l'autorizzazione delle autorità cantonali.

■ I Cantoni possono autorizzare le vendite speciali solo nei periodi dal 1° gennaio alla fine di febbraio e dal 1° luglio al 31 agosto, per tre settimane al massimo.

■ Le liquidazioni totali sono limitate a un periodo variante da quattro a sei mesi; le liquidazioni parziali da uno a due mesi.

■ L'autorizzazione per una liquidazione totale o parziale viene concessa solo se l'esercizio è in funzione da almeno un anno.

dal Consiglio nazionale e dal Consiglio degli Stati. L'operazione era parte del programma di rinnovamento dell'economia di mercato, messo a punto dal Consiglio federale dopo il no al SEE.

Questa liberalizzazione in concreto significa: in base alla proposta presentata al Consiglio federale dall'Ufficio federale dell'industria, delle arti e mestieri e del lavoro (UFIAML), dal 1° novembre 1995 non è più lo Stato a decidere quando i negozianti debbano liquidare le merci in magazzino. In futuro, le

razione ancora più selvaggia» di quella attuale. «A medio termine, i consumatori probabilmente trarranno beneficio dalla liberalizzazione» afferma la Haenle. Prevede che con il tempo i prezzi si stabilizzeranno su un livello inferiore rispetto al presente. E anche il commercio ne approfitterà, perché le continue oscillazioni dei prezzi disorientano la gente. Per la clientela risulta infatti difficile capire perché un paio di scarpe che prima costava 250 franchi, due settimane più tardi è svenduto a soli 125 franchi.

Confrontare e ancora confrontare...

La Fondazione per la protezione dei consumatori (FPC) ritiene *praticabile* la nuova legislazione, assicura Simonetta Sommaruga, direttrice dell'organizzazione. L'esperienza tuttavia insegna che non è opportuno indire le svendite nello stesso periodo per tutti i settori. Il suo consiglio ai consumatori: «Non stancatevi di confrontare qualità e prezzo. Con la liberalizzazione diventa più difficile avere una visione d'insieme».

Viene meno la sicurezza dei margini di profitto

I commercianti al dettaglio nutrono sentimenti contrastanti nei confronti della liberalizzazione. Sembra quasi che non ci si trovi del tutto a proprio agio in compagnia dei fantasmi evocati. Non c'è praticamente nessun commerciante che non si dichiari per una quasi totale liberalizzazione della concorrenza («più libertà, meno Stato»). Eppure, adesso che tale aspirazione è stata in parte realizzata, ci si scher-misce.

calzature – così riassume il disorientamento generale, provocato in un primo tempo dalla decisione del Parlamento.

Per principio, è favorevole all'abolizione di ogni legge e limitazione.

Tuttavia, considerata la generale saturazione del mercato – e la conseguente stagnazione del fatturato – a suo parere la liberalizzazione arriva in un momento veramente poco propizio.

Spieß teme un'iniziale stravolgimento della concorrenza da parte di alcuni negozi che, per aumentare il fatturato a breve termine, applicheranno dei prezzi stracciati. Prima o poi, tali negozi sono tuttavia destinati a scomparire dalla scena. «Determinati margini sono necessari. E se vendiamo una scarpa a metà prezzo, siamo noi a rimetterci».

Per i consumatori la modifica della legge ha solo vantaggi, perché di norma il commercio al dettaglio ha delle giacenze di magazzino in leggero eccesso ed è quindi in grado di ridurle a breve termine, con dei corrispondenti ribassi.

soccombere ad una permanente politica dei prezzi bassi da parte dei grandi distributori. D'altro canto, per Uetz si tratta di una «grande occasione» per riuscire a sopravvivere in base al seguente principio del commercio: «offrire la merce giusta, al momento giusto e al prezzo giusto».

Un esempio: i tailleur hanno una stagione molto breve. Si indossano solo nella mezza stagione. Passato questo periodo – come è accaduto spesso negli ultimi anni – nessuno acquista più un tailleur al prezzo regolare. Ora che le svendite non sono più vincolate a determinate scadenze, i dettaglianti potranno agire più rapidamente. Non dovranno più aspettare fino a luglio, «quando nessuno acquista più un tailleur, nemmeno con lo sconto».

Nessun controllo per i non addetti ai lavori

I consumatori non approfitteranno granché di questa liberalizzazione, assicura Raymond Vonesch, presidente dell'Unione svizzera degli installatori concessionari in radio e televisione. Vonesch premette però di non rappresentare un tipico setto-

A ben guardare, non è poi così strano, perché l'ordinanza in materia di liquidazioni non si prefiggeva – almeno all'inizio – di tutelare i consumatori da un'ondata di svendite. Al contrario, il suo scopo era quello di assicurare ai dettaglianti i margini di profitto al di fuori del periodo delle svendite.

Momento poco propizio

«Già il 1994 non è stato un anno positivo, e adesso anche questo.» Dieter Spiess – presidente dell'Unione svizzera dei commercianti in

«Una grande occasione»

Anche Siegfried Uetz – presidente dell'Associazione svizzera dei dettaglianti in tessili – invita i colleghi del suo settore alla ragionevolezza. Ognuno deve stabilire i prezzi in base alle proprie esigenze, senza perdere di vista i margini di guadagno. Un margine del 2-3 per cento è comunque già molto esiguo.

Nel complesso, nel suo settore l'abrogazione delle norme in materia di svendite non ha suscitato «grandi entusiasmi», afferma Uetz. Soprattutto le piccole aziende temono di

re di svendite. A suo parere c'è il pericolo che «i clienti vengano abbindolati». Abbindolati nel senso che soprattutto i negozi in perdita potrebbero intenzionalmente acquistare dei modelli ormai datati, per poi rivenderli a prezzi stracciati. Per i non addetti ai lavori è praticamente impossibile tenere una situazione del genere sotto controllo.

«Prolifera- zione di offerte speciali»

Durante la consultazione, l'Associazione svizzera dei negozi di



Intervista con Roland Todt (Coop)

«Saremo in grado di offrire dei prezzi ancora più vantaggiosi»

Come reagiranno i grandi distributori alla liberalizzazione delle svendite? A colloquio con Roland Todt, responsabile del marketing del settore *non food* presso Coop Svizzera.

PANORAMA: *La liberalizzazione delle norme in materia di svendite comporterà dei prezzi più bassi per la vostra clientela?*

ROLAND TODT: Penso proprio di sì. La nostra clientela approfitterà soprattutto del fatto che sarà possibile indire delle offerte speciali ogni qualvolta sarà necessario.

Nel senso che lancerete delle offerte speciali ogni qualvolta che avrete un eccesso di scorte di magazzino?

Sì, anche. Ma ciò ha dei vantaggi anche per il consumatore. Prendiamo come esempio gli sci. Negli anni in cui a gennaio – il tradizionale periodo dei *saldi* – la neve non era ancora arrivata, dovevamo decidere se sven- dere ugualmente gli sci a condizioni più favorevoli. Di solito lo faceva-

mo, ma eravamo piuttosto cauti con le riduzioni di prezzo. Dopo tutto, la neve poteva ancora arrivare...Se ora abbiamo invece la possibilità di fare una vera e propria vendita di fine stagione, e quindi di liquidare il magazzino, saremo in grado di offrire dei prezzi ancora più vantaggiosi.

Sull'arco di tutto l'anno, i prezzi saranno inferiori a quelli attuali?

Difficile dirlo oggi. Forse.

Allora finora i vostri margini sono stati troppo alti.

Qui i margini non c'entrano molto. Durante il periodo di svendita offriamo degli articoli stagionali, che si prevede non saranno più moderni nella prossima stagione. Svendiamo questi articoli per non doverli più te-

nere in magazzino, evitando così le tasse di magazzinaggio.

Le grandi catene di distribuzione come la Coop hanno maggiori possibilità di attirare la clientela nei loro esercizi. La liberalizzazione sarà quindi un'occasione per dare un altro colpo in testa ai piccoli negozi?

Non si tratta affatto di questo. Anche oggi lanciamo spesso delle offerte speciali. La realtà è invece che in futuro avremo una maggiore libertà d'azione a livello nazionale, potremo fare una pubblicità un po' più aggressiva, senza temere di essere citati davanti al giudice ad ogni piè spinto. Perché anche questo è un problema della vecchia regolamentazione: i vari Cantoni la interpretano in maniera assai diversa, il potere discrezionale dei giudici è grande.

articoli sportivi si è dichiarata «piuttosto contro» l'abolizione delle disposizioni in materia di svendite, malgrado il fatto che, in gennaio e febbraio, la svendita cada in un periodo un po' prematuro, soprattutto per quanto riguarda gli articoli per gli sport invernali, come spiega Claude Benoit, presidente dell'associazione.

Benoit teme che il consumatore venga bombardato da una serie di offerte speciali da parte dei grandi distributori: «Ci minaccia una proliferazione selvaggia di offerte speciali, come è consuetudine nel settore alimentare». In risposta, anche i negozi di articoli sportivi non potranno fare a meno di lanciare vendite promozionali durante tutto l'anno. «Le svendite in senso stretto non avranno più ragione di essere».

Perdita di significato

Piaccia o meno, così stanno le cose. Il fatto è che oggi i *saldi* non hanno certamente più lo stesso significato che avevano solo trent'anni fa.

Da quando nei negozi le vendite speciali imperversano durante



tutto l'anno, i consumatori sicuramente non aspettano più con tanta impazienza l'inizio dei tradizionali *saldi*.

In fondo, i consumatori possono essere contenti dell'abolizione delle restrizioni alle svendite, tanto più che oggi – almeno ufficialmente – nessuno vuole più saperne di accordi all'interno del settore, si rammarica Guido Sutter dell'U-

FIAML. A medio e lungo termine, in tutti i rami ci saranno probabilmente meno svendite come le intendiamo noi oggi, ma in compenso saranno molto più numerose le offerte speciali. E allora è chiaro: la (non)regolamentazione non è poi un fatto così nuovo. Nel settore alimentare esiste già da tempo e sia i consumatori che i negozianti ne sembrano del tutto soddisfatti.

Pazienza, se non volete rompervi i denti!

Ogni anno 50 milioni di «Willisauer Ringli» addolciscono il nostro palato, ma richiedono nel contempo tecniche avanzate per la loro produzione. Se ci tenete ai vostri denti, spezzate dapprima queste ciambelle e lasciatele poi sciogliere in bocca!

JÜRGEN
SALVISBERG

Un inglese scrisse una volta una lettera di reclamo al «Willisauer Café Amrein» in cui si lamentava di «quel vecchio biscotto duro come sasso» che gli era stato offerto in occasione di una sua visita. Egli non conosceva certo il modo più opportuno per gustarlo! Così aveva avuto parole di lode solo per il caffè e la torta consumati in quel ristorante, culla dei «Ringli», poiché aveva considerato questi ultimi un attacco all'integrità dei suoi denti.

Quelli originali sono senza grassi

È proprio questa durezza la caratteristica dei Ringli: la pasta lavorata

morbidamente con poca farina di frumento è fatta con zucchero, miele e scorza di limone. Si aggiungono a piacere sale, olio essenziale di limone, lievito in polvere e arance.

Le ciambelle, che già da tanto tempo sono prodotte con macchine, vengono poi cotte al forno ad una temperatura di 150 gradi, che dona loro un aspetto brillante con dei puntini bianchi dovuti allo zucchero che si è cristallizzato.

Nella loro antica ricetta, Walter Rengli e Fritz Kneubühler, pasticceri di quella cittadina del Canton Lucerna, che si mettono in competizione con la casa Amrein, non usano però grassi. Questo elemento decisivo conferisce al «Willisauer Ringli» un grado di durezza riscontrabile

nella scala di durezza delle pietre. Perciò si raccomanda di rompere la piccola ciambella e di lasciarla sciogliere in bocca ammorbidendola con la saliva o addirittura di succhiarla. Per i golosi, che non si vogliono adattare a simile tecnica, c'è tuttavia l'alternativa di rosicchiarla con i denti. I Ringli duri si ammorbidiscono se, un'ora prima di consumarli, sono esposti all'aria, in modo che ne assorbano l'umidità.

A chi piace e per chi non si fa problemi, il Ringli lo si può anche immergere, per ammorbidirlo, nel caffè.

Ringli in versione morbida

Nel frattempo l'economia di mercato ha messo a punto un prodotto



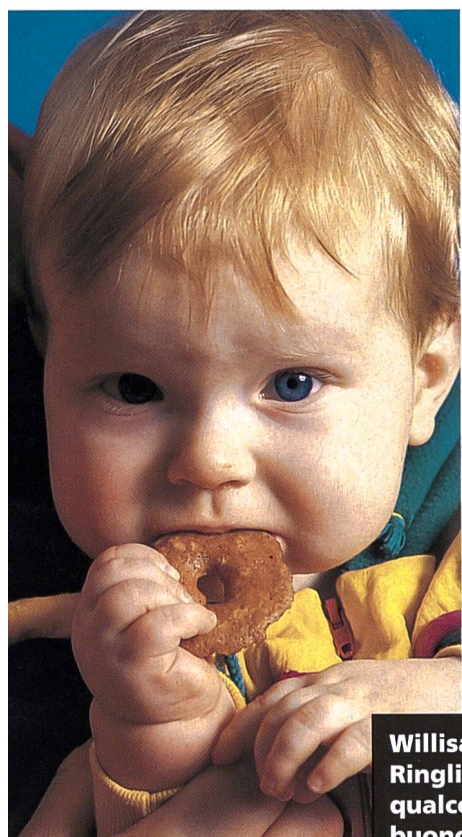


Foto: Patrick Lüthy

Willisauer Ringli: qualcosa di buono da succhiare!

più morbido, che si può già acquistare nei negozi. L'impresa familiare Hug AG di Lucerna vende accanto agli originali «Willisauer Ringli» extrafini, quelli contenenti grassi vegetali.

A partire dal primo marzo di quest'anno la ditta, che ha domicilio a Malters, dopo i diritti di vendita ha acquistato anche i diritti di produzione della più grande ditta produttrice di biscotti Willisau AG.

Nel 1994 la ditta Willisau Biscotti AG ha prodotto solo in Svizzera più di 20 milioni di Ringli.

Il fatto che sia una ditta di Malters a produrre il maggior numero di Ringli non disturba i pasticceri di Willisau, perché in primo luogo i Ringli provengono sempre dalle pasticcerie di Willisau e in secondo luogo perché non è ancora sicuro che questa specialità sia proprio nata a Willisau.

Fu un pasticciere di nome Heinrich Maurer attivo a Willisau ma proveniente dall'Argovia, allora territorio bernese, che venne a conoscere in un castello lucernese questa leccornia, dalla seconda moglie.

Ma procediamo con ordine...

La storia delle origini

Heinrich Maurer nacque nel 1819 a Schmiedrued. Figlio di contadini, dopo una gioventù irrequieta si stabilì a Willisau. Quivi si sposò nel 1846. Dopo la morte della moglie, si risposò nel 1858 con Martha Peyer, imparentata con la famiglia Pfyffer, proprietaria del castello di Heidegg.

Il castello situato nel Seetal lucernese custodiva allora una specialità che Martha Peyer, con il consenso o no del parentado, portò per così dire in dote al suo sposo pasticciere.

Heinrich Maurer riconobbe subito il potenziale economico di questa dolce leccornia che dedicò alla sua patria di adozione: era nato il Willisauer Ringli.

Questa storia è molto verosimile e lascia supporre che a Willisau, alla fine degli anni '50 del secolo scorso, erano già in vendita i primi «Ringli».

Quando nel 1882 Heinrich Maurer morì, il figlio Robert ereditò il negozio e la ricetta originale. Alla sua morte, nel 1922, la vedova di Robert vendette l'azienda a Moritz Amrein, locatario della pasticceria Maurer. In seguito sorse a Willisau il «Café Amrein» e ora proprietario del locale è Walter Renggli, diretto discendente del primo produttore dei Willisauer Ringli su territorio di Willisau.

Un caso per i giudici

Per l'omologazione di questo caso si dovettero rompere la testa tanti giudici! Nel 1937 il tribunale circondariale decise che solo la pasticceria Amrein possedesse la ricetta origi-

nale. Il caso giudiziario fu innescato da un'accusa sporta contro un ex-dipendente della pasticceria Maurer che fu incolpato di aver copiato la ricetta originale e di averla venduta.

Nel frattempo tutte le liti furono composte.

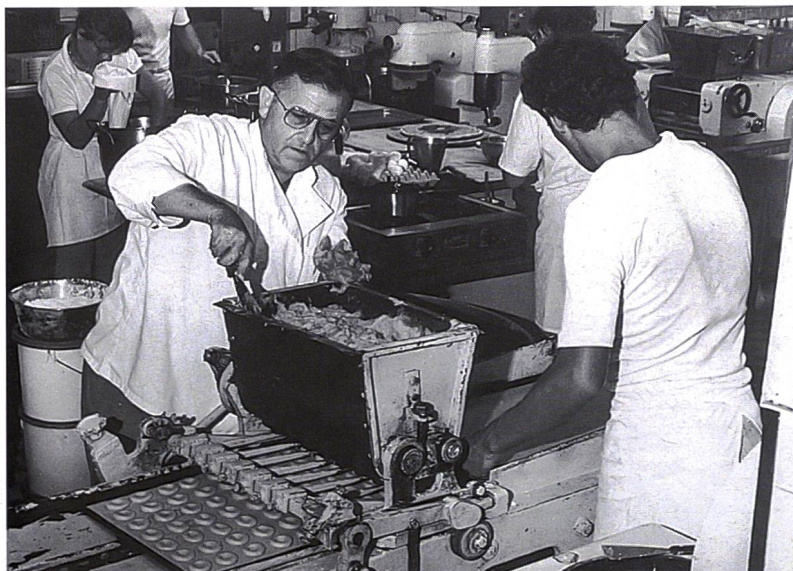
Tenendo conto delle origini di questo biscotto che si sono radicate anche con tante leggende, i diversi produttori hanno cessato di intraprendere qualsiasi disputa tra di loro e di ostacolarsi. Il Willisauer Ringli non è comunque un oggetto ideale di lite.

Secondo una di queste leggende fu probabilmente il Landfogto di Lucerna che dispose con intento conciliante nel vero senso del termine quanto segue: «Il signore proprietario terriero deve aver dato il consenso al matrimonio di suo figlio sebbene non conforme al proprio stato sociale, dopo che uno gnomo gli aveva trasformato con una magia l'anello con il sigillo in questo dolce biscotto».

Oggi, nel periodo d'Avvento e di Natale, in cui le vendite di questo prodotto aumentano enormemente, il Ringli è simbolo di pace e di festa dell'amore. Lo si usa mettere nel sacchetto di San Nicolao ed ha un posto importante sull'albero di Natale anche se questa tradizione non è più tanto sentita.

Ecco come a Willisau vengono preparati gli «anellini» presso la pasticceria Amrein, il cui titolare

Walter Renggli è il diretto discendente del primo produttore di queste specialità ideate 150 anni or sono.





Macchina
riempitrice,
attentamente sotto
controllo del
personale. Sullo
sfondo il direttore
dell'Ambra SA,
Augusto Bontà.

■ INDUSTRIE

Per una bollicina in più

La gazosa, prodotto genuino, privo di conservanti e coloranti, è una bibita che riscuote da generazioni l'ampio consenso del consumatore. Ne parliamo con Augusto Bontà, direttore della ditta Ambra SA di Personico, produttrice di diverse marche di gazose.

SYLVA
NOVA

Se alla gazosa togliessero le bollicine, probabilmente nessuno la berrebbe più. Forse, il segreto vero di questa bibita frizzante, non sta tanto nei suoi ingredienti, ma proprio nella sua effervescenza.

Come la Coca Cola, che prima di diventare tale era solo un semplice sciroppo a base di estratti di cola, di foglie di coca e di zucchero. Unicamente con l'aggiunta di acqua gassata, nel 1886, la Coca Cola cominciò a invadere il mercato con un successo senza precedenti.

Più o meno a quell'epoca si propagava, nei circuiti produttivi, la gazosa, bevanda nostrana, non sofisticata, a quel tempo preparata soprattutto nelle case e resa effervescente al sole, con procedimenti semplici, ma ben precisi.

Comunque, quelle bollicine illustri, tipiche di ogni bevanda gassata, devono la loro fama a un inglese, William Browning, che ebbe l'idea, nel 1741, di infondere acido carbonico nell'acqua di fonte, e di vendere successivamente bottiglie di acqua gassata.

La gazosa è comunque un prodotto tipicamente ticinese, poco dif-

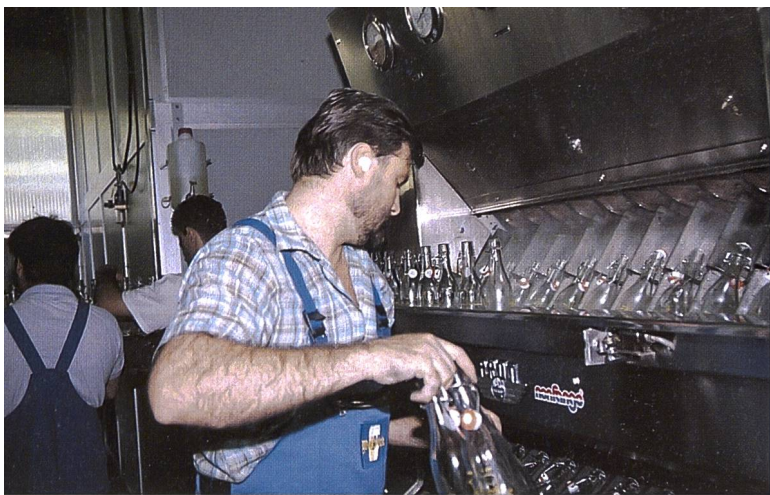
fuso nel resto della Svizzera, dove si consumano bibite simili, di gusto comunque diverso, soprattutto per un palato attento.

Sull'argomento ci soffermiamo con Augusto Bontà, direttore dell'Ambra SA di Personico, ditta produttrice di gazose.

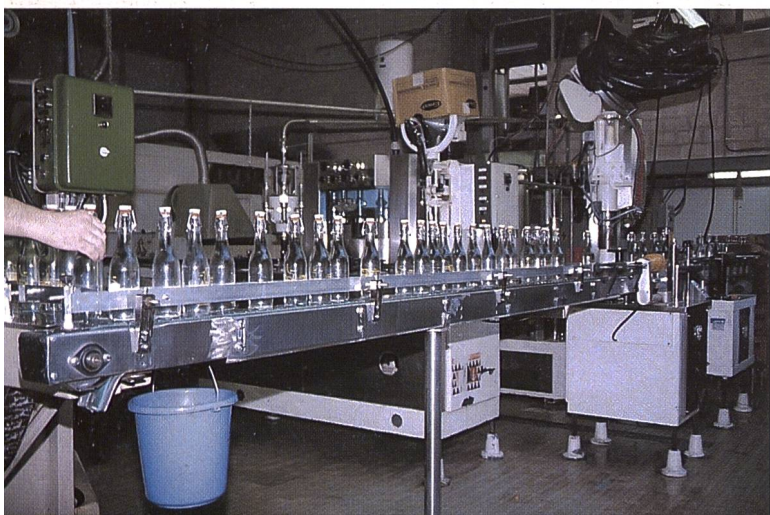
Perché la gazosa viene bevuta soprattutto in Ticino?

«Poiché è un prodotto della nostra regione, molto amato dalla popolazione locale, ma anche dai turisti.»

La gazosa, pur essendo una bibita popolarissima, è comunque una bevanda d'amatori, apprezzata an-



La prima e fondamentale operazione è affidata alle cure dell'addetto alla lavabottiglie.



Punto di raccolta finale. Regolari controlli delle autorità competenti garantiscono igiene nelle varie tappe di lavoro e qualità del prodotto.

che per la sua caratteristica bottiglia con scritta vetrificata e con chiusura a macchinetta, elementi che incidono sul costo della bottiglia stessa.

«Tra le bibite dolci – afferma Augusto Bontà – la gazosa è un prodotto ben recepito in Ticino; l'articolo comunque più richiesto è l'acqua minerale. Vendiamo la gazosa direttamente al consumatore (privato, ristorante, albergo, negozio, cantiere, società) soprattutto nel Bellinzonese, in Leventina e val Blenio, mentre scendiamo fino a Chiasso, Mendrisio, Lugano, Locarno per servire i grossisti.»

Sulla bottiglia della gazosa Ambra, c'è una data e un nome: *dal 1890 gassose Cantoni*. Una bibita che festeggia dunque i suoi 105 anni, che ha superato crisi economiche, due guerre e la concorrenza indiretta di grandi colossi. A che cosa è dovuto questo successo?

«Anzitutto, la gazosa, di qualsiasi marca sia, anche quella che si prepara artigianalmente a casa, è una bevanda che fa parte delle tradizioni del nostro Cantone. Per quel che ci concerne, abbiamo cercato di sviluppare la qualità del prodotto, prerogativa indispensabile per man-

tenere una fetta di mercato. Cantoni, il fondatore, proveniva da Novaggio, ed era molto conosciuto anche per la produzione di un amaro. Prima della guerra '14-'18, si trasferì in Leventina, dove stava nascendo, nei dintorni di Bodio, una zona industriale.

Più tardi, il destino della gazosa Cantoni venne affidato al figlio del fondatore, Valentino, il quale mantenne fino agli anni Settanta una piccola produzione, essenzialmente destinata ai consumatori di Bodio, Personico, Giornico, Pollegio: circa 10 mila bottiglie di gazosa all'anno.»

Come e quando, signor Bontà, il timone – o il collo della bottiglia – passò nelle sue mani?

«L'Ambra SA è stata costituita nel 1972. Abbiamo ripreso sia il nome della gazosa Cantoni, per ragioni di mercato, sia la ricetta del 1890. In questi ultimi due decenni, l'aumento della produzione è stato costante e progressivo: le bottiglie di gazosa in circolazione ora superano di molto il milione all'anno.

Lo sviluppo maggiore della nostra attività l'abbiamo comunque avuto con la creazione di un nuovo

capannone e con l'installazione di nuovi impianti, nel 1982.»

La gazosa Cantoni copre il 60% dell'attività produttiva dell'Ambra SA; il restante 40% riguarda invece la produzione di altre marche di gazzose, le cui rispettive ricette sono state consegnate o confidate ad Augusto Bontà stesso.

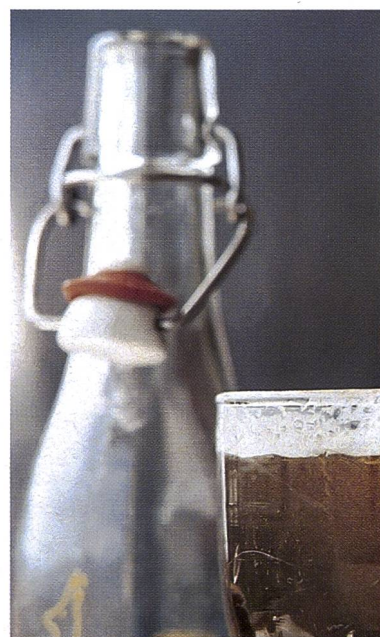
Acqua, limone, zucchero, anidride carbonica... che cosa determina la differenza di gusto tra una marca e l'altra?

«Le proporzioni delle miscele – precisa il direttore dell'Ambra – e le essenze usate. Ricette tutte comunque molto genuine: non ci sono conservanti, né coloranti. Molto importante è la pulizia della bottiglia, che viene scrupolosamente effettuata con apposite macchine.»

Che cosa l'ha spinto, più di 20 anni fa, a intraprendere questa attività?

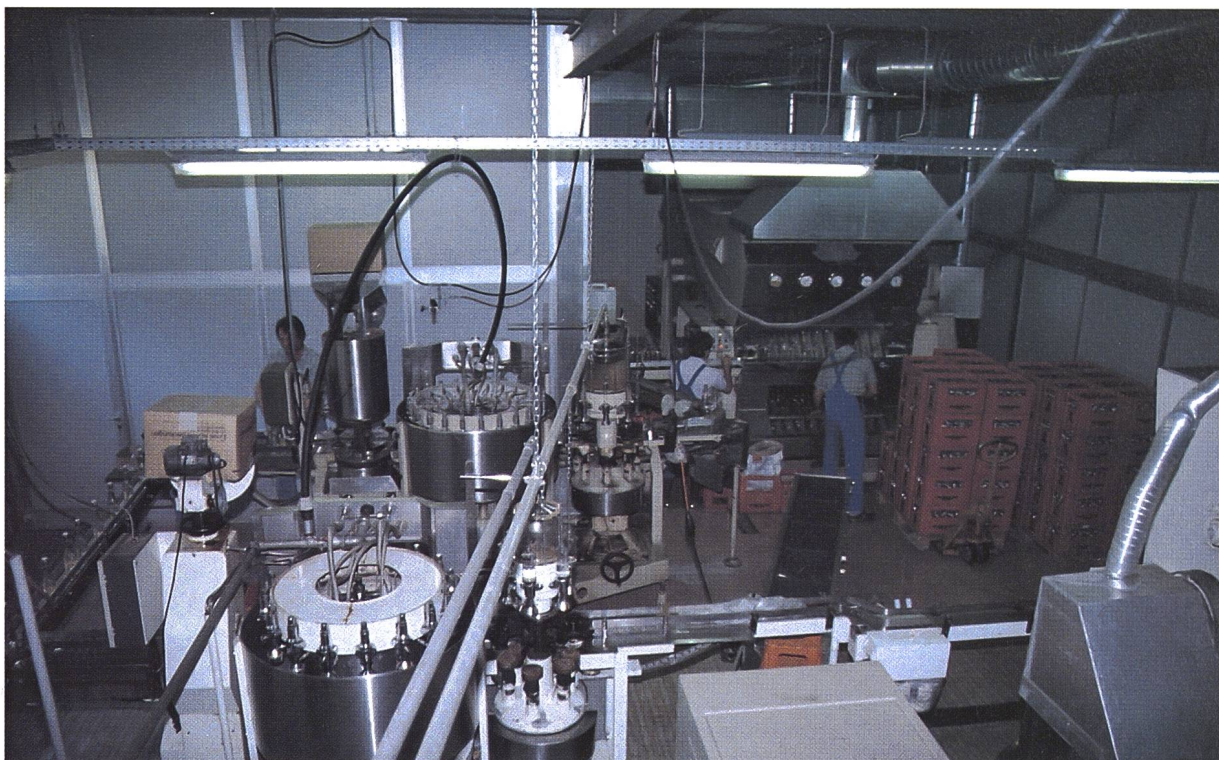
«Prima mi occupavo di elettromeccanica per una ditta della Svizzera interna, molto attiva all'estero. Ero responsabile di un team di 3-4 collaboratori. Mi piaceva avere delle responsabilità, ma in questo settore, ritornato in Ticino, non avevo molti sbocchi. Mi venne offerta la possibilità di iniziare una nuova attività, dalle molteplici responsabilità. Ho pertanto fondato un'azienda commerciale e con gli anni ho incrementato la produzione e diversificato il lavoro.»

Nato a Personico, Augusto Bontà ha voluto ricordare le sue origini



Tra il dolce e l'amaro: la panachée.

Locale produzione della ditta Ambra SA di Personico, dal quale esce, annualmente, oltre un milione di bottiglie di gazose.



fondando una ditta che richiama l'omonima val d'Ambra, che sale appunto da Personico, forse poco nota al grande pubblico, ma molto amata dagli appassionati di escursionismo. Il paesino di Personico, comunque, è soprattutto conosciuto per la sua chiesa parrocchiale dei Santi Nazario e Celso. Documentata dal 1256, divenne parrocchiale nel 1570. L'odierna chiesa dovrebbe appartenere, secondo gli studiosi, al secolo XVII. Accanto alla facciata domina il massiccio campanile neoromanico, mentre le due cappelle laterali contengono, dentro cornici lignee scolpite, statue della Madonna e di San Carlo Borromeo, risalente al 1700 circa.

Lungo la rapidissima arteria stradale che collega la pianura padana al Grande Nord, la Val Leventina la si percorre in un fiato, scorgendo realtà e ambienti caratteristici: gole profonde, boschi ripidissimi sovrastati da grandi placche rocciose e, qua e là, campanili romanici, a rammentarci presenze remote e a scandire il tempo della storia. E poi su, fino al San Gottardo, passo che ebbe un ruolo molto significativo nella storia europea, sia militare, sia commerciale, e tuttora, non va dimenticato, posizione strategica di grande interesse.

Signor Bontà, lei accennava alla diversificazione dell'attività della sua ditta. In che cosa consiste?

«Con la costruzione del nuovo capannone, che si estende su una superficie di oltre 1000 mq, abbiamo creato un vasto deposito di bibite che forniamo direttamente ai clienti. Disponiamo di circa settecento qualità di bevande, più o meno tutta la gamma che il mercato offre. Quindi, oltre alla produzione vera e propria di gazose, abbiamo in magazzino importanti stock di bibite, tra cui anche un assortimento di vini svizzeri ed esteri.»

Nel panorama cantonale relativo alla produzione di gazose, come vi collocate?

«Fra una decina circa di ditte del ramo, molto probabilmente, oggi siamo fra le più importanti del Ticino (certamente lo siamo per le Tre Valli); producendo infatti significativi quantitativi per terzi, ab-

biamo avuto un ottimo incremento di lavoro. Complessivamente smerciamo milioni di bottiglie (gazose e altre bevande) all'anno.»

Oltre al direttore, all'Ambra SA lavorano quattro dipendenti e due collaboratori a tempo parziale. Quattro i camion utilizzati per la distribuzione.

L'infrastruttura è in grado di produrre 30 mila bottiglie di gazosa al giorno, cifra praticamente di routine durante l'estate, stagione ovviamente di largo consumo. Tra un sorso e l'altro, a far tardi nel grotto o in pizzeria, bollicina su bollicina, la gazosa è sempre la gazosa, capace di mantenere negli anni anche un noto detto, tuttora attualissimo: buscià cumé na gazusa (o gazösa)...

Servizio fotografico: NOVA AGENZIA/SyN

Caratteristiche bottiglie a macchinetta, sui nastri trasportatori, a fine produzione.





I dirigenti dimissionari Rosa Ferrari, Osvaldo Galfetti e Giovanni Piffaretti onorati per la loro lunga e disinteressata opera a favore della Banca Raiffeisen di Arzo.

Avvicendamenti presso la Banca Raiffeisen di Arzo

Alla presenza di 63 soci si è svolta venerdì 12 maggio 1995 la 34.ma Assemblea Generale ordinaria della Banca Raiffeisen di Arzo, diretta dal presidente Osvaldo Galfetti. Il rapporto del Consiglio di amministrazione è stato presentato dal vicepresidente Giovanni Piffaretti, quindi il gerente Riccardo Prada ha riferito sull'andamento dell'istituto nel 1994, esercizio chiuso con una cifra di bilancio che sfiora i 17 milioni di franchi. L'Assemblea, sentito il rapporto del Consiglio di sorveglianza letto dalla segretaria Marilena Zappa, ha approvato sia i rapporti che i rendiconti 1994. Alle nomine, in sostituzione dei dimissionari Osvaldo Galfetti, Giovanni Piffaretti e Rosa Ferrari, l'Assemblea ha nominato all'unanimità, per il Consiglio di amministrazione Carlo Valsecchi e Pierangelo Frigerio, e per il Consiglio di sorveglianza Silvio Torti.

L'Assemblea ha poi eletto all'unanimità con applauso quale nuovo presidente del Consiglio di amministrazione l'avv.

Roberto Corsenca, che sarà affiancato dai membri Johann Loetscher, Matthias Poma, Carlo Valsecchi e Pierangelo Frigerio. Il Consiglio di sorveglianza è composto dal presidente Tiziano Rossi e dai membri Marilena Zappa e Silvio Torti.

Doni ricordo, da parte della Banca, e omaggi floreali, gentilmente offerti da Paolo Allio della locale ditta Pinta Fiorita, sono stati consegnati ai tre membri uscenti.

Il neo eletto presidente avv. Corsenca e il sindaco on. Carlo Valsecchi hanno espresso parole di elogio e di ringraziamento ai partenti per il lavoro svolto in tutti questi anni a favore del raiffeisenismo. L'avv. Corsenca ha proposto all'Assemblea di nominare il socio fondatore e presidente uscente Osvaldo Galfetti a presidente onorario dell'istituto, proposta che è stata accettata con un grande applauso. La serata si è conclusa con la tradizionale cena sociale ottimamente servita dai signori Buzzi del Bar Sport di Arzo.

Morbio Inferiore festeggia con gala e crociera i 50 anni della Raiffeisen

Cinquant'anni di presenza costante ed attiva a sussidio dell'operosità della comunità di Morbio Inferiore. È questo il traguardo che raggiunge quest'anno la locale Banca Raiffeisen.

Lo scorso 18 maggio ha avuto luogo l'annuale assemblea dei soci, con una folta partecipazione.

Durante i lavori ha avuto luogo un avvicendamento all'interno del Consiglio di sorveglianza. Battista Mora, dopo 18 anni di assidua collaborazione, lascia il posto a Giovanni Keller. All'uscite vadano i ringraziamenti per l'assiduo lavoro svolto, all'entrante gli auguri di rito.

Basta analizzare, seppure brevemente, le cifre per constatare la solidità e la dinamicità dell'istituto di credito.

A fine 1994 la cifra di bilancio ha superato i 74 milioni, gli investimenti si sono attestati oltre i 55 milioni, le riserve hanno raggiunto quota 3 milioni e 400'000 franchi, i soci sono ormai oltre 650.

Un altro dato significativo è rappresentato dai 207'000 franchi di imposte versate dalla

banca all'ente pubblico che a buona ragione devono essere considerati un tangibile contributo all'intera collettività.

Una banca con il vento in poppa, si potrebbe dire. È forse per questo motivo che, accanto alle molteplici manifestazioni a carattere culturale e sportivo che vengono sostenute (ammonta ad oltre 25'000 franchi il contributo annuo per questo tipo di attività), i dirigenti della Raiffeisen hanno deciso di sottolineare l'importante traguardo ottenuto con due iniziative particolari.

Il 16 settembre avrà infatti luogo un pranzo di gala presso il Palapenz di Chiasso che sarà offerto a tutti i soci.

Inoltre tra tutti i clienti della banca verranno sorteggiate (nel corso del 1996) cinque crociere nel Mediterraneo per due persone con la prestigiosa compagnia «Costa Crociere».

Lo stabile della Banca Raiffeisen di Morbio Inferiore.



Contone: La nuova Banca Raiffeisen è una realtà



C'era gran movimento sabato 13 maggio nei paraggi del centro commerciale CONTONE 1 edificato negli ultimi anni in zona pregiata, promotore il signor Angelo Renzetti, a valle del nucleo caratteristico del villaggio, lungo la strada cantonale.

Quel giorno si inaugurava ufficialmente con la «giornata delle porte aperte» la nuova sede della Banca Raiffeisen locale, un istituto che è cresciuto a vista d'occhio dalla sua istituzione, tanto da poter contare alla fine del 1994 ben 308 soci con una somma di bilancio di 18,9 milioni di franchi.

I contonesi, è noto, sono campanilisti per natura e ci tengono al buon funzionamento e al successo dei commerci e delle industrie che si sviluppano sul loro territorio; ci si poteva rendere conto anche quel sabato (la sera erano ben 170 i commensali riuniti all'Albergo Favini per il banchetto che suggellava una giornata da incorniciare) ascoltando i commenti della gente che curiosava all'interno dell'Istituto. C'era tanto ottimismo sul volto della gente: da Ennio Gaggetta, gerente responsabile, a Silvio Leoni, presidente del Consiglio di amministrazione, agli altri membri dei Consigli, ai so-

ci convenuti numerosissimi. Un ottimismo giustificato dalle cifre, ma soprattutto dalla felice ubicazione dell'istituto, dall'azzeccato tocco architettonico, dalla cura riservata ad ogni settore con l'intento di agevolare al massimo la clientela e di eseguire con celerità ed assoluta discrezione le operazioni di cassa.

Complimenti sono stati espressi al giovane progettista, arch. Michele Gaggetta, che durante la presentazione ufficiale ad Autorità ed invitati ha illustrato le caratteristiche della nuova sede.

Il gerente Ennio Gaggetta si avvale, per il momento, della signora Rita Sobrio quale fidata collaboratrice, ma sono stati previsti altri posti di lavoro, a dipendenza dello sviluppo dell'attività. Non è un'utopia immaginare uno sviluppo importante per due ragioni essenziali: la normalizzazione degli orari di apertura (da lunedì a venerdì: 9.00-11.30 - 14.00-17.30 e la crescita della popolazione. Non è nemmeno da trascurare l'importanza del «bancomat» (servizio 24 ore su 24) di cui l'istituto è dotato.

Nel corso dell'assemblea generale ordinaria (è stata una pura formalità) che ha fatto da aperitivo al banchetto conclusi-

vo, il presidente del Consiglio di amministrazione Silvio Leoni ha ripassato velocemente la quarantennale storia dell'istituto: «... il tutto ha avuto inizio il 5 gennaio 1954, quando 45 nostri concittadini decisero di costituire una cassa rurale con raggio di attività allargato anche alla Monda di Locarno. La prima sede era ubicata in casa dell'allora cassiere Osvaldo Porta. Il primo anno si chiuse con una cifra di bilancio di fr. 82.900 ed un utile netto di fr. 9.40. Il trasloco nella seconda sede, più confacente alle necessità della Cassa in costante

crescita, avvenne nel 1969. Fu una trasferta di pochi metri, negli spazi lasciati liberi dalla Coop. I soci erano 84 e la cifra di bilancio 1.6 milioni di franchi. Nuovo trasferimento (questa volta in sede propria) il 2 luglio 1983: i soci erano saliti a 206 e la cifra di bilancio a 5.8 milioni di franchi...».

Il resto è storia recente, una storia di numeri che si allungano e di sorrisi (l'ottimismo e la fiducia sono le fondamenta del successo!) che si schiudono sulle labbra dei contonesi.

Diego Invernizzi

Banca Raiffeisen di Cham: in 2500 a festeggiare sotto il tendone da circo



Foto: RBC

In occasione del cinquantenario della sua fondazione, la Banca Raiffeisen di Cham - nel canton Zugo - ha organizzato un'assemblea generale veramente speciale. La manifestazione ha infatti avuto luogo sotto un tendone da circo, montato appositamente, per dare modo al maggior numero possibile di soci di partecipare ai festeggiamenti. Dei 3200 soci della maggiore banca Raiffei-

sen svizzera, 2500 hanno accolto l'invito. Più di un politico, presente in qualità di socio, sarà impallidito davanti a una partecipazione al voto di ben l'ottanta per cento. Con Ines Doswald-Huber, una donna è stata eletta per la prima volta nel consiglio di amministrazione. L'epoca del dominio maschile è dunque finita anche presso la banca locale di Cham.

Zutreffendes durchkreuzen – Marquer ce qui convient Segnare con una crocetta			
Abgereist Parti Partito	Adresse ungenügend insuffisante Indirizzo insufficiente	Unbekannt Inconnu Sconosciuto	Annahme verweigert Refusé Rifiutato
			Gestorben Décédé Deceduto

Abonnement poste
Imprimé Journaux

G.A.B.	G.A.B 6903 LUGANO	P.P.
--------	-------------------	------

Avviso alla Posta: annunciare le rettificazioni d'indirizzo a Panorama Raiffeisen, casella postale 747 - 9001 San Gallo

Affinché le vostre vacanze non vadano a monte!



La gioia delle vacanze o la voglia di viaggiare può passarvi molto in fretta se scoprite di non avere più i vostri mezzi di pagamento. Una perdita o un furto comportano infatti situazioni tutt'altro che piacevoli. Non importa se preferite la carta ec, l'EUROCARD-Raiffeisen, gli assegni di viaggio o i contanti: con la giusta combinazione sarete sempre sicuri e flessibili. Venite a trovarci. Saremo lieti di esservi utili con una consulenza personale. E con un pizzico di fortuna potrete perfino vincere dei soldi per le vacanze dei vostri sogni! I tagliandi di partecipazione sono ottenibili al nostro sportello.

RAIFFEISEN



La Banca di fiducia.