

Zeitschrift: Panorama / Raiffeisen
Herausgeber: Raiffeisen Svizzera società cooperativa
Band: - (2002)
Heft: 7-8

Heft

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. 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. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

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. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

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. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 10.08.2025

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

PANORAMA

RAIFFEISEN



7-8/02

«FARE LA SPESA
TRAMITE LESHOP
NON È PIÙ CARO
CHE ACQUISTARE
AL SUPERMERCATO»

CHRISTIAN D. WANNER,
DIRETTORE LESHOP





Uniti per un futuro sicuro.

Soluzione assicurativa, bancaria o combinata? Per noi, l'importante è potervi sottoporre quella più aderente alle vostre esigenze specifiche. Non esitate a fare affidamento sulla consulenza personalizzata e competente del vostro interlocutore di fiducia per qualsiasi questione assicurativa, previdenziale e d'investimento: della persona, cioè, che da sempre è al vostro fianco.

Insieme per voi

RAIFFEISEN



**HELVETIA
PATRIA**



«IL SEGRETO BANCARIO È UN BENE IMPORTANTE»

Tutti noi siamo cresciuti con il segreto bancario. La riservatezza nelle questioni di denaro è parte integrante della cultura svizzera. La difesa del segreto bancario non è dettata da un desiderio egoistico di proteggere il cliente e il capitale, ma si basa sul fondamentale principio del rispetto della persona e della sfera privata. E i banchieri non sono disposti a fare concessioni su questa marcata protezione della personalità. Gli ultimi sondaggi dimostrano inoltre che la grande maggioranza della popolazione svizzera è per il mantenimento del segreto bancario. Per motivi talvolta opportunistici, all'estero si fanno pressioni per riuscire ad allentare il segreto bancario. Dietro questi tentativi c'è anche l'intenzione, non dichiarata, di indebolire la fiducia nella piazza finanziaria svizzera.

Il Consiglio federale è diviso tra coloro che considerano l'adesione all'Ue un obiettivo strategico, e coloro che sono contrari all'entrata della Svizzera nell'Europa. Talune dichiarazioni del Consiglio federale a proposito del segreto bancario sono state senza dubbio infelici e non hanno certamente contribuito a rafforzare la nostra posizione. Il fatto è che attualmente in Svizzera non esiste una maggioranza a favore dell'adesione all'Ue. Il segreto bancario e altri importanti dossier non sono pertanto materia di discussione. La Svizzera ha tuttavia proposto all'Ue l'introduzione di un'imposta basata sul luogo di pagamento, applicata ai redditi da interessi esteri. Questo dimostra che non abbiamo nessuna intenzione di approfittare dell'evasione fiscale.



Foto: H. P. Wagner

Dr. Pierin Vincenz:

«Il segreto bancario non è materia di discussione».

L'accordo sulle 40 tonnellate ha dimostrato quanto sia pericoloso fare progressive concessioni a proposito di temi spinosi come quello del traffico: siamo infatti stati inaspettatamente travolti da una valanga di TIR. Dobbiamo fare in modo che il fatto non si ripeta anche con il segreto bancario. Va tuttavia detto che oggi il segreto bancario ha un significato diverso, rispetto a soli dieci anni fa, perché nel frattempo abbiamo effettuato sostanziali aggiustamenti, ad esempio per quanto concerne l'assistenza giudiziaria.

Il segreto bancario è un bene importante. Ma la fiducia nella piazza finanziaria dipende

anche da altri fattori: dalla stabilità politica e da un franco svizzero forte. Una Svizzera senza il segreto bancario? Sicuramente la nostra vita sarebbe più difficile. La più colpita sarebbe la piazza finanziaria svizzera, e con lei le grandi banche e gli istituti per la gestione patrimoniale, che operano con dei capitali degli investitori esteri. Bisogna partire dal presupposto che una parte del denaro defluirebbe nuovamente all'estero. Quali banche di «retail», gli istituti Raiffeisen sarebbero tuttavia colpiti solo in minima parte.

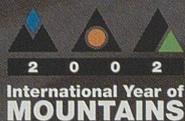
DOTT. PIERIN VINCENZ
PRESIDENTE DELLA DIREZIONE
DEL GRUPPO RAIFFEISEN SVIZZERA

UNO DEI NOSTRI MIGLIORI CONSULENTI
PER I CLIENTI, NON HA LA MINIMA
IDEA DELLE ATTIVITÀ BANCARIE.

In occasione dell'Anno internazionale della montagna «Year of the mountains» dichiarato dall'ONU, l'Associazione svizzera delle guide alpine realizzerà e organizzerà, nello stesso giorno, le scalate delle 100 cime svizzere più importanti. In quanto sponsor dell'Associazione svizzera delle guide alpine, assisteremo e parteciperemo a questa manifestazione: invitiamo i nostri clienti a trascorrere una giornata indimenticabile sulle Alpi svizzere! Troverete ulteriori informazioni agli indirizzi internet www.cosba.ch o www.berge2002.ch



Partner
Schweizer Bergführerverband



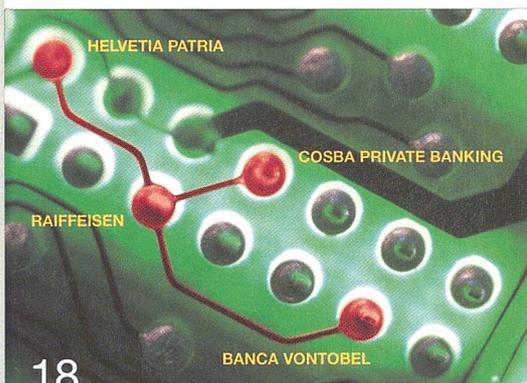
RAIFFEISEN

cosba è il private banking partner delle Banche Raiffeisen svizzere.

cosba

private banking

In borsa: prima dolori e poi guadagni	13	I traccoli dei corsi sui mercati azionari vantano una lunga tradizione
Concorso Raiffeisen per la gioventù	14	La giuria alle prese con 40'000 disegni
Partner nel private banking	20	I clienti approfittano della collaborazione tra Raiffeisen e cosba
Etica nell'economia	30	L'impegno Raiffeisen nelle questioni etiche
Volare con Swiss	34	La nuova compagnia di bandiera punta in alto
Ritutturare vecchie case coloniche	37	Il sogno di abitare in uno di questi edifici diventa realtà
Stelle all'ombra del giardino	39	La funkia, una meravigliosa rarità
Medicina cinese	41	Il complemento ideale alla medicina classica occidentale
Aiuto all'estero	42	Bleu Ciel e Raiffeisen danno speranza al Ruanda
Imbarcazione prototipo	44	A Riva San Vitale in costruzione un gioiello di... barca
Educazione oggi	46	L'educazione è anche un compito della scuola



Alleanze con partner forti

La cooperazione assume un ruolo sempre più importante. I partner approfittano reciprocamente della collaborazione. I motivi principali si riassumono in: scambio di know-how, tecnologie in comune che permettono un contenimento dei costi e miglioramento e ampliamento della gamma di offerte e di servizi. Anche la Raiffeisen può fare affidamento su partner di cooperazione nei rami assicurativi, gestione patrimoniale e private banking.



Il movimento fa bene

In Svizzera si sta scoprendo quanto sia importante il movimento fisico. Questo non è salutare solo per il corpo, ma anche per la psiche. La scusa «non ho tempo» non regge. Infatti, nella quotidianità vi sono innumerevoli possibilità di muoversi.



Editore
Unione Svizzera delle
Banche Raiffeisen

Redazione
Pius Schärli, caporedattore,
Philippe Thévoz,
edizione francese
Lorenza Storni,
edizione italiana

**Concetto, grafica
e anteprima di stampa**
Brandl & Schärer AG
4601 Olten
www.brandl.ch
Foto di copertina:
Maja Beck

Indirizzo della redazione
Panorama Ticino
Lorenza Storni
Via delle Scuole 12
Casella Postale 247
6906 Lugano
Telefono 091 970 28 61
Fax 091 970 28 82
panorama@raiffeisen.ch
www.raiffeisen.ch/
panorama-i

Stampa e spedizione
Vogt-Schild/
Habegger Medien AG
Zuchwilstrasse 21
4501 Soletta
Telefono 032 624 73 65

Periodicità
Panorama esce
10 volte all'anno

Edizione italiana
Tiratura: 34 500 esemplari

Pubblicità
Kretz AG
Casella Postale
8706 Feldmeilen
Telefono 01 925 50 60
Telefax 01 925 50 77
info@kretzag.ch
www.kretzag.ch

**Abbonamenti e
cambiamenti di indirizzo**
Panorama è ottenibile tramite
le Banche Raiffeisen.
Riproduzione, anche parziale,
solo con l'autorizzazione
della redazione.

POCHI ACQUISTI NEL CYBERSPAZIO

Leshop.ch si orienta verso quelle persone che non hanno tempo di passare ore in coda alle casse.



*Nessuna coda alla cassa, nessun peso da portare e un'ampia offerta disponibile 24 ore su 24. Ciononostante, **INTERNET** non è (ancora) diventato il **PARADISO DEGLI ACQUISTI**. I motivi principali sono le abitudini dei consumatori e la **POCA FIDUCIA** nella sicurezza dello shopping-online.*

La lettera «e» – dall'inglese «electronical» – ha fatto carriera. Tutto il mondo degli affari parla di e-business, e-commerce e molte aziende sviluppano una loro e-culture. In effetti il potenziale imprenditoriale delle operazioni commerciali elettroniche è enorme: a partire dal 1995, il numero degli utenti di internet si è più che decuplicato nel mondo. In Svizzera il 52,1 per cento delle economie domestiche già dispone di un allacciamento a internet.

UN GRANDE MAGAZZINO UNIVERSALE

La nuova tecnologia ha cambiato il mondo degli affari, perché in pochi secondi è in grado

di mettere in contatto persone e aziende di praticamente ogni angolo del globo. Gli acquirenti e gli offerenti di merci e servizi di ogni genere ora sognano un grande magazzino universale. Nel commercio tra le ditte (business-to-business, abbreviazione b2b), le cose hanno funzionato abbastanza bene fin dall'inizio. In genere i partner si conoscono e dunque esiste un rapporto di fiducia. I grandi gruppi come Novartis, i settori come l'industria aeronautica, ma anche le piccole e medie aziende trattano via internet con i loro clienti e fornitori, comunicano per e-mail ed eseguono elettronicamente i pagamenti, le offerte e i bandi di concorso.

Oggi nessuna ditta si può più permettere di ignorare il cyberspazio: l'85 per cento delle aziende svizzere usa regolarmente internet e i due terzi dispone del proprio sito web. «L'e-business è diventato un fattore indispensabile per il successo e la competitività delle imprese di ogni ordine di grandezza. I mercati virtuali rappresentano ormai un elemento essenziale della nostra economia», afferma il dott. Hans-Jörg Bullinger, direttore dell'istituto di ricerca IAO (Fraunhofer Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation). Quest'anno l'economia elvetica ha intenzione di investire in internet oltre 6 miliardi di franchi, per incrementare di oltre il doppio le vendite nell'e-business.

Intervista a Christian D. Wanner, direttore di LeShop

«Panorama»: LeShop.ch soppianderà il supermercato?

Christian D. Wanner: No, penso proprio di no. Ci sarà sempre chi preferisce fare acquisti nel mondo reale. Però una casalinga passa da 150 a 200 ore all'anno facendo la spesa. Il target di LeShop sono le persone che non hanno tutto questo tempo o che lo vogliono utilizzare in maniera più sensata.

Qual è il profilo del vostro cliente-tipo?

È una donna, di età variante tra i 25 e i 45 anni, residente in una zona urbana. La maggioranza è attiva professionalmente ed ha famiglia, spesso anche bambini. Serviamo un grande numero di madri lavoratrici, che fanno i loro acquisti per l'intera settimana. Il valore medio di una singola spesa supera infatti i 150 franchi. È relativamente raro che qualcuno comperi occasionalmente solo un paio di articoli.

Lo shopping-online è dunque una prerogativa dei doppi redditi?

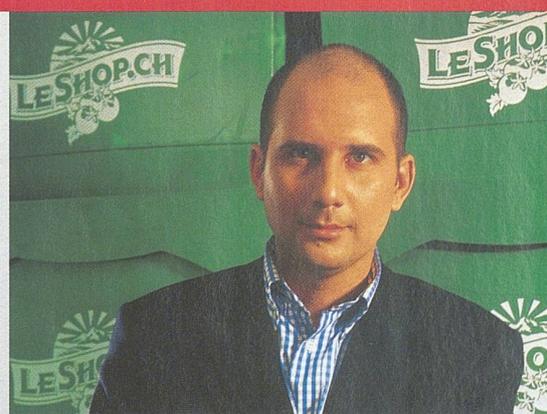
No, non siamo più cari di una filiale Coop, ad esempio. È vero che ogni volta vanno aggiunti

12 franchi di spese per la consegna. Ma in cambio recapitiamo la merce direttamente davanti a casa, dove giunge fresca, sicura e puntuale, indipendentemente dall'entità dell'ordinazione. Il cliente risparmia la benzina o il biglietto del mezzo di trasporto, il costo del parcheggio e soprattutto il suo tempo.

Manca però la consulenza personale, nonché la possibilità di verificare la freschezza della merce.

È chiaro che negli acquisti virtuali manca il rapporto personale venditore-cliente. Ma anche nei supermercati bisogna prima cercare il commesso per farsi consigliare. Presso LeShop il cliente ha la possibilità di interpellarci per telefono, oppure, mediante il «chat bottom», porgendo una domanda e ottenendo un'immediata risposta. Per quanto concerne la qualità e la freschezza dei nostri prodotti, la posso assicurare: recapitiamo solo merce di prima scelta. Se tuttavia il cliente non è soddisfatto, gli viene rimborsato il denaro.

Nonostante i suoi numerosi vantaggi, LeShop è però ancora nelle cifre rosse.



È vero. LeShop sarà redditizio solo a partire da un fatturato di 70-80 milioni di franchi annui, corrispondente alla cifra d'affari di due supermercati di mezza grandezza. Le abitudini dei consumatori svizzeri cambiano lentamente. Ma la nostra crescita prosegue come previsto e dunque nel 2004 speriamo di raggiungere l'obiettivo, per il quale ci siamo nel frattempo già attrezzati: lo scorso anno LeShop ha investito tre milioni di franchi in un moderno centro logistico di 7000 m² a Bremgarten.

Intervista: Angelika Nido

10 consigli per cyber-acquisti sicuri

Prima di fare un acquisto via internet, riflettete sui reali vantaggi della vostra ordinazione online. Confrontate i prezzi con quelli dei grandi magazzini o delle ditte di vendita per corrispondenza. A seconda del tipo di merce, lo shopping-online abbassa i costi anche per l'offerente, permettendogli di realizzare un risparmio di cui dovrebbe parzialmente beneficiare anche il cliente.

Ordinate via internet solo presso ditte conosciute o che vi sono state raccomandate da conoscenti, riviste specializzate ecc. Nel dubbio chiedete prima ulteriori informazioni alla ditta in questione. Verificherete così anche la qualità del suo servizio alla clientela.

Assicuratevi che il cyber-offerente renda noto il suo indirizzo. Date la preferenza alle ditte svizzere. Quelle estere applicano spesso spese di porto più alte e cambi poco favorevoli. In certi casi, valgono inoltre altre norme giuridiche.

Leggete attentamente le condizioni generali di vendita e chiedete chiarimenti se non capite. Verificate se è contemplata la riserva di gradimento e l'ammontare delle spese di porto. Se non è stabilito altrimenti, queste ultime sono sempre a carico del cliente, anche in caso di ritorno della merce.

Evitate di effettuare lo shopping virtuale dagli internet-café, dai computer dell'università o da altri elaboratori a cui hanno accesso persone che non conoscete. I dati inerenti all'ordinazione vengono parzialmente conservati nella memoria e potrebbero essere usati da un altro utente.

Non pagate mai indicando il numero del vostro conto o della carta di credito, se non è garantita la sicurezza nella trasmissione dei dati. Se invece il programma è criptato, in basso a sinistra della pagina appare il simbolo della chiave o del lucchetto.

Se preferite evitare di comunicare via internet il vostro numero di conto o di carta di credito, chiedete al vostro cyber-offerente di poter inviare i dati per telefono o fax.

Stampate e conservate le conferme d'ordine indicate sulla pagina web o ricevute via e-mail. Disporrete così di un documento di prova, in caso ci fossero problemi con la merce alla consegna.

Se utilizzate la carta di credito per gli acquisti su internet, controllate scrupolosamente il conteggio mensile. In caso di dubbi o di addebitamenti non conformi, informate immediatamente la banca o l'istituto che vi ha rilasciato la carta.

Non accettate di pagare in anticipo, perché in tal modo vi private del mezzo più efficace per fare valere i vostri diritti in caso di problemi. La via più sicura è la fatturazione o il pagamento alla consegna della merce.



Christian D. Wanner:

«Invece di passare ore in un supermercato, i nostri clienti preferiscono fare una bella passeggiata, mentre noi gli recapitiamo davanti a casa i generi alimentari ordinati via computer».

ASPETTATIVE DELUSE

La vendita diretta al consumatore (business-to-consumer o b2c) è invece rimasta al palo. Sebbene un terzo delle aziende svizzere abbia già approntato un e-commerce, l'acquirente privato ha finora dimostrato una certa reticenza: snobba il carrello virtuale e, fedele alle sue abitudini, preferisce recarsi nei negozi e fare la coda alla cassa. Per questo motivo, le aspettative di chi prevedeva un fatturato eccezionale sono andate deluse.

Ma il cyber-offerente ha dovuto fare fronte anche ad altri problemi: ingenti investimenti, mancanza di personale qualificato e tecnologie non ancora sviluppate appieno. Non c'è

quindi da meravigliarsi se, all'euforia degli anni 1996-97, è subentrata la grande disillusione. Praticamente tutti i commercianti al dettaglio del nostro paese hanno accusato gravi perdite nei loro online-shops. Alcune ditte hanno ridimensionato o rinunciato del tutto alle loro ambizioni nella cyber-vendita.

Uno studio della cattedra Gottlieb Duttweiler per il management commerciale internazionale dell'Università di San Gallo ha rilevato che lo scorso anno l'87 per cento tra i più popolari cyber-offerenti è stato disdegnato dai consumatori. Un terzo è addirittura fallito. «E altri seguiranno. Nel commercio online, il processo di sfolgimento del mercato non è ancora

terminato», afferma il dott. Thomas Rudolph, professore dell'Università di San Gallo e coautore dello studio. Questi sovvertimenti hanno aumentato lo scetticismo della clientela e, in ultima analisi, la resistenza all'e-commerce.

PER AMMAZZARE IL TEMPO

In rapporto al numero degli utenti di internet, la quota degli acquirenti online è diminuita di due punti nel 2001, situandosi al 38,3 per cento. Allo stato attuale delle cose, gli svizzeri usano il cyberspazio soprattutto per comunicare, acquisire nuove conoscenze o divertirsi. Secondo lo studio dell'Università di San Gallo, il desiderio di «ammazzare il tempo» in inter-

IL VERO BENESSERE AD ACQUA



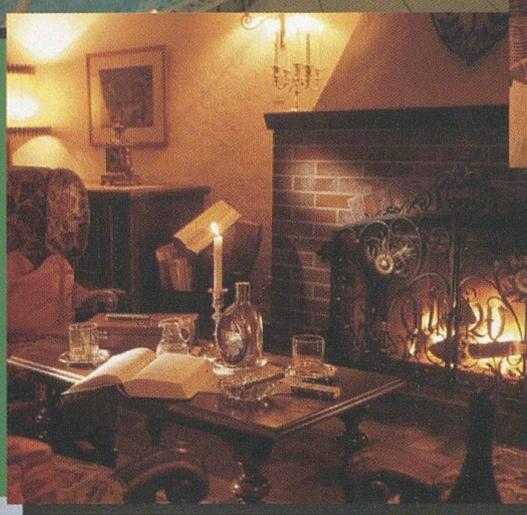
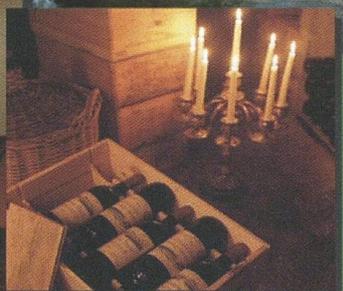
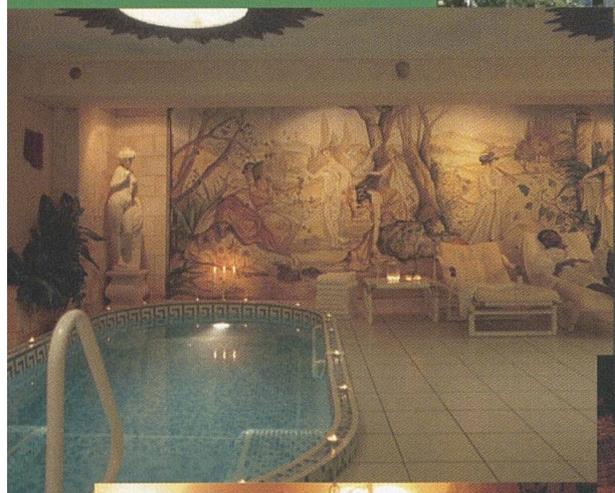
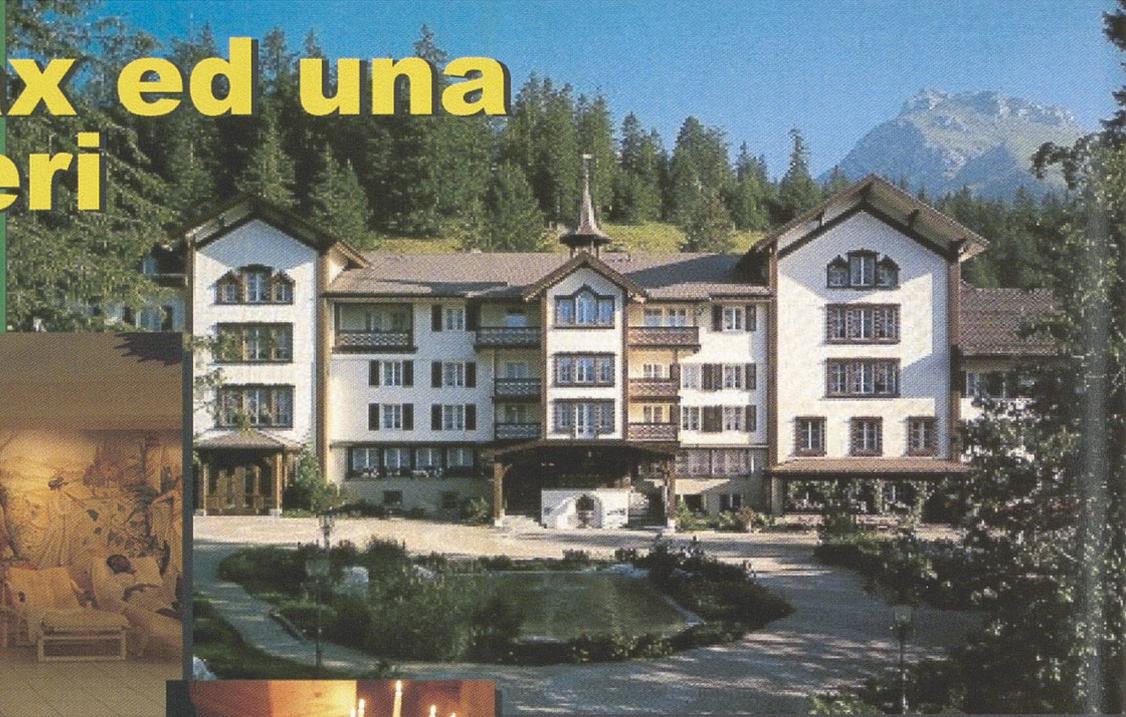
- Fornitura vasche idromassaggio
- Realizzazione piscine prefabbricate e in cemento armato
 - Service e Prodotti
 - Ricambi



Via S. Franscini 26, 6850 Mendrisio
Tel. 091 646 07 36, fax 091 646 07 40, www.conpiacere.ch



Un relax ed una cura veri

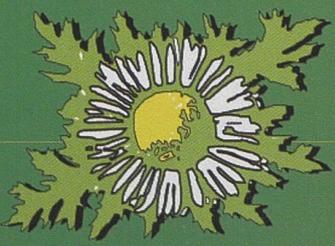


Ritrovare il tempo per il proprio partner per la propria famiglia o per se stessi trascorrendo una magnifica e variopinta estate in montagna a 1400 m di altitudine con infiniti sentieri per camminate, mountain bike e con campo da tennis. tutto immerso nella quiete e l'aria pulita con il cinguettio degli uccelli come colonna sonora. I fanghi della nostra fonte, i massaggi, i bagni sulfurei termali, la sauna e i trattamenti cosmetici vi aiuteranno a rilassarvi e dimenticare lo stress quotidiano. Lasciatevi viziare negli storici ambienti del nostro Romantik Hotel Schwefelberg Bad a quattro stelle con la sua atmosfera, l'eccellente cucina e il servizio impeccabile!

Per ricaricare velocemente le "batterie" e rigenerare il corpo, il nostro reparto medicina termale vi offre le molteplici possibilità della medicina complementare e di quella tradizionale cinese. Siamo lieti di fornirvi ulteriori informazioni al numero 026 419 88 88, alla pagina www.schwefelbergbad.ch o inviandovi il nostro dépliant.



★★★★★
Romantik Kurhotel
Schwefelberg Bad



Prop. u. Direktion Fam. Meier
CH-1738 Schwefelberg-Bad
Tel: 026 419 88 88, Fax: 026 419 88 44
Internet: www.schwefelbergbad.ch
e-Mail: info@schwefelbergbad.ch



net (all'ottavo posto tra i motivi indicati dagli utenti) prevale ancora su quello di fare acquisti virtuali.

I primi responsabili di questa mancata propensione ai cyber-acquisti sono gli offerenti stessi: gli online-shop della prima ora facevano impazzire gli utenti per l'estrema difficoltà delle istruzioni per l'uso. E chi infine riusciva a inviare l'ordinazione, dubitava sempre di ricevere davvero la merce. Anche l'uso troppo disinvolto dei dati della clientela veniva spesso stigmatizzato.

LA SICUREZZA PRIMA DI TUTTO

Considerato lo scetticismo dimostrato dalla clientela in materia di sicurezza, i cyber-offerenti seri danno ora grande importanza a questo fattore. La necessaria tecnologia è disponibile e viene usata per prevenire gli abusi. Si stanno approntando condizioni quadro legali, sia a livello nazionale che internazionale. Al fine di proteggere il cyber-consumatore dai contratti d'acquisto stipulati in maniera avventata, la Confederazione intende estendere all'e-commerce il diritto di revoca (già contemplato per la vendita porta a porta), mediante una revisione parziale del codice delle obbligazioni.

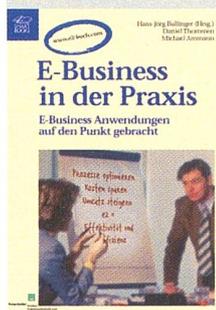
Si tratta di una soluzione conforme alle direttive per la vendita a distanza in vigore nell'Ue e già contemplate anche dalla legge tedesca. Per ovviare al rischio di eventuali errori – commessi ad esempio «cliccando» al posto sbagliato – è inoltre prevista un'aggiunta nella legge federale sulla concorrenza sleale. Il venditore online deve mettere a disposizione del cliente i mezzi tecnici per correggere gli errori nell'immissione dei dati. Le procedure di ordinazione non devono inoltre più essere intenzionalmente complicate o rese poco trasparenti.

IL BOOM È VICINO

Nonostante il poco entusiasmo dimostrato finora dalla clientela privata, nessuno pensa di dover decretare la fine dello shopping online. Il prof. Thomas Rudolph prospetta anzi un «nuovo e più ponderato inizio». Si parte dal presupposto che nel 2005 la circolazione delle merci nel cyberspazio ammonterà al 6,8 per cento, pari a 5,7 miliardi di franchi. Per lo stesso periodo, la società Ernst & Young – specializzata nelle analisi economiche e nella consulenza – prevede che la quota delle operazioni online sarà addirittura pari al 25 per cento del totale delle vendite.

Gli acquirenti potenziali non mancano: presso la popolazione il bisogno di alternative

Offerta esclusiva per i lettori di «Panorama»



Hans-Jörg Bulliger, Daniel Thommen, Michael Amman, E-Business in der Praxis – E-Business Anwendungen auf den Punkt gebracht, Ed. SmartBooks, Prima edizione 2002, 248 pagine.

Il libro è disponibile solo in lingua tedesca.

Si tratta di un utile strumento di lavoro per gli imprenditori moderni, che offre una panoramica completa del variegato settore dell'e-business, nell'ottica della pratica quotidiana. Presenta le tecniche più diffuse del commercio elettronico, come gli shops o i mercati virtuali, nonché la struttura e il contenuto dei siti, rispondendo a numerose questioni.

Il libro affronta inoltre il tema delle sfide di carattere organizzativo poste dall'e-business, con particolare riferimento a fattori fondamentali come il management del progetto, gli strumenti per il lavoro cooperativo e le risorse umane, proponendo possibili strategie.

Ulteriori informazioni sul libro: www.e2-buch.com

Tagliando d'ordinazione

Cognome, Nome _____

Via _____

CAP luogo _____

Firma _____

«Panorama» offre ai suoi lettori la possibilità di acquistare il libro a un prezzo di favore: CHF 59.– (invece che 79.–) più CHF 5.– spese di porto. Compilare il tagliando e spedirlo per posta alla Redazione di «Panorama», Wassergasse 24, 9001 San Gallo, oppure per fax al no. 071 225 86 50. Ordinanza via e-mail: panorama@raiffeisen.ch

d'acquisto esiste ed è in crescita, come risulta dal primo bilancio sul comportamento del consumatore svizzero nell'e-commerce, stilato dall'Ufficio federale dei consumi.

Un quarto della popolazione ha già acquistato, almeno una volta, un prodotto via internet, mentre una quota di poco inferiore si serve regolarmente della «grande rete» (www) per fare lo shopping virtuale. Non sono dunque pochi i cyber-acquirenti, soprattutto se si considera che questa possibilità esiste solo da un decennio. Tuttavia, i consumatori la utilizzano solo se ne ricavano evidenti vantaggi: comodi acquisti da casa senza il problema del posteggio, dei pesi da portare e degli orari di apertura dei negozi, nonché un'offerta a livello mondiale con prezzi parzialmente inferiori.

IL PIACERE DELLO SHOPPING

I libri (26,5 per cento delle vendite online), cd (16,3), accessori del computer (11,3), videocassette (8,6), viaggi (7,5) e biglietti vari (5,4)

sono gli acquisti più frequenti via internet, come ha rilevato lo studio dell'Università di San Gallo. Si tratta di prodotti facili da maneggiare, per i quali la cosiddetta componente «feel&touch» – il piacere del contatto fisico con la merce – non ha una grande importanza. Aumentano però anche gli acquisti via internet di prodotti di uso quotidiano. I beni alimentari, ad esempio, pur rappresentando solo il tre per cento del fatturato delle cyber-vendite, fanno registrare una crescita costante. LeShop – il maggiore offerente di generi alimentari in rete – lo scorso anno ha aumentato il fatturato a 11,5 milioni di franchi e raddoppiato il numero della clientela fissa a 16 000 persone. Secondo il direttore di LeShop, Christian D. Wanner, gli acquisti via internet sono in gran parte espressione di un nuovo stile di vita: «Invece di passare ore in un supermercato, i nostri clienti preferiscono fare una bella passeggiata, mentre noi gli recapitiamo davanti a casa i generi alimentari ordinati via computer».

■ ANGELIKA NIDO

EXPO.02
official partner



Solo con la Carta Junior può entrare gratis all'Expo.02.

Con la Carta Junior i ragazzi fra i 6 e i 16 anni non solo viaggiano gratis in treno, bus e battello, ma entrano anche gratuitamente all'Expo.02. Unica condizione: la presenza di almeno un genitore. La Carta Junior è in vendita presso tutte le stazioni a soli CHF 20.-.

www.ffs.ch/expo02

1902-2002!

 SBB CFF FFS

Quest'uomo non ha osservato una vecchia regola della borsa, secondo cui lo specialista ne esce quando il dilettante vi entra.



BORSA: DOLORI E GUADAGNI

I TRACOLLI DEI CORSI sui mercati azionari sono inevitabili: uno sguardo retrospettivo mostra che un **CROLLO** dura in media quasi due anni.

Il 2001 entrerà nella storia come «l'anno del maggior disastro finanziario di tutti i tempi». La megalomania di certi ambienti economici e lo shock suscitato dagli attacchi terroristici dell'11 settembre 2001 hanno ineluttabilmente comportato il collasso dei mercati finanziari mondiali. Ne hanno sofferto soprattutto quegli investitori che si sono immessi nei mercati azionari poco prima che giungessero al loro apice.

«Osserva il passato e saprai che cosa accadrà in futuro», recita un proverbio cinese: volgiamo quindi uno sguardo al passato. In Svizzera, la storia dei mercati finanziari è documentata sin dal 1925. Analizzando questo lungo periodo, si constata che i mercati finanziari, oltre ai movimenti laterali, sono sempre stati caratterizzati anche da oscillazioni verso l'alto e verso il basso. Grandi cedimenti delle quotazioni si sono per esempio registrati già alla fine degli Anni Venti, a cui hanno fatto seguito quelli verificatisi all'inizio degli Anni Sessanta, Settanta, Ottanta e Novanta.

SETTE CROLLI IN 30 ANNI

I crolli dei mercati borsistici avvengono quindi più spesso di quanto alcuni investitori non vogliano ammettere. Per esempio, dal 1970 soltanto il mercato svizzero è stato oggetto di ben sette crac, fra cui alcuni importanti, come dimostra uno studio condotto dall'Economic Research & Consulting del Credit Suisse. A posteriori, possiamo dire che il maggior cedi-

mento è iniziato nel settembre 1972: nello spazio di 29 mesi, i titoli svizzeri riuniti nello Swiss Performance Index hanno perso quasi il 50 per cento del loro valore. Per altre quattro volte, l'indice ha perso oltre il 25 per cento. Perfino negli Anni Novanta, il mercato azionario elvetico, allora in piena espansione, ha subito una flessione di oltre il 18 per cento. Prima che il mercato si riprendesse, sono trascorsi in media 22 mesi.

La fase di ripresa varia tuttavia in forte misura: se all'inizio degli Anni Settanta passavano circa 57 mesi finché si potessero recuperare le perdite subite, negli anni 1982 e 1995 questo periodo si riduceva a sette mesi. È soprattutto a breve e medio termine che le azioni sono soggette a forti oscillazioni. Lo attestano i dati statistici: negli ultimi trent'anni, il rischio annuale degli azionisti è stato del 16,6 per cento. Le quotazioni potevano naturalmente muoversi verso l'alto (utili) o verso il basso. Gli Anni Novanta hanno verosimilmente offuscato la vista di taluni investitori, aumentandone la propensione al rischio.

IMPARARE LA LEZIONE!

Gli investitori dovranno cambiare strategia, usando di nuovo maggior cautela nei confronti degli investimenti e valutando maggiormente i rischi. Prima di effettuare qualsiasi investimento dovrebbero imparare la lezione, secondo cui obiettivo d'investimento, orizzonte d'investimento, propensione al rischio

e diversificazione sono parole chiave di cui bisogna tenere conto. E infine, non si può dar torto all'esperto finanziario e guru della borsa franco-ungaro, André Kostolany: «Gli utili di borsa sono denaro doloroso: prima arrivano i dolori e poi il denaro».

Benché questa affermazione possa apparire confortante, nessuno può prevedere con certezza i futuri andamenti della borsa. L'unica cosa quasi certa è che il rischio di subire altri cedimenti delle quotazioni è nettamente inferiore rispetto a un anno fa. Gli investitori dovrebbero imparare a stare più all'erta: per esempio, il 29 maggio 2000 – in un periodo di incessante euforia borsistica – la Banca dei regolamenti internazionali (BRI) metteva esplicitamente in guardia da un crollo della borsa, facendo riferimento alle quotazioni dei titoli che si muovevano a livelli record.

Il rapporto era così scottante che Wallstreet e lo stato maggiore della campagna elettorale di Gore hanno tentato il possibile affinché nessun rapporto fosse pubblicato nei media statunitensi il giorno degli ultimi convegni prelettorali negli Stati Uniti, ottenendo peraltro successo: infatti, solo il «New Federalist», dello schieramento del partito democratico del candidato alla presidenza Lyndon La Rouché, riferì su questa sensazionale messa in guardia, mentre nell'edizione del 31 maggio 2000 il quotidiano zurighese «Tagesanzeiger» titolava: «L'euforia dell'economia mondiale persiste»...

■ PIUS SCHÄRLI

Foto: B&S

INGEGNO E ORIGINALITÀ

Il CONCORSO RAIFFEISEN PER LA GIOVENTÙ, istituito oltre trent'anni or sono, mobilita ancora una marea di scolari.

38 821 DISEGNI hanno trattato il tema «Fiabe – miti – leggende».

Benché non sia stato superato il record di partecipazione ottenuto nel 2000 per i «100 anni Raiffeisen» – in cui la giuria aveva dovuto scegliere tra 54 019 disegni – quest'anno sono tuttavia quasi 40 000 i dipinti pervenuti: il secondo miglior risultato di partecipazione da quando esiste il concorso. Composta di tre insegnanti, la giuria ha avuto il suo bel daffare: il vaglio dei disegni ha

comportato un dispendio di tempo di quasi 200 ore. Molti dei disegni premiati, ma anche di quelli non premiati, hanno convinto per il loro ingegno e la loro fantasia. «La valutazione per l'impegno profuso nel fare un disegno è relativa poiché l'ingegno traspare soltanto dall'originalità», afferma Rahel Gscheider, responsabile del Concorso per la gioventù presso l'Unione Svizzera delle Banche Raiffeisen. L'originalità del disegno è infatti uno dei cinque criteri adottati dalla giuria per la valutazione. Si è inoltre considerato il riferimento al concorso (sono state formalmente rispettate le prescrizioni?), la struttura (si riconosce l'idea? L'immagine parla di sé?), il contenuto (l'essenziale è stato compreso?) e l'autonomia.

Per 15 dei quasi 40 000 pittori in erba la partecipazione ha dato i frutti sperati. I loro dipinti sono stati insigniti di premi che vanno dai 300 ai 1000 franchi. I tre vincitori della categoria dei più grandi (1984–1987) saranno ospiti della festa finale del Concorso a livello internazionale che si svolgerà a Berlino e parteciperanno a un viaggio indimenticabile in questa città. Per la partecipazione al Quiz la fortuna ha arriso a Franziska Uhse di Koppigen. Gli altri premi sono stati conferiti a: Alice Caneva (Piandera), Loic Bénet (St-Gingolph), Alain Mossi (Giubiasco) e Angelica Panzl (Goppisberg).

Oltre a questi vincitori, anche altri partecipanti al concorso di pittura e internet, nonché al quiz, non ne usciranno a mani vuote: anche quest'anno sono in palio in tutto 2000 fantastici premi. E una grande occasione conviviale sarà pure la festa finale nazionale che si terrà il 25 giugno all'Expo.02 a Neuchâtel, dove sono attesi circa 900 scolari accompagnati.

I disegni premiati e i lavori internet del 32° Concorso internazionale Raiffeisen per la gioventù possono essere visionati nel sito: www.raiffeisen.ch

■ PIUS SCHÄRLI

Intervista a Rahel Gscheider, responsabile di progetto USBR

«Panorama»: Ogni anno il Concorso per la gioventù propone un nuovo tema. A chi spetta la scelta?

Rahel Gscheider: I temi sono scelti dal gruppo di lavoro del Concorso internazionale per la gioventù, un'équipe composta dei respon-

sabili del marketing delle organizzazioni Raiffeisen in diversi Paesi. Prima di bandire il concorso, i temi sono sottoposti ai bambini per verificarne l'idoneità e l'accettazione.

Come se la cavano i partecipanti svizzeri nel raffronto internazionale?

Non dobbiamo temere confronti con l'estero. Ai lavori dei giovani artisti svizzeri vengono sempre conferiti premi.

È già capitato che uno dei vincitori abbia poi intrapreso una carriera artistica?

Abbiamo sempre modo di constatare che molti vincitori scelgono una professione creativa. Alcuni giovani hanno frequentato un'accademia artistica.

Con quali criteri vengono valutate le quasi 40 000 opere pervenute?

Il concorso è aperto a qualsiasi orientamento stilistico, ma questo non ha alcun influsso sulla valutazione. I disegni sono stati valutati secondo i cinque criteri seguenti: riferimento al concorso, struttura, contenuto, autonomia e originalità.

Intervista: Pius Schärli



Foto: m.a.d.

I tre premi classificati nella categoria 1994-96



1. premio:
Juliette Hayoz
(Kleinbösingen FR)



2. premio:
Lukas Balmelli
(Mendrisio TI)



3. premio:
Fabienne Rudolf
(Hauptwil SG)

I tre premi classificati nella categoria 1992-93



1. premio:
Lea Beusch
(Seewis GR)



2. premio:
Bettina Manz
(Sargans SG)



3. premio:
Marzia Coreggioli
(S. Pietro TI)

Premi speciali:



Anna-Rosita Gomez
(Gelterkinden BL)

I tre premi classificati nella categoria 1988-91



1. premio:
Gideon Stettler
(Schwendibach BE)



2. premio:
Christina Frühauf
(Walenstadt SG)



3. premio:
Severin Bründler
(Emmenbrücke LU)

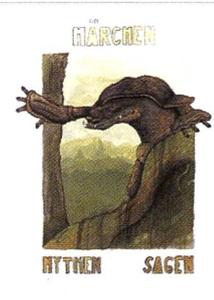


Thierry Schiffmann
(Echallens VD)

I tre premi classificati nella categoria 1984-87



1. premio:
Sibylle Marti
(Dieterswil BE)



2. premio:
Nathan Moravac
(St. Gallen)



3. premio:
Melanie Sutter
(Niederbipp BE)



Aris Dorizzi
(Sessa TI)



«Chi si prende cura anche della mia pelle?» La nuova

Adora



L'esclusivo tamburo proteggi-biancheria di ZUG ha il doppio dei fori rispetto ai tamburi tradizionali, garantendo così un'irrorazione perfetta del cesto e un risciacquo ottimale che elimina ogni minimo residuo di detersivo, per amore delle pelli più sensibili. E con la stessa cura Adora tratta i tessuti più difficili, grazie al programma ultradelicato di lavaggio a mano. Che dire poi dei programmi sportivi rapidi? Un'altra esclusiva di ZUG che si aggiunge alla lista degli innumerevoli vantaggi di Adora.

La prima lavatrice svizzera con
certificato AAA a norma UE
A - miglior risparmio energetico
A - migliore efficienza di lavaggio
A - migliore efficienza
di centrifugazione

Per maggiori informazioni sulle nuove lavatrici Adora: tel. 041 767 67 67, fax 041 767 62 61, www.vzug.ch, vzug@vzug.ch o inviare il tagliando a: V-ZUG SA, casella postale, 6301 Zugo.

Cognome/Nome

Via/N.

NPA/Località

Telefono

PAN

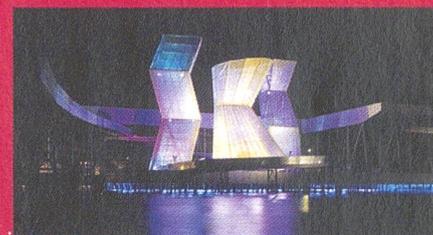
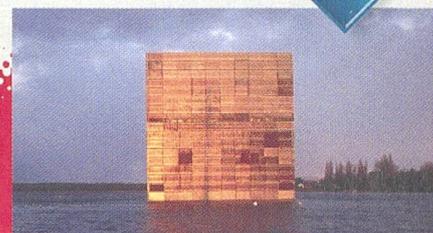
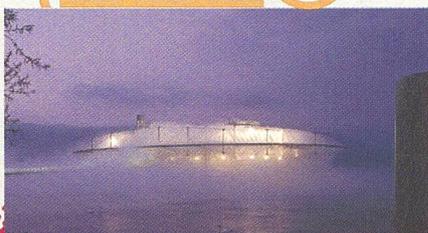


L'avanguardia in cucina e in lavanderia

OFFERTA PER
I SOCI RAIFFEISEN:

E . P O . 0 2
Partenaire exposition

EXPO.02 A METÀ PREZZO



SOLO FINO AL 31 LUGLIO
IN ESCLUSIVA PRESSO LE RAIFFEISEN

Accattivante e visionaria, l'Expo.02 presenta in modo unico, fino al 20 ottobre 2002, la sesta esposizione nazionale: una festa affascinante per grandi e piccini che **entusiasmerà anche voi**. Un avvenimento che non potete perdervi.

Come socio Raiffeisen avete già ritirato il vostro pass giornaliero a metà prezzo per l'Expo.02? Se così non fosse, potete ancora rivolgervi alle Banche Raiffeisen fino al **31 luglio 2002**. Noi festeggiamo il milionesimo socio Raiffeisen e a tutti voi offriamo **un pass**

giornaliero per l'Expo.02 a metà prezzo a soli 24 franchi invece di 48.

Vi auguriamo buon divertimento e ispirazione all'Expo.02.

PARTNER IN UN NETWORK

*In un mondo sempre più complesso, che dal lato tecnico pone esigenze sempre maggiori, aumenta l'importanza e l'attrattiva della **COOPERAZIONE**.*

corrente. Per evadere gli ordini di una certa entità è spesso necessario collaborare con la concorrenza. E nella produzione i fornitori offrono la possibilità di concentrare le specifiche competenze.

Una forma di cooperazione frequente è quella strategica, orientata unilateralmente su partner esterni. Ma esistono anche altri partner con i quali vale la pena di collaborare attivamente: i fornitori, i clienti, gli impiegati. Una caratteristica della Raiffeisen è quella di essere la banca che appartiene ai suoi clienti. La cooperazione con questi ultimi è dunque particolarmente importante. Gli istituti Raiffeisen si adoperano non tanto per vendere i loro prodotti, ma piuttosto per risolvere i pro-

Le Banche Raiffeisen hanno capito molto presto la grande utilità delle cooperazioni, anche in virtù delle radici stesse del movimento Raiffeisen – vale a dire la sua struttura cooperativa – che è in definitiva la forma originaria della cooperazione. Anche per molti clienti del ramo delle piccole e medie aziende, le cooperazioni sono una pratica

I partner di Raiffeisen:

**HELVETIA
PATRIA**



Assicurazioni Helvetia Patria

Attraverso la cooperazione con Helvetia Patria, le Banche Raiffeisen sono in grado di prestare alla loro clientela servizi complementari nel settore assicurativo, garantendo in tal modo anche una previdenza e copertura assicurativa ottimali. A questo scopo, Helvetia Patria mette a disposizione di Raiffeisen una linea di prodotti adattata ai piani di consulenza.

I vantaggi per la clientela non si limitano però alla possibilità di acquistare prodotti assicurativi, perché questa cooperazione ha ulteriormente perfezionato anche la consulenza Raiffeisen. Su richiesta, gli specialisti del ramo assicurativo analizzano, insieme con il consulente Raiffeisen di fiducia, le esigenze del singolo cliente, elaborando la soluzione migliore per il suo caso.

cosba 
private banking

cosba private banking ag

cosba private banking aiuta gli istituti Raiffeisen a rispondere ai desideri della clientela con esigenze d'investimento più complesse. Questa banca, partner di Raiffeisen nel private banking, ha alle spalle una lunga tradizione di istituto cooperativo e conosce pertanto le esigenze e le priorità delle Banche Raiffeisen. Prestazioni di alta qualità, consulenza personale e un'ampia offerta di servizi, anche nella gestione patrimoniale, sono da sempre i suoi tratti distintivi. Per operare con competenza nel settore della gestione patrimoniale, sono necessari sistemi e procedimenti specialistici, che sono appunto garantiti da cosba. I consulenti Raiffeisen rimangono tuttavia gli interlocutori privilegiati anche per la clientela del private banking.

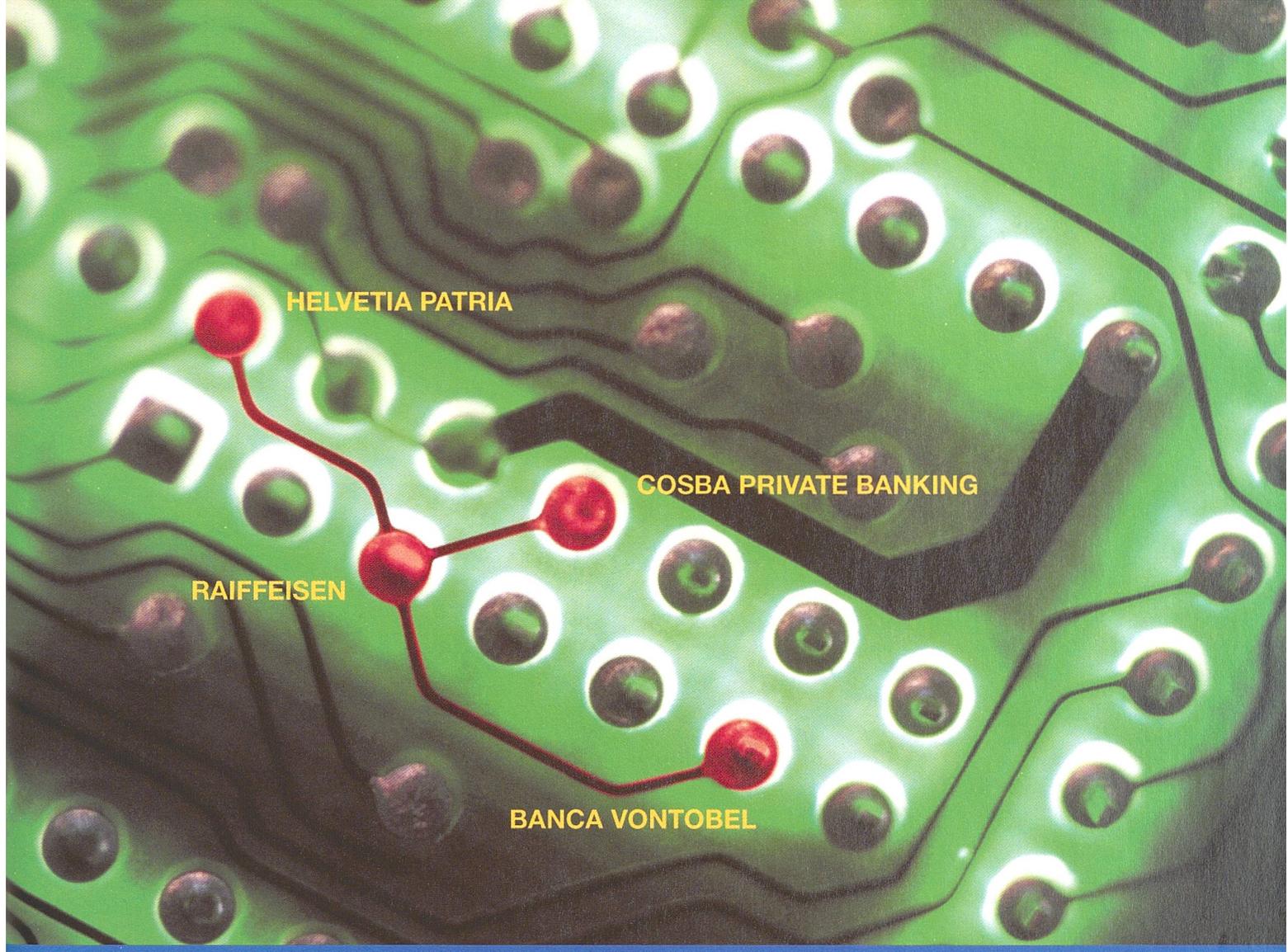


Vontobel Investment Funds

Banca Vontobel

Da molti anni la Banca Vontobel si occupa con successo della gestione dei fondi Raiffeisen. Anche in questo caso, il Gruppo Raiffeisen ha delegato questa attività, nell'ottica della concentrazione sulle competenze specifiche.

La Raiffeisen stabilisce la tipologia dei singoli prodotti e la Banca Vontobel, d'intesa con il product manager, concretizza gli investimenti. Anche in questo caso, la clientela Raiffeisen beneficia di un know how supplementare in materia di consulenza. Una competenza specifica che torna molto utile ad esempio per l'elaborazione di un piano personale d'investimento basato sui fondi.



blemi della clientela e – se possibile – per elaborare in anticipo soluzioni adeguate alle future esigenze di quest'ultima.

COOPERAZIONI VANTAGGIOSE

Le cooperazioni tra le aziende e i fornitori sono diventate molto frequenti. Ci sono buoni motivi per concludere tali accordi di collaborazione, ad esempio la possibilità di beneficiare vicendevolmente delle conoscenze altrui, di fare un uso comune e dunque più conveniente della tecnologia, impiegando il proprio capitale in maniera ottimale.

Altri importanti motivi sono il miglioramento della qualità dei servizi, l'ampliamento della gamma dell'offerta e l'ottenimento di migliori possibilità per la vendita dei prodotti.

Anche presso la Raiffeisen le cooperazioni sono un ottimo strumento per concentrarsi sulle competenze specifiche. La collaborazione con Helvetia Patria amplia il settore finanziario nel ramo vita, quella con Cosba Private Banking copre il segmento esclusivo degli investimenti e della gestione patrimoniale, e con la Banca Vontobel si è creata una solida base nel settore dei fondi d'investimento.

Ogni partnership va accuratamente soppesata. In primo luogo, occorre essere bene in chiaro sulla tipologia della propria clientela e sulle sue esigenze. Dove ci si vuole concentrare? È necessario mettere a punto personalmente i nuovi prodotti o servizi? O forse è più conveniente ricorrere a quelli del partner? Come dev'essere la partnership? Quali partner entrano in considerazione?

PARTNERSHIP SENZA PROBLEMI?

Anche nel caso delle cooperazioni esistenti presso la Raiffeisen, non sempre tutto è andato liscio fin dall'inizio. Tuttavia, quando si presenta un'occasione bisogna saperla cogliere, soprattutto in presenza di un denominatore comune tra i due futuri partner. Rimandare la decisione al momento in cui si saranno soppesati tutti i rischi, può essere troppo tardi. È importante individuare i punti problematici, analizzarli, affrontarli e risolverli rapidamente, prima che arrechino pregiudizio alla clientela. A questo riguardo, la Raiffeisen ha acquisito un notevole bagaglio di conoscenze.

■ BEATRICE ZWICKY STAUB

CONSIGLIO

Se desiderate saperne di più sui nostri partner o i singoli servizi, non esitate a chiedere informazioni alla vostra Banca Raiffeisen di fiducia.

UNITI NEL PRIVATE BANKING

Da oltre un anno, la Raiffeisen offre, insieme alla cosba private banking, anche la **GESTIONE PATRIMONIALE** per esigenze elevate. Secondo le prime esperienze, la **COLLABORAZIONE** si rivela efficace e i clienti traggono benefici da questa alleanza.



Joachim Künzi, responsabile del private banking presso la cosba, nel quadro di un evento informativo destinato ai clienti presso la Borsa di Zurigo.



Manifestazione destinata ai clienti della cosba private banking e della Raiffeisen alla Borsa di Zurigo.



Richard Manger, presidente della direzione generale della cosba private banking, in occasione di una manifestazione per i clienti alla Borsa di Zurigo.

Con oltre un milione di soci, il Gruppo Raiffeisen occupa ormai il terzo posto tra le maggiori banche svizzere. Che cosa rende le Banche Raiffeisen tanto attrattive agli occhi dei loro clienti, qual è il segreto del loro successo? «Il mio consulente bancario sa darmi tutte le informazioni di cui ho bisogno», è una delle risposte più ricorrenti che i clienti soddisfatti della Raiffeisen danno quando si pone loro questa domanda. In gergo bancario, questo si chiama bancassicurazione: le Banche Raiffeisen offrono sotto lo stesso tetto tutti i servizi finanziari, mentre in altre banche è spesso necessario consultare vari interlocutori, talvolta perfino cambiare banca.

OFFERTA COMPLETATA

Con l'Helvetia Patria Assicurazioni, le Banche Raiffeisen disponevano già di un partner per le questioni assicurative ed ora anche i clienti che hanno esigenze più complesse in fatto di investimenti e consulenza potranno ottenere dal loro consulente bancario una consulenza competente. È quanto risulta dalle esperienze

positive che la Banca Raiffeisen di Visp-Zeneggen VS ha potuto fare grazie all'alleanza, ancora relativamente recente, istituita con la cosba private banking: «I nostri clienti ritengono che la lacuna nell'offerta sia ormai stata colmata. Le tradizionali operazioni di investimento non costituiscono alcun problema per noi, ma da soli non siamo in grado di soddisfare le elevate esigenze nell'ambito del private banking», commenta il suo gerente Silvio Seiler.

Gli attuali clienti o quelli potenziali che finora richiedevano, quanto meno per la gestione patrimoniale, i servizi delle grandi banche o di altre banche private, saranno ora completamente assistiti dalla Banca Raiffeisen di Visp-Zeneggen. Il cliente è particolarmente soddisfatto perché può decidere tra i ruoli diversi che assumono la sua Banca Raiffeisen e la cosba private banking, ossia in che misura intende avvalersi della consulenza dell'una o dell'altra banca.

«LA VICINANZA È DETERMINANTE»

Sia per i clienti che per le Banche Raiffeisen, la vicinanza fisica e spaziale alla banca partner è

particolarmente importante, un'opinione condivisa anche da Stefan Koch, gerente della Banca Raiffeisen di Eschenbach-Inwil-Ballwil: «I nostri clienti hanno optato per le Banche Raiffeisen proprio perché offriamo un servizio più personalizzato rispetto alle grandi banche. Siamo semplicemente più vicini. Questa filosofia deve valere anche per i nostri partner. Con l'apertura delle filiali di Lucerna, la cosba assicura ormai la vicinanza fisica. Ora siamo in grado di offrire insieme un servizio conforme alle esigenze anche nel private banking». È di questo parere anche Claudio Ott, direttore della filiale della cosba a Lucerna. Se non vi sono appuntamenti con i clienti presso la filiale, Ott si reca nelle Banche Raiffeisen o dai clienti.

Per i clienti delle Banche Raiffeisen che richiedono il private banking, il primo interlocutore è sempre il consulente della Raiffeisen. Questi può tuttavia ricorrere in ogni momento agli esperti della cosba o allacciare i primi contatti con il consulente della banca partner. Per essere più vicina al mercato anche in questo ambito, la cosba private banking è rappre-

sentata, oltre che dalle due filiali a Zurigo, anche a Basilea, Wil SG, Lucerna e Losanna. È inoltre prevista l'apertura di filiali a Berna e a Lugano. Tutte queste sedi hanno un denominatore comune: i consulenti della Raiffeisen e della cosba operano sempre sotto lo stesso edificio, benché, per motivi giuridici, con entrate diverse.

PRESTAZIONI ANCHE PER LE PMI

A parte i privati, i clienti tradizionali della Raiffeisen sono le piccole e medie imprese (PMI). Di particolare interesse in questo senso è l'offerta della cosba private banking per gli investitori istituzionali, particolarmente adatta alle esigenze e alle limitazioni cui le casse pensioni sono soggette in materia di investimenti. «Grazie alla cooperazione con la cosba private banking possiamo offrire alle ditte nostre clienti una gestione patrimoniale conforme alla LPP completando in tal modo la nostra offerta. Noi lo consideriamo un miglio-

ramento del servizio ed anche i nostri clienti lo recepiscono così», afferma Urs Jäggi, gerente della Banca Raiffeisen di Deitingen SO, riassumendo le prime esperienze positive maturate con la cosba private banking.

Per le Banche Raiffeisen, la priorità non è unicamente la vendita di servizi. Altrettanta importanza è attribuita all'informazione permanente e alle spiegazioni fornite ai loro soci e clienti. Insieme agli esperti in mercati finanziari della cosba private banking, la Banca Raiffeisen di Kriens LU ha per esempio organizzato manifestazioni destinate ai clienti sul tema «Retrospective/prospettive dei mercati finanziari», che hanno avuto un'eco molto positiva e soddisfatto appieno i clienti. Per Claudio Ott, questi eventi sono molto importanti: «L'attività bancaria, e in particolare il private banking, è peoples business, ovvero una questione di fiducia. Per me questo è possibile soltanto mediante il contatto personale. Per la cosba vale la stessa cosa come per

la Raiffeisen». Nell'ottica dei clienti, un primo bilancio della recente collaborazione risulta positivo: sta avanzando l'idea di sottrarre dall'esclusività dei 'grandi ricchi' un private banking esigente e, attraverso la vicinanza che caratterizza la Raiffeisen, di offrire la possibilità di accedere alla gestione patrimoniale a una base più ampia di clienti che richiedono questo servizio. Non tutti i clienti sono però informati sull'esistenza di questa nuova offerta. Tuttavia, dopo che questo partenariato ha superato i primi test concreti, il successo è assicurato. Secondo Silvio Seiler, gerente della Banca Raiffeisen di Visp-Zeneggen, «il private banking è un campo d'attività promettente, sia per i nostri clienti che per la Raiffeisen. La Raiffeisen e la cosba private banking operano fianco a fianco per fugare i timori intorno a questo tema. Il modello di private banking è tagliato su misura per i nostri clienti, ossia risponde alle loro esigenze ed è personalizzato». ■ DIRK SCHMIDT



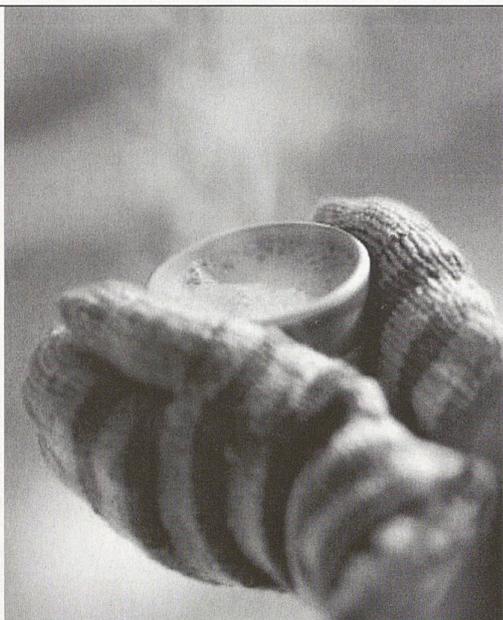
Il prof. dott. Heinz Zimmermann, docente di teoria dei mercati finanziari presso l'Università di Basilea, durante una manifestazione per i clienti a Wil SG.



Stephan Koch e Armin Müller, gerente della Banca Raiffeisen di Eschenbach-Inwil-Ballwil: «Per noi private banking significa soprattutto assistenza continua».



Erwin Getzmann e Marco Betschart, gerente della Banca Raiffeisen di Kriens: «I nostri clienti approfittano della cooperazione».



Quanto aumentano le vostre spese di riscaldamento quando diminuisce la temperatura?

Sapete quanti franchi si sprecano per l'energia a casa vostra? La strada vantaggiosa che porta da una "casa mangiaenergia" a una "casa di risparmio" passa per un miglior isolamento ottenuto con i pannelli in lana di roccia e per lo sfruttamento dell'energia solare gratuita.

- ...per farvi risparmiare costi energetici!**
- ...per migliorare il comfort abitativo!**
- ...per sfruttare meglio i vostri locali!**
- ...per aumentare il valore della vostra casa!**

Il nostro vademecum gratuito per i proprietari immobiliari vi spiega che cosa potete fare. Visitate anche il nostro sito Internet:
www.flumroc.ch



Qui ci vuole il vademecum...

Speditemi il vademecum gratuito
"Da casa a casa di risparmio"!

Nome: _____

Indirizzo: _____

Panorama _____



www.flumroc.ch

**Abbasso le spese
di riscaldamento!**

FLUMROC AG · CH-8890 Flums

Telefono 081 734 11 11

Telefax 081 734 12 13

Alfredo Ryser, presidente per 37 anni

Alfredo Ryser, classe 1922, dopo 37 anni alla testa del Consiglio di Amministrazione della Banca Raiffeisen Medio Malcantone, ha ceduto il testimone nel corso dell'ultima assemblea generale ordinaria. I 126 soci che gremivano la sala del centro scolastico di Novaggio hanno salutato il loro presidentissimo con un lungo e caloroso applauso.

L'allora cassa rurale di Novaggio fu fondata nel 1956 da Cornelio Bertoli, Ruth Bertoli, Arturo Campana, Alfredo Delmenico, Flori Delmenico, Giovanni Marcoli e Silvano Müller. Nove anni dopo, il 28 aprile del 1965, fu nominato presidente Alfredo Ryser, che era originario di Urdorf e risiedeva a Novaggio dal 1946. Persona stimata dagli abitanti per la sua cordialità e per il rispetto che dimostrava verso le tradizioni locali, Ryser assunse dal 1948 e per 31 anni, diverse cariche a livello politico: prima come consigliere comunale, poi come municipale e sindaco. All'impegno politico si affiancò, come detto, quello della guida della locale Raiffeisen. In questi 37 anni Ryser ha saputo traghettare la «sua» banca – uscita dalla fusione delle Raiffeisen di Novaggio, Migliaglia, Bedigliora e Sessa – contribuendo alla crescita e allo sviluppo con entusiasmo, competenza e dedicandole molto tempo libero. Importante punto di riferimento per colleghi e collaboratori – anche per Irma Campana, che fu la prima gerente – Alfredo Ryser (sorridente nella foto) è stato un presidente capace di coniugare al meglio il rigore indispensabile nella conduzione di una banca con l'aspetto umano, cardine proprio dei principi Raiffeisen.

Nel suo discorso di commiato, Ryser non ha voluto percorrere tutta la storia della banca, ma si è soffermato su presente e futuro e sugli inizi

di quella che era la Cassa rurale di Novaggio, «tutta racchiusa dentro un angusto locale con un tavolo, una macchina per scrivere e una cassaforte piena di buoni propositi e di familiarità più che di banconote».

Non si pecca certo di presunzione se oggi si afferma che è specialmente merito suo se i grandi cambiamenti intervenuti negli ultimi anni (informatica, nuova sede, misure di sicurezza sempre più sofisticate) non hanno sbiadito il volto umano, fiore all'occhiello della Raiffeisen. Le parole dei colleghi e del personale e il lungo applauso dei soci sono stati il meritato ringraziamento per la quantità e la qualità del lavoro svolto da Ryser a favore della comunità locale.

A Ryser succede l'ing. Marco Marcozzi, eletto all'unanimità nuovo presidente del CdA. Nel corso dell'assemblea, il dir. Tiziano Selmoni ha naturalmente presentato i conti d'esercizio 2001 che hanno messo in risalto i buoni risultati e la continua crescita. Un accenno anche all'ampliamento della sede che prevede la creazione di nuovi spazi per uffici e per la direzione.

Riportiamo qui sotto una poesia scritta da Armida Ryser-Demarta, moglie di Alfredo, che con lui ha condiviso in tutti questi anni l'amore per la locale Raiffeisen.

Banche Mondiali

Ho guardato la montagna!

Si profilava nitida contro l'azzurro intenso, del cielo!!

La voce della Banca-Grattacielo, si alzava dura e minacciosa

«Tutto il guadagno sarà nelle nostre mani» dice oggi e domani – E tutto si fa buio!



Ra Raiffeisen du Malcantone

Ra nösse Banca, invece, la gh'ha i pee in tèra, si ma par furtùna, la va mie sù a grataa'r cell...

L'è par chell che nüm a lavórum tücc insema cuntént de vess am mò bón de sentii ur bell d'amicizia!!

De vess bón am mò de purtaa sù par cell mie dumaa, mür de cimént facc sù cui palánch... ma i nös, vós cuntent pién de sentiment!...

I nös vós, bón am mò de cantaa sù par cell insema'ara lüs di stell!

Foto: m.a.d.

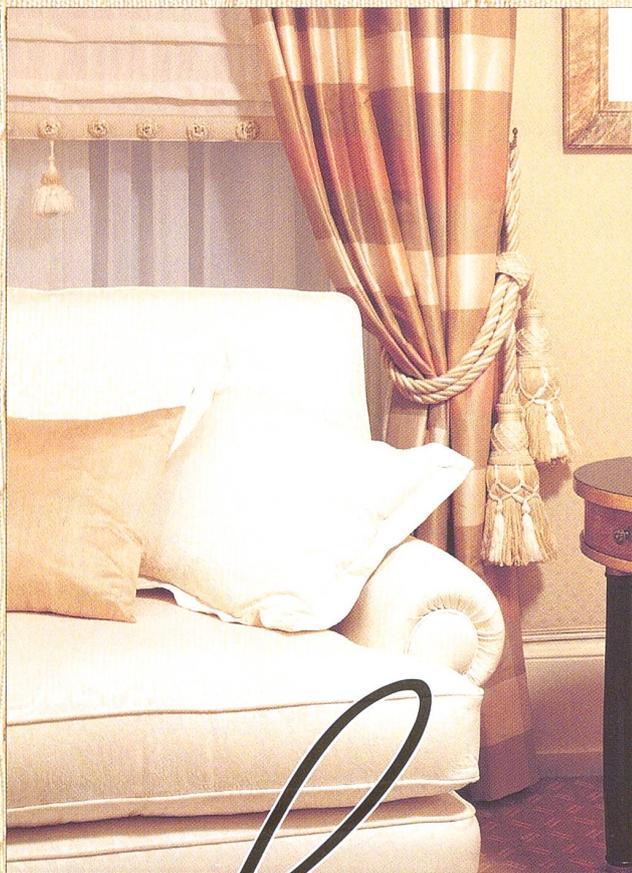
Raiffeisen Savosa, crescita su tutti i fronti

Poco meno di 300 soci hanno partecipato all'annuale assemblea della Banca Raiffeisen Savosa, tenutasi al Centro Panoramica di Cadro. Il presidente del CdA, dott. Flavio Masina, si è detto più che soddisfatto di poter presentare ancora una volta risultati positivi sull'andamento dell'esercizio 2001, con aumenti su tutta la linea: +19,5 per cento della somma di bilancio; +20,1 per cento dei fondi alla clientela; +13 per cento degli utili di esercizio e +11,3 per cento di soci. Dal canto suo il direttore Maurizio Rezzonico ha illustrato la situazione dei conti 2001. Per quel che attiene il bilancio,

è aumentato di 14,58 milioni di franchi superando così gli 89 milioni. L'utile lordo ha raggiunto i 611 437 franchi. La richiesta di crediti, soprattutto nel settore della proprietà abitativa, è risultata molto elevata: il comparto delle ipoteche è progredito di 9,7 milioni di franchi (+14,7 per cento) raggiungendo quota 75,46 milioni. Buono pure l'afflusso di fondi della clientela aumentati di 14,1 milioni, fissandosi a quota 84,18 milioni di franchi. Crescita anche nel campo dei depositi a risparmio che hanno raggiunto i 62,41 milioni (+9,07 mio di franchi). Importante è stata anche la richiesta di obbli-

gazioni di cassa, la cui consistenza è aumentata di 1,22 milioni, toccando quota 14,3 milioni di franchi. L'effettivo dei soci è passato da 1491 a 1659 unità (+168). Con viva soddisfazione si è fatto notare che circa il 16 per cento della popolazione dei comuni di Savosa, Massagno, Vezia e Porza – questo il comprensorio della Banca Raiffeisen Savosa – ha aderito in qualità di socio. L'assemblea ha eletto all'unanimità alla carica di presidente del Consiglio di Sorvegianza, Alberto Bordoli. Quest'ultimo sostituisce Mario Meier che, dopo 15 anni di attività, ha rinunciato ad un nuovo mandato.

LA SIGNATURE DE VOTRE DÉCOR



Schuler

Décoration
Architecture d'intérieur
Papiers peints

Philippe Schuler SA
Grand-Chêne 8
1002 Lausanne



Tél. 021 310 06 40
Fax 021 310 06 42
www.schuler-deco.ch

KÜNG SAUNA

costruzione propria
marchio registrato

Tagliando per
la documentazione

- Sauna finlandese
- Bio-sauna/BIOSA
- Sauna in blocco
- Bagno da costruire
- Idromassaggio
- Solarium
- Attrezzi fitness

Nome _____
Via _____
CAP/Località _____
Telefono _____ Pan _____

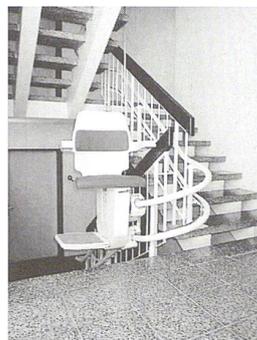
Küng AG Saunabau
Obere Leihofstrasse 59
CH-8820 Wädenswil
Telefono 01/780 67 55
Telefax 01/780 13 79
info@kueng-sauna.ch
www.kueng-sauna.ch

HERAG

HERAG AG Treppenlifte
Tramstrasse 46
8707 Uetikon am See
Tel. 01/920 05 04



Salire e scendere



Soluzioni vaticaggiose per
ogni scala.
Esecuzione professionale.

Mandatemi la documentazione

Nome _____

Strada _____

CAP / Località _____

Raiffeisen Gordola e Valle Verzasca, 2000 soci!

Nel corso del mese di maggio la Banca Raiffeisen Gordola e Valle Verzasca ha raggiunto il 2000° socio. Per sottolineare la ricorrenza il Consiglio di Amministrazione e la Direzione hanno premiato il fortunato nuovo socio, Ronnie Pelucca, con un'obbligazione di cassa del valore di 2000 franchi. La Banca locale è attiva dal 1947 grazie alle lungimiranti prospettive di

30 soci fondatori. A partire dagli anni '90 ha registrato un notevole e costante sviluppo grazie ai sani principi di conduzione basati principalmente sul rapporto umano con la clientela. Il fatto che oggi circa un quarto della popolazione abbia aderito in qualità di socio, rende evidente il grande apprezzamento nei confronti dell'istituto e del Gruppo Raiffeisen.



Da sin. il presidente del CdA Alfredo Piffero, il nuovo socio Ronnie Pelucca e il direttore Diego Del Ponte.

Foto: m.a.d.

BR Capriasca e Val Colla, presto in internet

L'assemblea generale ordinaria della Banca Raiffeisen Capriasca e Val Colla ha avuto luogo il 10 maggio scorso alla presenza di oltre 200 persone. Il presidente Mauro Bindella ha voluto sottolineare l'evoluzione dei soci: 169 nuovi per un totale di 2023, pari ad una penetrazione nel territorio del 22 per cento. È stata inoltre ricordata l'apertura, l'estate scorsa, della nuova agenzia di Ponte Capriasca. Tra le novità: l'introduzione del sistema Raiffeisen-Direct e il desiderio di realizzare un sito internet della Banca dove poter presentare l'istituto, le principali attività, le condizioni e le azioni che vengono offerte o si intendono proporre.

Il direttore Costantino Serafini ha quindi presentato i conti che hanno chiuso il 2001 con una cifra di bilancio di oltre 116 milioni, pari ad un incremento del 13,1 per cento. Al passivo i fondi della clientela sono aumentati di 8,3 milioni (+9,2 per cento) per un totale di 99,3 milioni. I prodotti di maggiore successo sono stati i depositi a risparmio con un incremento di 6,6 milioni. All'attivo le ipoteche sono aumentate di 9,5 milioni, pari al 13,8 per cento. Incrementata anche la situazione reddituale: il risultato da operazioni su interessi è aumentato del 14,4 per cento fino a 2,3 milioni. Le operazioni

in commissioni e prestazioni di servizio sono per contro aumentate solo del 6,3 per cento. Il provento lordo si è attestato a 2,7 milioni di franchi, con un incremento del 15 per cento. I costi d'esercizio totali della cifra di bilancio sono passati percentualmente dall'1,3 per cento dell'anno precedente all'1,44 per cento del 2001. L'utile lordo è comunque aumentato del 3,5 per cento oltrepassando il milione di franchi.

La Banca Raiffeisen Capriasca e Valcolla ricorda che anche quest'anno il premio di 5000 franchi verrà devoluto a persone o enti che si siano distinti nel campo sociale, dell'arte, della cultura, della qualità della vita e dello sport nella regione della Capriasca e della Val Colla. I progetti dovranno essere inoltrati alla Banca entro il mese di ottobre.

Dite la vostra!

Con questa iniziativa vogliamo darvi la possibilità di dire la vostra sui contenuti della nostra rivista o sulle Banche Raiffeisen. Avete inoltre domande sui temi relativi al risparmio, agli investimenti o altro? Potete inviare un e-mail a: lorenza.storni@bluewin.ch, o scrivere a: Panorama Ticino, rubrica «Spazio aperto», via delle Scuole 12, CP 247, 6906 Lugano. Vi invitiamo a sintetizzare i vostri pensieri per motivi redazionali in modo da non dover «tagliare» troppo le vostre lettere. (Lunghezza massima del testo 500 battute).

Offerta speciale per i lettori «Panorama»

Da dove viene il nome Raiffeisen? Che sviluppo hanno avuto le Banche Raiffeisen? Quali sono i loro obiettivi? Se vi ponete queste e altre domande, potrete trovare le risposte nel libro «Raiffeisen – Storie di uomini e di denaro». Una storia centenaria dell'economia svizzera trasformata in un testo di facile lettura che pone le persone al centro dei loro affari bancari.

«Panorama» offre ai lettori il libro ad un prezzo speciale di 10 franchi, invece di 38. Se vi interessa, potete richiederlo a: Unione Svizzera delle Banche Raiffeisen, via dei Gaggini 1, Casella Postale 1267, 6502 Bellinzona, o chiamando il numero di telefono 091/821 50 00.



MENS SANA IN CORPORE SANO

*Il corpo umano richiede movimento. E non fa differenza se la persona cammina, corre, pedala o nuota: vi sono molte possibilità per allenare la **CONDIZIONE** e il **FISICO**. E questo ha un effetto positivo anche sull'**UMORE**.*





Grete Waitz, per nove volte vincitrice della Maratona di New York, spiega cosa significa per lei correre: «Ti senti come se ti stessi librando e avanzando al passo di una gazzella. Provi una sensazione di forma fisica incredibile e questo sentimento ti mette le ali!». Nonostante non sia così facile come lo descrive questa atleta norvegese, negli ultimi anni tanti svizzeri hanno capito sempre più quanto sia importante il movimento fisico.

CORSA INVECE DI ORMONI

«Un certo sforzo è inevitabile per condurre una vita lunga in buona salute. Chi non si impegna deperisce prima fisicamente, poi psichicamente», afferma con convinzione il medico sportivo Michael Despeghel. «La speranza di mantenersi in salute in modo comodo attraverso pillole ormonali, integratori o pastiglie che riducono il peso, è una mera illusione».

Passeggiare, correre o marciare, remare o fare sci di fondo, nuotare o seguire corsi di ginnastica in acqua: le possibilità sono infinite per allenarsi in modo efficiente, indipendentemente dall'età e dal grado di preparazione.

ne. Fare jogging e walking (cfr. riquadro) sono di sicuro le maniere più semplici ed economiche per esercitare la condizione fisica e per dimagrire. Queste discipline riducono anche il rischio di infarto cardiaco e di diabete, come pure di cancro al seno. Il pericolo di infortuni è basso e la nuova generazione di scarpe da jogging è studiata per evitare complicazioni alle giunture.

PER IL CORPO E L'ANIMA

La corsa non fa bene solo al fisico, ma anche alla psiche. Diversi psichiatri sono convinti che il movimento corporeo è la migliore cura per tutte le forme di depressione. «Se si soffre di questo male oscuro, l'attività fisica è molto probabilmente l'ultima cosa che si vorrebbe fare, ma la prima che si dovrebbe fare», afferma il professore americano in psichiatria, John Ratey.

La persona ha bisogno di un minimo di movimento e sforzo per mantenere il suo corpo sano e funzionale. Già una media sollecitazione, che oltrepassi una certa soglia di sopportazione, è abbastanza per ottenere dei miglioramenti fisici e psichici considerevoli. Ognuno può trovare il tempo per delle attività

sportive di base. Anche nella quotidianità si presentano numerose possibilità: invece di prendere l'ascensore si possono salire le scale; oppure si può scendere alla fermata del bus precedente quella prescelta o ancora parcheggiare la macchina il più lontano possibile dal luogo dove ci si deve recare.

Gli uomini dell'età della pietra percorrevano ogni giorno 50 chilometri per procacciarsi il cibo. La giornata tipo di questi antenati resta ancora un mistero. Noi ci procuriamo gli alimenti nei supermercati ed è per questo motivo che il movimento lo dobbiamo cercare altrove.

MENO MALATTIE

Ancora oggi il corpo viene sfruttato da molti svizzeri solo per... trasportare la testa laddove serve. E questo con effetti preoccupanti. Secondo l'opinione di molti esperti della salute, la carenza di movimento è altrettanto dannosa per il benessere quanto il fumo e ancora più pericolosa dell'obesità. Con uno sforzo quotidiano regolare si riduce il rischio di ictus o di infarto cardiaco fino al 60 per cento e di circa il 50 per cento quello della pressione alta. Solo in Svizzera si stimano, anno dopo anno, dai

Walking, in forma passo dopo passo

Il walking è un modo salutare e sportivo di camminare. Ogni walker può orientarsi secondo le sue capacità individuali e, di conseguenza, dosare le forze. Il walking è divertente e il rischio di infortuni è molto limitato. Al contrario di tanti altri sport, dove la metà delle persone che li pratica, dopo sei mesi rinuncia a proseguire l'allenamento, il walking ha una quota di successo del 60 per cento.

Migliaia di refrattari al movimento – che generalmente si considerano non sportivi per eccellenza – grazie al walking, passo dopo

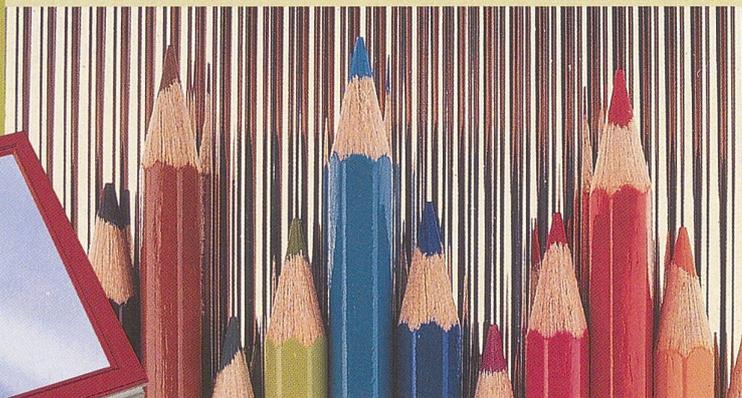
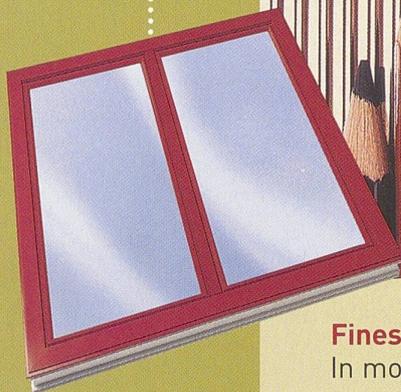
passo, ritrovano la gioia per una vita fisicamente attiva. «Walking è solo un'altra parola per definire la marcia sportiva o una nuova possibilità per rafforzare il sistema immunitario, abbassare la pressione arteriosa, migliorare i valori di colesterolo nel sangue e aumentare in modo costante la vitalità», sostiene il medico ed ex-campione europeo dei 5000 metri, Thomas Wessinghage.

Walking è anche una filosofia che ha come finalità il miglioramento della salute e del benessere della persona. Come nessun'altra

attività fisica si può praticare senza grande dispendio di tempo e materiali e integrare nel corso di una qualunque giornata. Ed è attrattiva soprattutto per coloro che si ritengono dei non sportivi o per chi, dopo una lunga pausa, volesse ricominciare con un allenamento fisico.

I numerosi e positivi benefici di questa marcia sul sistema circolatorio e cardiaco, sul metabolismo e sull'apparato motorio sono ideali per migliorare o stabilizzare salute e benessere.

Non sopportiamo le finestre noiose...



info@doerigfenster.com
www.doerigfenster.com

Finestre in plastica ed alluminio

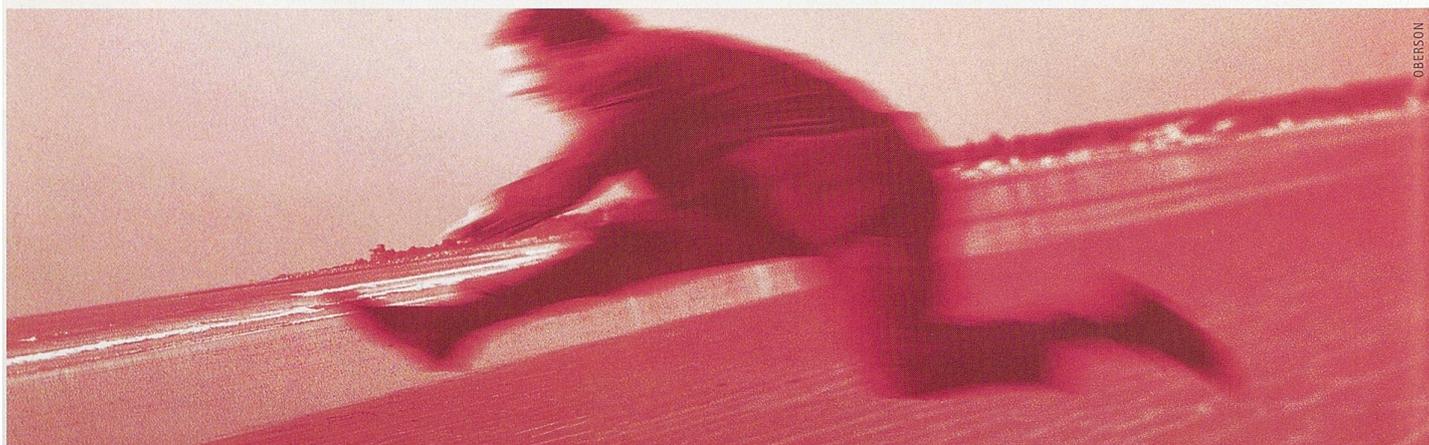
In molti colori e con la speciale qualità Dörig

FINESTRE E PORTE

dörig

San Gallo-Mörschwil ■ Zurigo ■ Oftringen ■ San Antonino ■ Bussigny

☎ 0848 848 777



OBERSON

AUMENTA LA VOSTRA CAPACITÀ DI SOPPORTAZIONE

Lo star seduti in movimento mantiene vitali. Una sedia come sostegno ergonomico e meraviglia estetica è tutto di guadagnato, soprattutto sul posto di lavoro. Da un produttore che da sempre è un pioniere del buon star seduti.

giroflex

Sedersi per noi è movimento

Albert Stoll Giroflex AG, CH-5322 Koblenz, Tel. 056 267 91 11, Fax 056 246 17 70, www.giroflex.com



L'opinione di Markus Ryffel, fautore di aqua-fit

Il bernese Markus Ryffel ha vinto numerosi titoli nazionali e internazionali nel mezzo fondo e nel fondo. Per ben 21 volte è stato campione svizzero e due volte campione europeo indoor. Nel 1984 si è aggiudicato la medaglia d'argento ai giochi olimpici di Los Angeles nei 5000 metri. Ryffel ha introdotto in Svizzera l'aqua-fit, rendendola popolare.

«Panorama»: Chi dovrebbe praticare l'aqua-fit?

Markus Ryffel: Tutti. Dall'infortunato al paziente in riabilitazione, fino all'atleta professionista. Qualsiasi persona può praticare questa attività.



Foto: Ryffel Running

4000 ai 5000 casi di morte prematura causata dalla carenza di movimento.

Il medico sportivo Despeghel è dell'opinione che «dobbiamo sforzare il corpo poiché è geneticamente stabilito: il fisico vuole un movimento costante che regoli il sangue, fortifichi il cuore, abbassi il polso e favorisca i muscoli».

MANCANZA DI TEMPO

Molto spesso la causa della mancanza di movimento è la carenza di tempo. Ma proprio la corsa ha il vantaggio di poter essere integrata molto bene nella quotidianità. Non fa alcuna differenza se si è a casa o in vacanza, poiché è facile muoversi dappertutto. «Infilarsi le scar-

Per qualcuno esistono comunque delle controindicazioni?

Chi non sopporta le sostanze aggiunte all'acqua della piscina può fare aqua-fit nel lago. Altrimenti, non vi è alcuna controindicazione.

Cosa si vuole allenare, in particolare, con questo sport?

L'aqua-fit è un allenamento per tutto il corpo, unico nel suo genere. La lezione è strutturata in modo da allenare tutte le componenti della condizione fisica: potenza, elasticità e coordinazione con la ginnastica in acqua; resistenza abbinata alla coordinazione con il deep water running. Senza dimenticare la velocità, che può essere allenata in entrambe le discipline.

Con che frequenza ci si dovrebbe allenare?

Quanto si vuole. A questa attività si possono anche abbinare altre discipline sportive dolci

come il nordic walking, il nuoto, la bici e altre ancora.

Quali vantaggi presenta l'aqua-fit rispetto ad altri metodi di allenamento?

I vantaggi sono da ricondursi soprattutto alle positive caratteristiche dell'acqua. Per quanto riguarda la sua forza ascensionale, alleggerisce l'apparato di sostegno e di movimento, rilassa e scioglie la muscolatura e la colonna vertebrale, riduce al minimo il rischio di infortuni, anche con un intenso sovraccarico. La resistenza dell'acqua, invece, aumenta e rinforza la muscolatura. I movimenti bruschi, che possono causare problemi ai tendini o ai legamenti, vengono evitati. Il consumo di calorie aumenta se gli esercizi vengono eseguiti correttamente. Grazie alla pressione dell'acqua, inoltre, viene migliorato il flusso di sangue al cuore.

Intervista Thomas Schneider

pe da jogging ed andare a fare semplicemente una corsetta non ruba molto tempo», afferma Claudia Simonett, un'appassionata di quest'attività. La grigionese prosegue: «Non vi è alcun altro sport che può essere praticato con così poco dispendio». Non si ha bisogno né di un partner di allenamento, né di attrezzature speciali, non si devono fissare degli appuntamenti e non si dipende dalla meteo. L'aria fresca, la luce, i profumi e i suoni della natura sono le vere e proprie gioie del movimento che molti jogger e walker apprezzano. In sostanza è il corpo e non la testa a decidere se, come, quando e quanto si corre.

Per essere in forma è necessario vincere la Maratona di New York? Chi tiene alla pro-

pria salute non ha bisogno di esagerare, ma osserva il seguente programma: una passeggiata di 30 minuti a passo sostenuto da due a tre volte la settimana o una corsa continua, muovendo bene le braccia e senza dimenticare di respirare profondamente. Questa è già una buona base per una vita più sana. Il corpo diventa all'improvviso una «macchina brucia-grassi», l'afflusso di ossigeno al cervello garantisce benessere fisico e si è mentalmente più in forma. Secondo il medico Despeghel, già dopo sei mesi di regolare allenamento, un cinquantenne può riacquistare il benessere corporeo di un ventenne. Non è mai troppo tardi per muoversi di più!

■ THOMAS SCHNEIDER

Grete Waitz:

«Ti senti come se ti stessi librando e avanzando al passo di una gazzella».



Foto: m.a.d.



A MISURA D'UOMO

L'etica, e in particolare l'applicazione dei principi etici da parte delle aziende svizzere, rimane troppo spesso solo una dichiarazione d'intenti. Questo poco confortante dato di fatto è emerso da un sondaggio condotto dall'Istituto Lassalle di Zugo, che ha interpellato duemila top-manager sul tema dell'etica (cfr. «Panorama» di aprile 2002).

E il Gruppo Raiffeisen? Fino a che punto applica un comportamento responsabile in materia di denaro e di rapporti umani? Qual è il contributo delle Banche Raiffeisen alla realizzazione di un mondo più equo e di una vita più dignitosa?

UNA FILOSOFIA VINCOLANTE

«Banca ed etica non sono due concetti in antitesi», spiega Pierin Vincenz, «ma molto dipende dal modo in cui viene svolta l'attività bancaria». Il Gruppo Raiffeisen si attiene scrupolosamente ad alcune regole fondamentali, che hanno un effetto positivo sull'etica aziendale. La prima regola è la moderazione. A dif-

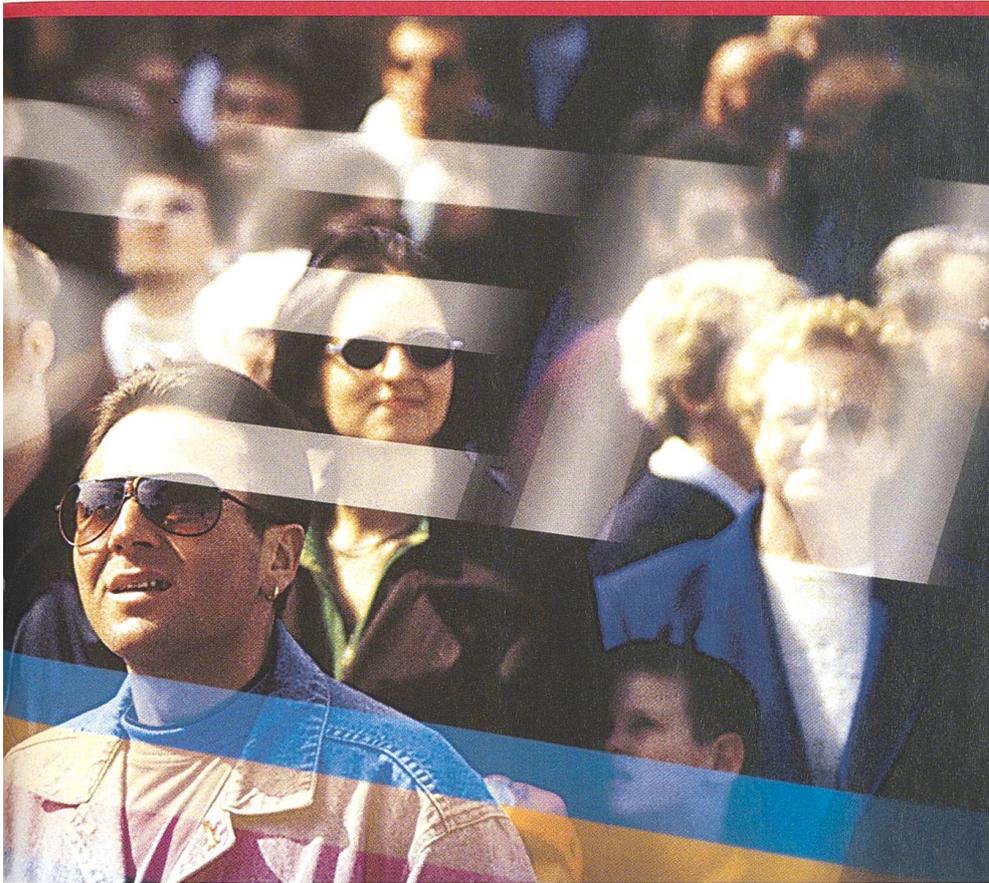
Molte AZIENDE svizzere si sono dotate di un CODICE ETICO, la cui applicazione lascia però spesso molto a desiderare. La Raiffeisen, invece, si adopera con successo per essere all'altezza dei suoi principi etici.

ferenza di molti altri istituti e società, le cooperative Raiffeisen non si sono votate al principio dello shareholder-value. L'utile conseguito serve a finanziare gli investimenti nella tecnologia, a costituire riserve e anche alla remunerazione dell'impegno profuso dai soci nella loro cooperativa.

Oltre un milione di persone beneficiano pertanto di questi vantaggi, che in media corrispondono a qualche centinaio di franchi per socio. Si tratta di vantaggi concreti, quali il conto privato esente da spese, il punto percentuale in più dell'interesse del conto risparmio soci, le carte ec/Maestro e Visa rilasciate gratuitamente (per il primo anno), il Passaporto per i musei svizzeri e il biglietto per

l'Expo.02 a metà prezzo. Il concetto di moderazione si applica anche alla retribuzione e alle indennità dei direttori di banca e dei presidenti dei consigli di amministrazione: gli stipendi da capogiro o le buonuscite milionarie dei manager, che tanto clamore hanno destato negli scorsi mesi, sono impensabili alla Raiffeisen.

La «realizzazione dell'ideale cooperativo» è la seconda regola fondamentale indicata da Pierin Vincenz. Essendo proprietario della sua banca, il socio Raiffeisen concorre alla definizione della politica aziendale adottata dall'istituto. «Da noi la centralità dell'individuo non è uno slogan», osserva Pierin Vincenz, «bensì la filosofia alla base della nostra attivi-



La Fondazione svizzera per l'etica mondiale (Weltethos Schweiz) con sede a Schwarzenberg LU ha concepito e realizzato la mostra itinerante «Religioni universali – pace mondiale – etica mondiale». Il progetto si basa sulla convinzione del teologo svizzero Hans Kung, secondo cui per contribuire alla pace dell'umanità le religioni del mondo devono prima prendere coscienza di ciò che le unisce. La mostra vuole avvicinare il pubblico all'affascinante mondo delle religioni e spiegare il significato del loro messaggio etico. Nonostante tutte le differenze nella dottrina e nei riti, le grandi religioni – induismo, taoismo, buddhismo, ebraismo, cristianesimo e islam – sono in definitiva portatrici dello stesso messaggio etico.

La Fondazione del Giubileo sostiene la mostra itinerante in dieci località. Quest'anno la mostra farà tappa a:

- > Davos GR (14.7–30.8)
- > S. Moritz GR (1.9–13.9)
- > Coira GR (14.9–27.9)
- > Ilanz Gr (28.9–11.10)
- > Lucerna (14.10–22.11)
- > Kreuzlingen TG (24.11–20.12)

Sono previste esposizioni anche in altre località. Consultare il programma al sito www.weltethos.org

tà». La terza regola è il raggruppamento degli istituti Raiffeisen in seno all'Unione Svizzera delle Banche Raiffeisen (USBR), che permette di sfruttare le sinergie e i vantaggi di una grande banca, garantendo in tal modo la sicurezza e l'equilibrio.

PRODOTTI E SVILUPPO SOSTENIBILE

La Raiffeisen tiene in sempre maggiore considerazione la gestione sostenibile delle risorse e per questo motivo ha ampliato la gamma dell'offerta con due nuovi prodotti a sfondo ecologico. Da maggio 2001, la clientela sensibile alle questioni ambientali ha la possibilità di investire in quattro fondi (Futura-fonds), amministrati in base al principio della sostenibilità, nel senso che rispondono anche a criteri ecologici e sociali, oltre che a quelli economici. A un anno dal lancio, essi registravano già un volume di circa 170 milioni di franchi. Questo successo è la dimostrazione che la domanda di prodotti sostenibili da parte della clientela è una realtà.

La Raiffeisen è il primo gruppo bancario operante a livello nazionale a sostenere attivamente il marchio Minergie nel settore dell'edilizia. Da alcune settimane, le Banche Raiffeisen hanno lanciato l'ipoteca Minergie (cfr. PANORAMA di aprile 2002). Costruendo la casa in base alle prescrizioni del modello Minergie per il contenimento del consumo energetico, si beneficia di un interesse ipotecario inferiore di mezzo punto percentuale. La sede centrale Raiffeisen di San Gallo ha dato il buon esempio, costruendo il suo nuovo edificio, ultimato a fine aprile 2002, in base allo standard Minergie. La separazione dei rifiuti, un riscaldamento centrale alimentato a gas e l'utilizzo dell'acqua piovana in luogo dell'acqua potabile sono ulteriori misure ecologiche che il Gruppo ha introdotto già da alcuni anni nella sua sede centrale.

IMPEGNO IN SVIZZERA E ALL'ESTERO

Nell'estate del 2000, in occasione del centenario delle Banche Raiffeisen svizzere, il Grup-

po Raiffeisen ha istituito la Fondazione del Giubileo, quale segno di riconoscimento nei confronti del popolo svizzero. Lo scopo della fondazione è il co-finanziamento dei progetti di interesse collettivo e di concreta utilità per la popolazione. Tra gli obiettivi perseguiti, il sostegno ai progetti per la promozione dell'etica nell'economia è una priorità assoluta.

Ma la Raiffeisen Svizzera è socialmente impegnata anche all'estero: da tre decenni sostiene finanziariamente la costruzione di Banche Raiffeisen in Ruanda, uno dei paesi più poveri dell'Africa (cfr. p. 42). In Romania, il Gruppo Raiffeisen mette a disposizione il suo know how per lo sviluppo del sistema bancario.

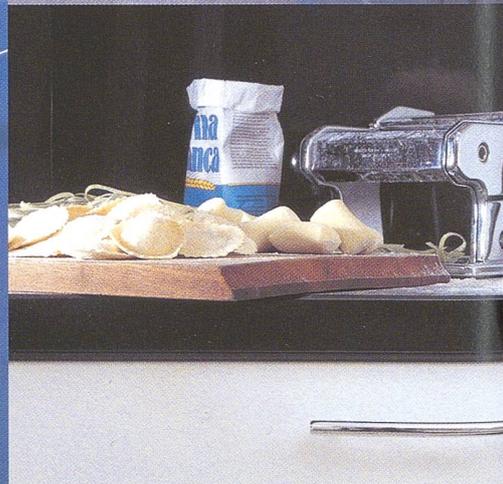
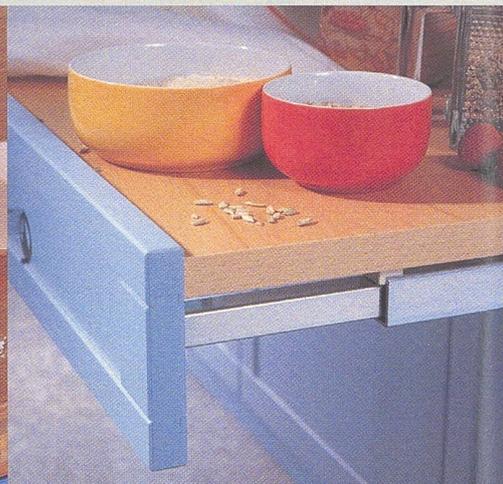
Nel 1995, il presidente della Confederazione Kaspar Villiger ha così descritto il nostro movimento: «La Raiffeisen ha introdotto il buon senso nel mondo bancario». Un principio a cui intendiamo attenerci anche in futuro.

■ JEANNETTE WILD

✂ Nous vous prions de nous envoyer un prospectus
Bitte senden Sie uns einen Katalog
Dittam/Alison/Firma/et al.



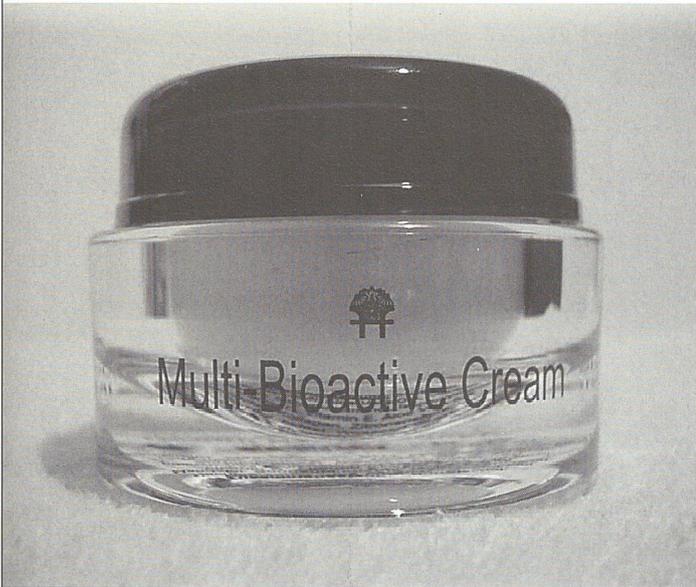
Benvenuti in cucina.



vibor ARREDAMENTI
CUCINE

Via ai Ciòss • 6593 CH-Cadenazzo
Internet: www.vibor.ch
E-mail: info@vibor.ch
Tel. 091-851 97 30 • Fax 091-851 97 39

Il segreto per una pelle bella: Olio di borragine!



L'olio di borragine contiene un acido sebaceo di grande valore biologico: l'**acido linoleico gamma**. Questa importante sostanza manca quasi completamente dalla nostra alimentazione. L'olio di borragine fornisce **umidità ed elasticità** all'epidermide, riduce l'**essiccazione** e la **perdita d'acqua** della pelle considerevolmente, e favorisce l'elasticità del tessuto cutaneo. Migliora il metabolismo e, di conseguenza, la pelle diventa più liscia = **azione antirughe**. L'olio ripristina le ghiandole sebacee, sia per i casi di pelle **secca, rugosa, squamata**, sia per quelli di **acne**. I prodotti sono naturali, **non testati su animali** e adatti anche a pelli delicate!

Sotto che forma è ottenibile l'olio di borragine?

- | | |
|--|-----------------------|
| <input type="checkbox"/> Olio di borragine puro , non profumato, 50 ml
(= olio intensivo curativo per la notte) | Fr. 49.50 |
| <input type="checkbox"/> Crema multi-bioattiva all'olio di borragine giorno e notte 50 ml
(= cura intensiva: viene assorbita subito) | Fr. 49.- |
| <input type="checkbox"/> Peeling bioattiva per il viso con olio di borragine 50 ml
(allontana delicamente le cellule morte della cute) | Fr. 19.90 |
| <input type="checkbox"/> Capsule all'olio di borragine 240 caps.
(integratore alimentare per la salute della vostra pelle) | Fr. 95.- |
| <input type="checkbox"/> Offerta promozionale: tutti e 4 i prodotti! | sconto del 10% |

Per un successo ottimale si consiglia di **combinare** i quattro prodotti!

Segnare i prodotti desiderati e poi inviare, faxare od ordinare telefonicamente.

Il mio indirizzo:

Cognome / Nome: _____

Via: _____

CAP/Luogo: _____

Tel.: _____

E-Mail _____

PANO 7-8/02



DROGERIE HEGGLI
Negozio specializzato in medicina naturale
Inviati all'estero possibili

Hohlenbaumstrasse 71
Casella postale 53
8204 Sciaffusa
Telefono 052/625 75 81
Fax 052/620 03 51



Hinein, was hinein geht? Besser nicht! Denn jedes Pfund zuviel kostet...

Sovrappeso? Dimagrire è semplice:

Per un **dimagrimento mirato** esistono varie possibilità. Molte cure si sono però dimostrate inefficaci. Il nostro «**sistema a 3 punti**», valido da anni, ha dato **ottimi risultati!** Con l'assunzione regolare sull'arco di più settimane o mesi, potrete ottenere un **buon successo!!!** Il sistema a 3 punti è

composto da tre prodotti puramente vegetali:

1. **gocce vegetali**: riducono l'appetito e fanno sparire i tanto temuti attacchi di fame;
2. **essenze alle piante**: attivano il metabolismo nelle cellule adipose per una miglior riduzione dei cuscinetti di grasso;
3. **capsule vegetali al glucomannano**: si gonfiano nello stomaco per raggiungere prima il **senso di sazietà**. Inoltre i **grassi assunti** (bombe caloriche) **non vengono assorbiti** nell'intestino ma espulsi al più presto onde evitare nuovi depositi adiposi.

Chiudete con il sovrappeso e sentitevi di nuovo in forma.

Ordino la cura seguente con fattura (solo Svizzera + FL):

- Sistema a 3 punti per ca. 6 settimane fr. 158.60
- Sistema a 3 punti per ca. 9 settimane fr. 239.45
- Sistema a 3 punti per ca. 18 settimane fr. 471.90

Mittente:

Cognome: **Nome:**

Via:

CAP, Località:

Tel.: **E-mail:**

Per ulteriori informazioni siamo a vostra disposizione telefonicamente!

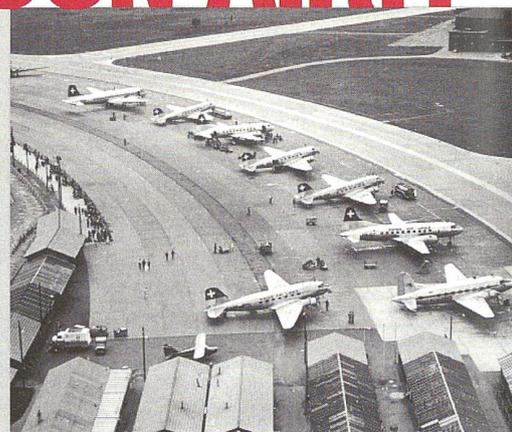
Heggli Naturprodukte GmbH
Hohlenbaumstrasse 71, Casella Postale 53
8204 Sciaffusa

telefono 052 625 75 81, fax 052 620 03 51

www.heggli-naturprodukte.ch
info@heggli-naturprodukte.ch

SWISSAIR – SWISS CON AIR!?

SWISSAIR, il nostro orgoglio nazionale, ha fatto una fine ingloriosa. Come una **FENICE** uscita dalle sue ceneri, ne è ora scaturita **SWISS**. Speriamo che non venga a mancarle l'aria, cosicché possa continuare a vivere come Swiss con Air.



«**V**ogliamo diventare una compagnia aerea europea che collega tra loro le dinamiche metropoli commerciali con quelle culturali: dopotutto la Svizzera è simbolo di diversità culturale e di apertura verso il mondo. È quindi nostro dovere offrire un servizio impeccabile alla clientela, che poggi sulle qualità elvetiche universalmente riconosciute». Qualitativamente la Svizzera figura infatti ai primi posti in fatto di affidabilità, pulizia, sicurezza, ma anche in quanto a innovazione, tradizione e modernità. Sono le fiere parole pronunciate da André Dosé, presidente della direzione di Swiss quando, il 31 gennaio 2002, ha reso noto il nuovo nome della compagnia, Swiss International Air Lines Ltd, approvato lo scorso 13 maggio dall'assemblea generale.

La Swiss, ex Crossair che «ha conosciuto una fenomenale ascesa passando da una piccola aerolinea con un traffico di nicchia alla maggiore compagnia regionale d'Europa», riuscirà mai a raggiungere questi ambiziosi obiettivi? Potrà rinnovarsi come la fenice della religione egiziana, bruciando se stessa per poi rinascere dalle proprie ceneri? Gli auspici sono assai buoni, ma con il terzo trimestre di attivi-

tà (da inizio luglio) è appena iniziato il conto alla rovescia; i prossimi mesi saranno quindi decisivi per il suo destino.

«DISONORATA»

Probabilmente non è un'esagerazione affermare che tutto il popolo svizzero era legato a Swissair, che si identificava con la sua compagnia di bandiera e che spera pertanto che questa rinascita della fenice di nome Swiss abbia successo. Non fosse altro che per i posti di lavoro: dopotutto non solo sarà impiegato tutto l'organico della Crossair (alla fine dell'anno scorso comprendeva 4439 persone che si dividevano 3978 posti a tempo pieno), ma, come spiega Reto Peritz del Corporate Communications, sono stati integrati anche 5650 impiegati dell'ex Swissair: 850 piloti, 700 persone a terra, 400 addetti al trasporto merci, 500 addetti alla vendita telefonica in tutto il mondo, 3200 assistenti di volo (flight attendants). «Attualmente siamo circa 10'000 impiegati e per il momento questo effettivo non cambierà».

Si tratta di una prestazione notevole se si considera l'eredità che ha raccolto la Crossair. Nel suo libro*, Urs von Schroeder scrive che la

È così che, nel 1948, la compagnia aerea iniziò la sua attività a Zurigo-Kloten: le baracche, davanti a cui sostavano i leggendari CD-4 e CD-3 fungevano da terminale. Negli anni precedenti, «la base» della Swissair era Dübendorf.

Swissair «è stata disonorata da una gestione del gruppo che aveva perso il senso con la realtà». Con quasi tre decenni di attività al suo attivo come addetto alla comunicazione e caporedattore presso la Swissair, Von Schroeder sa di che cosa sta parlando. Nessuno avrebbe immaginato «che quella compagnia un tempo così fiera e ammirata, potesse finire in questo modo dopo 71 anni di attività: senza forma né stile e per di più senza curarsi minimamente delle risorse umane».

Per non parlare poi dei guai in cui ha trascinato un cospicuo numero di aziende: ha comportato per esempio 23 000 pretese da parte di creditori. Fra questi vi era la piccola industria che, grazie alle commesse per il vettova-



Foto: Keystone / Martin Ruettschi

Un aereo del tipo Compté AC-4 Gentleman, impiegato dalla Swissair dal 1931 al 1948. È uno degli ultimi veicoli posseduti dalla ex compagnia aerea e che ha fatto parte della massa fallimentaria.

gliamento, si era ingrandita incrementando i posti di lavoro e si è improvvisamente ritrovata con problemi di smercio; ma anche la grande azienda di cui Swissair è debitrice per milioni di franchi.

Il settore che ha subito le peggiori conseguenze è stato quello delle agenzie di viaggio, il cui personale, durante intere settimane, non ha fatto altro che aiutare viaggiatori disperati (non solo i propri clienti) a ritornare a casa o a cambiare il biglietto per volare con altre compagnie. Tutto questo senza un centesimo di indennizzo. E senza che qualcuno (il che irrita in modo particolare i miei informatori, ndr) pronunciasse almeno una parola di ringraziamento.

CAMBIARE GLI OBIETTIVI

Ma ora è tutto diverso: Swiss, la cui sede si trova presso l'EuroAirport di Basilea-Mulhouse-Friburgo, ha tutti gli assi nella manica. Dall'inizio di luglio è stata definitivamente iscritta nel registro di commercio. Zurigo-Kloten, come spiega il portavoce dei media Manfred Winkler, rimane invece soltanto «una sede secondaria». Vi sono filiali anche a Berna, Ginevra e Lugano. Per quanto

riguarda le finanze, l'assemblea generale ha mostrato che in Svizzera l'efficienza non è sempre di casa: ha infatti dovuto prolungare fino alla fine di aprile dell'anno prossimo il termine di liberazione fissato per raccogliere il capitale azionario, poiché 14 «enti pubblici» (cantoni e comuni), che il 6 dicembre 2001 avevano accettato di accordare un aiuto, non sono riusciti a far approvare per tempo dai rispettivi legislativi o dagli aventi diritto di voto i contributi che avevano stanziato a tal fine. Il giorno stabilito (assemblea generale) mancavano ancora all'appello 33 milioni di franchi; l'intero capitale azionario ammontava a 2,6 miliardi.

Anche questo fa parte della Svizzera, spesso citata come Paese esemplare: una democrazia diretta il cui potere decisionale minaccia di essere travolto dagli eventi. Ma tutto ciò non riguarda l'equipaggio della Swiss: «Tutto procede come previsto», conclude Manfred Winkler. «Benché i nostri obiettivi siano ambiziosi, abbiamo imboccato la via per raggiungerli». È quanto tutti auspicano. L'ora della verità è ormai imminente, ma a partire dal terzo trimestre, dopo un crollo tra aprile e giugno, la situazione reddituale dovrebbe mi-

gliorare: è quanto è stato promesso agli azionisti all'assemblea generale. Fare gli scongiuri non guasta. E nemmeno porgere i migliori auguri: «Buon volo, fenice uscita dalle ceneri! Che l'aria non ti venga a mancare: vola, Swiss, vola - con Air!»

■ **WERNER KAMBER**

Orario estivo dei voli

L'orario estivo 2002 propone 123 destinazioni in 60 Paesi. Si tratta, per così dire, di un compromesso tra le tradizionali destinazioni a lungo raggio della Swissair, quali New York, Rio de Janeiro o Bangkok, e le destinazioni europee della Crossair, come Vienna, Varsavia, Parigi e Mosca. Non mancano però anche le località esotiche come Muscat, nello Stato del Golfo Oman, o Malabo nella Guinea Equatoriale. La flotta comprende 130 aerei, 26 per destinazioni a lungo raggio e 104 per quelle a corto raggio. Sono attualmente operativi otto tipi di aerei.

* Fonte:
Urs von Schroeder: «Swissair 1931-2002»,
Aufstieg, Glanz und Ende einer Airline.
Verlag Huber.

VIVERE SOTTO IL TETTO

VELUX®



Luce del giorno, aria fresca e una vista che spazia liberamente sono fattori di fondamentale importanza.

Questa considerazione è l'essenza della nostra attività. Ed è proprio in conformità ad essa che costruiamo le nostre finestre per tetti allo scopo di fare del vostro sottotetto lo spazio più comodo e accogliente della casa.

• *Le persiane avvolgibili esterne VELUX – sei funzioni protettive in un solo prodotto.*

• *Ad ognuno il suo piccolo regno – con decorazioni e protezione solare VELUX.*

VELUX Schweiz AG
Industriestrasse 7, 4632 Trimbach
Telefono 062/289 44 44
Telefax 062/293 16 80
E-Mail: VELUX-CH@VELUX.com
Internet: <http://www.VELUX.ch>

Inviatemi la seguente documentazione:

- „Vivere sotto il tetto“
- „Decorazioni e protezione solare“
- „La persiana avvolgibile VELUX – Protezione perfetta“

Nome _____

Via _____

NPA/Località _____

Telefono _____

Inviare a: VELUX Schweiz AG, Industriestrasse 7, CH-4632 Trimbach

PAN

PIÙ LUCE ALLA VITA

LA CASA COLONICA RINASCE

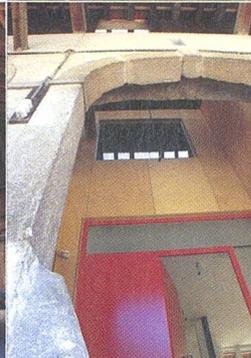


Foto: m.a.d.

In Svizzera ci sono molte belle **CASE COLONICHE** che però recano i segni del tempo. Un caso concreto dimostra come un edificio vecchio di 200 anni possa trasformarsi nella **CASA DEI SOGNI**.

Molte località del nostro paese ospitano vecchie case coloniche, il sogno degli amanti degli edifici storici. Di solito si tratta di immobili di notevoli dimensioni, situati in una bella posizione. Siccome la maggior parte di questi stabili non serve più per scopi agricoli, perché non ristrutturarli, facendo così nascere a nuova vita una vecchia casa colonica?

CHIARIMENTI PRELIMINARI

Prima di procedere alla ristrutturazione, occorre considerare due importanti aspetti: in primo luogo va chiarito quali interventi sono consentiti dalla legge, perché spesso le vecchie case coloniche sottostanno alle norme della tutela dei monumenti o dell'immagine della località. In secondo luogo, è opportuno incaricare un architetto di elaborare un progetto preliminare, al fine di disporre di una competente valutazione delle condizioni dello stabile e di uno scenario degli interventi da effettuare.

L'interessante esempio di una casa colonica di Villigen/AG illustra un possibile modo di procedere in questi casi. L'edificio in questione è vecchio di duecento anni e appartiene a una famiglia di ex contadini. Il figlio desiderava ristrutturarlo, allo scopo di ottenere un ap-

partamento di 4½ locali. Al riguardo, poneva due importanti premesse: l'impiego di energie rinnovabili e l'ottenimento di un clima interno confortevole, per il quale era indispensabile una buona circolazione d'aria. Essendo spesso all'estero per lavoro, desiderava una casa che mantenesse un ambiente fresco e una temperatura ideale, anche rimanendo chiusa per giorni.

L'architetto Werner Setz di Rapperswil fu incaricato della ristrutturazione. Il suo progetto potrebbe essere definito «la casa nella casa»: con l'impiego di elementi di legno prefabbricati, nella parte un tempo adibita ad azienda agricola (l'ex stalla) ha realizzato uno stabile ad uso abitativo di 4½ locali e 160 m² di superficie. Le camere da letto e i locali per il relax sono stati collocati al piano superiore, dove prima c'era il fienile.

MASSIMO COMFORT

Il nuovo spazio abitativo si distingue per l'ottimo isolamento termico (24 cm di isolamento delle pareti, eseguito con lana di pietra) e una ventilazione controllata dei locali. Anche in assenza del proprietario, questo sistema assicura un ricambio costante dell'aria nell'appartamento. In tal modo, durante l'inverno è inoltre possibile contenere la dispersione di

calore attraverso le finestre, non essendo più necessario aprirle per arieggiare i locali. La casa risponde appieno ai severi requisiti dello standard-Minergie per le nuove costruzioni.

«Nella parte ristrutturata, il consumo energetico ammonta a solo circa il 40 per cento del valore stabilito dalla legge per una nuova costruzione», sottolinea l'architetto Werner Setz.

L'energia per il riscaldamento e l'acqua calda è prodotta mediante una pompa di calore e pannelli solari. Il soggiorno è stato inoltre munito di una stufa di ghisa, funzionante a legna. Il nuovo spazio abitativo è autonomo dal punto di vista architettonico e risponde a tutte le esigenze del proprietario in materia di superficie e comfort. Il progetto della «casa nella casa» ha inoltre permesso di rispettare le prescrizioni relative alla tutela dell'immagine della località. Infatti, ad eccezione di un'ampia vetrata sul lato sud dell'edificio, la casa colonica di Villigen conserva intatto l'aspetto esterno e dunque anche il suo carattere storico originario.

Grazie alla notevole ampiezza della parte un tempo adibita ad azienda agricola, è stato possibile ottenere locali di 2.70 m di altezza.

L'esempio di Villigen insegna però anche che la ristrutturazione di una vecchia casa colonica comporta un notevole impegno finanziario: solo il risanamento dell'edificio esistente (sostegno delle strutture, risanamento dei muri di pietra di cava, rinforzamento dei muri, risanamento delle travi del portico ecc.) ha comportato una spesa di circa 180 000 franchi. I costi complessivi si situano attorno ai 600 000 franchi.

■ JÜRIG ZULLIGER

Il frescodoccia

Docce e vasche da bagno Koralle

Koralle



Koralle

Con Koralle fare la doccia e il bagno è più bello

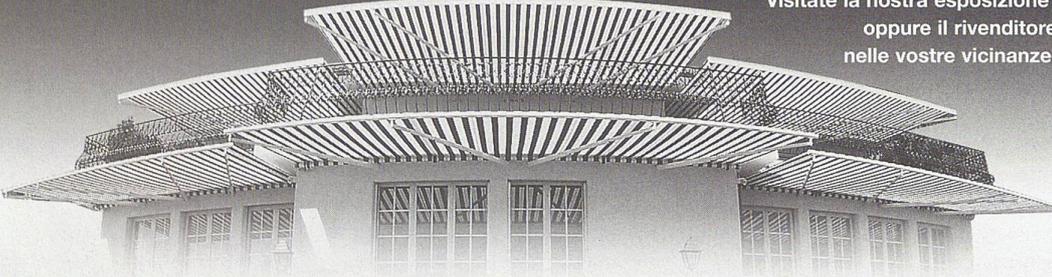
AZV Adigraevit

Visitate il nostro Centro d'informazione Koralle...
(Favorite prenotarvi per un bagno di prova)
...oppure visitate il nostro homepage www.koralle.ch

Ordinate la documentazione particolareggiata oppure visitate l'esposizione presso lo specialista di prodotti sanitari nelle vostre vicinanze. BEKON-KORALLE SA, 6252 Dagmersellen, Tel. 062/748 60 60, Fax 062/748 60 90 E-Mail: info@koralle.ch www.koralle.ch

Protezione solare...

...di grande qualità.
Visitate la nostra esposizione*
oppure il rivenditore
nelle vostre vicinanze.



Tende da sole Tapparelle di sicurezza Comandi automatici

* Lu - Ve aperto
preavviso desiderato

www.stobag.com

STOBAG
Pilatusring 1
5630 Muri AG
Tel. 056 675 42 00
Fax 056 675 42 01

STOBAG
Prodotti svizzeri di qualità



CONCONI
www.conconi.com

azioni
...toniere edile
...impermeabilizzazione
...lattoniere riscaldamenti
...ione tetti sanitari lattonier
...amenti riscaldamenti sanitar
...anitari lattoniere edile lattor
...impermeabilizzazione tetti
...azione tetti sanitari riscaldam
...sanitari lattoniere edile imperr
...corteglia-chiasso-balerna
Tel. +41 091 646 50 44
Fax +41 091 646 13 45
info @ conconi.com

PRONTO INTERVENTO
079 616 24/24

SANITARI
RISCALDAMENTI



LE STELLE... NELL'OMBRA

La **HOSTA**, con il suo coloratissimo e bellissimo fogliame dai toni che spaziano dal verde-blu al giallo, caratterizza i luoghi ombrosi del giardino. Questa pianta è spettacolare anche in vaso.

Gli americani e i britannici iniziarono a coltivare solo 25 anni fa gli ibridi di funkia, sinonimo di hosta. Per questo motivo, questa pianta rustica non è ancora molto diffusa nel nostro Paese. La funkia, che vanta eccezionali colori e forme di fogliame, è considerata una rarità per collezionisti.

LUCI PER IL SOTTOBOSCO

Le foglie bianche con bordature verdi, come quelle della «White Christmas» o quelle gialle sgargianti della «Gold» esaltano le ombre del sottobosco. Più i colori delle foglie di funkia sono chiari e brillanti, più hanno bisogno di ombra. Se il terreno è abbastanza umido, per esempio al bordo di uno stagno, allora si possono piantare delle varietà dal fogliame blu-verde anche in luoghi soleggiati.

Ad eccezione delle lumache, che in primavera attaccano i germogli della funkia, questa pianta non ha altri nemici. L'hosta può raggiungere tranquillamente il secolo di vita e, con il passare del tempo, diventa sempre più rigogliosa e carica. La cura di questa pianta è limitata al suo innaffiamento regolare in periodi di siccità e ad una dose di composto in primavera ed in estate.

Glossario

In onore del botanico Nikolaus Host (1761-1834) - che era anche medico alla corte dell'imperatore austriaco all'inizio del XIX secolo - questa pianta rustica di facile cura ha preso il nome botanico hosta. Circa 40 varietà originali provengono dal lontano Oriente e sono le preferite dei giapponesi. Host era l'allievo di Jacques il Vecchio e realizzò un giardino su incarico della casa imperiale degli Asburgo.

«TAPPETO» CON STILE

Se non si sceglie una varietà nana, a questa «bellezza solitaria» va fornito almeno un metro quadrato di spazio. La funkia è un'ottima pianta che può fungere da tappeto per coprire il terreno: dove si diffonde il suo fogliame, le erbacce non hanno chance. Questa pianta rustica va interrata dopo la sua fioritura, in autunno o in primavera, in un terreno argilloso, ricco di humus e ben drenato. Le varietà coltivate in vaso possono invece essere trapiantate durante tutto il periodo vegetativo.

Da giugno ad ottobre, a seconda della varietà, questa liliacea esibisce dei fiori imbutiformi nei colori bianco, rosa o lilla. La scelta d'acquisto durante questo periodo è dunque più facile. I fiori penduli si distinguono elegantemente dal fogliame sottostante. Va sottolineato che la bianca fioritura rischiarerà gli angoli più bui del giardino, mentre quella blu o lilla dà l'impressione di essere più fredda.

ABBINATA CON CHARME

La funkia si abbinata benissimo a piante selvatiche come l'aconito, l'astilbe e la digitalis o ad altre come la felce e il sigillo di Salomone. Le varietà con il fogliame blu-verde si distinguono tra i rododendri e le piante dai fiori rosa, come i gerani e la rogersia.

Una delle più belle funkie è la «hosta sieboldiana» con foglie ovato-lanceolate lucide e dalle evidenti nervature. La varietà «Elegans» possiede del fogliame blu-grigio che in autunno si tingono di giallo.

Per far crescere rigogliosamente questa pianta rustica bisogna lasciarla in pace. Gli esemplari divenuti grandi e vecchi possono però essere divisi senza problemi in autunno o in primavera. Ecco come fare: sradicare con cautela il cespo, separarlo in più piante che

Ogni anno in primavera la funkia si risveglia con foglie dalle forme bizzarre e variegate.



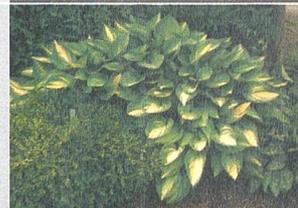
I fiori penduli e imbutiformi dell'hosta si distinguono dal fogliame rigoglioso.



La funkia con bordature bianche è un belvedere durante tutto il periodo vegetativo.



Ornamento per i luoghi ombreggiati: la funkia brilla per il suo fogliame colorato.



Piantata in vaso, l'hosta si può collocare a piacere ed è protetta dalle lumache!



potranno essere interrate secondo i propri gusti. A fine lavoro irrorare bene.

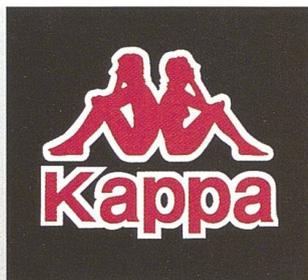
La funkia, piantata in grandi vasi, fa furore anche sul balcone, in terrazza o in giardino. Già in primavera, con il germogliare delle foglie, questa pianta vi sorprenderà. In inverno si può lasciarla all'aperto, a condizione che il periodo di gelo non si prolunghi per più settimane. Durante il riposo vegetativo va innaffiata solo per evitare la disidratazione del cespo.

■ EDITH BECKMANN

Questo marchi mondiale è garante di qualità eccezionale

Tanti sportivi famosi indossano KAPPA

- Originale Kappa
- repellente allo sporco
- comodissimo e morbido
- classico e sportivo
- Design eterno



Anche i giocatori dell'AS Roma si fidano di Kappa

A livello mondiale Kappa si annovera tra i più conosciuti e prestigiosi marchi sportivi. Tanti campioni e tante squadre si fidano da decenni dell'ottima qualità del materiale e della lavorazione di ogni singolo capo d'abbigliamento Kappa.



Kappa è il fornitore ufficiale delle seguenti squadre di prim'ordine:

- Nazionale di calcio italiana
- AS Roma
- SV Werder Bremen
- FC ST. Pauli

Informazioni sul prodotto

Il set è composto da:

- Giacca con due tasche esterne nascoste
- cintura e polsini elastici
- Taglio a raglan
- pantalone con due tasche laterali aperte, cintura elastica e cordoncino
- 100 % poliestere
- Colore: blu scuro
- Misure: S-XXL
- Indicazioni per il lavaggio:



invece di Fr. 169.-
sconto -42%
PREZZO PER I LETTORI
98,-
 No. art. 34025

Per favore al momento dell'ordinazione non dimenticare la misura e il no. dell'articolo

Tagliando di ordinazione speciale per i lettori di PANORAMA Si, ordino il:

Numero	Taglia		Numero articolo
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Tuta Kappa	a Fr. 98- No. art. 34025
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Tuta Kappa	a Fr. 98- No. art. 34025
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Tuta Kappa	a Fr. 98- No. art. 34025
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Tuta Kappa	a Fr. 98- No. art. 34025

I prezzi s'intendono inclusa IVA, escluse spese di porto. Modifiche di prezzi e modelli sono possibili.

Cognome/nome: _____
 Via, no.: _____
 CAP, località: _____ No. tel.: _____
 Firma: _____ Data: _____

Per favore compilare in stampatello e inviare a:

Azione estiva per i lettori di PANORAMA:
 Personalshop c/o Ospedale Municipale di Basilea, Casella Postale, 4025 Basilea

Siamo a vostra completa disposizione 24 ore su 24:

Tel. 0848 80 77 60 - fax 0848 80 77 90 - www.personalshop.ch

Per favore comunicare sempre in caso di ordinazione telefonica: ➔

Codice no. **L 63**

Riceverete gli articoli ordinati per posta e con fattura direttamente dal laboratorio logistico dell'ospedale civico di Basilea, un'istituzione per il reinserimento economico e sociale di persone parzialmente inabili al lavoro.

Visitate il nostro negozio situato in Lautengartenstr. 23, 4052 Basilea. **P**

I professionisti giurano su Kappa

Il tessuto in poliestere sportivo e funzionale sul lato esterno presenta un effetto leggermente setoso. L'interno gradevole sulla pelle è stato reso piacevolmente morbido e vellutato grazie ad una particolare lavorazione a maglia.

Indossarlo e sentirsi bene

Non importa se a casa, durante l'allenamento di ginnastica o nello studio di fitness. Con questa tuta vi sentirete sempre completamente a vostro agio. Il blu intenso è adatto ad ogni tipo e non è assolutamente soggetto alla moda. Questa tuta è anche l'ideale per le vostre prossime vacanze. Poiché con Kappa siete sempre in ottima compagnia. Ordinatelo ancora oggi.

«Tuta Kappa»
 blu scuro

No. art. 34025

La sua taglia

Lei	36	38/40	42/44	46	48
Lui	42/44	46	48/50	52/54	56/58

La sua taglia da ordinare

S	M	L	XL	XXL
---	---	---	----	-----

RITORNO ALL'ARMONIA

*La **MEDICINA TRADIZIONALE CINESE** non dispone di ricette brevettate, ma può completare in modo ideale l'arte occidentale del guarire. Nel loro abbinamento sta la forza di queste due filosofie.*



Illustrazione: B&S

La medicina tradizionale cinese (MTC) si è ormai insediata in Svizzera. Almeno trenta centri di MTC hanno aperto i battenti negli ultimi cinque anni sul nostro territorio. Oltre ai cinesi immigrati, anche alcuni medici occidentali offrono la MTC quale complemento. Non sempre la medicina classica trova una soluzione a tutti i problemi di salute, mentre a volte quella complementare può avere successo.

ALTRA PROSPETTIVA

I metodi della MTC, che presenteremo sulla prossima edizione di Panorama, promettono sollievo e guarigione nel caso di diversi sintomi di malattie. Tra questi troviamo varie forme di dolori, disturbi funzionali, allergie, problemi ginecologici e malattie interne. Inoltre, la MTC è adatta anche quale terapia d'accompagnamento per perdere peso o smettere di fumare. La medicina tradizionale cinese non

può invece sostituire interventi chirurgici necessari e metodi della medicina classica in casi acuti.

La concezione cinese non contempla i concetti occidentali di salute e malattia: l'uomo nato dalla, nella e per mezzo della natura è soggetto a tutte quelle variabili che contraddistinguono la natura stessa. Inoltre le barriere linguistiche rendono difficile la comprensione reciproca tra le due correnti di pensiero. La medicina cinese, che da oltre 3000 anni si evolve con teorie e pratiche indipendenti, focalizza la sua attenzione su aspetti diversi del corpo umano. Spesso, addirittura, non tiene in considerazione segnali reputati importanti dai medici occidentali.

ACCERTARE LA DISARMONIA

Mentre i medici europei ricercano le cause di una certa malattia e vogliono curarla, i colleghi cinesi non seguono questa logica analiti-

ca. Lo specialista orientale esamina l'individuo nella sua globalità. Raccoglie tutte le informazioni importanti e le descrive tramite i dettagliati rapporti che vi sono tra le varie strutture corporee e le relative funzioni. La medicina cinese si riferisce ai cinque organi vitali – fegato, cuore, milza, polmoni e reni – e ai loro eventuali squilibri. Lo schema del non equilibrio traccia la via del trattamento che ha lo scopo di riportare l'armonia nel corpo.

Gli esperti di MTC descrivono le cause della disarmonia con termini che, alle orecchie occidentali, potrebbero sembrare un bollettino meteorologico. Vento, freddo, fuoco o calore, umidità, siccità e caldo estivo influiscono negativamente sul corpo. Per esempio, se i sintomi del paziente stabilissero che la diagnosi è «vento e freddo esterno», il medico cinese tenterebbe una cura contrastante basata sull'agopuntura e le erbe che serve a scacciare il vento e il freddo facendo sudare la persona malata. Nello stesso caso un medico occidentale diagnosticherebbe forse un'infezione alle vie respiratorie e agirebbe di conseguenza.

YIN E YANG E QI

La medicina cinese differenzia otto schemi principali di disarmonia, rappresentata da fenomeni legati a Yin e Yang, simbolo dell'equilibrio (in altri termini della salute) in ogni cosa, sostanza e manifestazione umana. Al segno Yang vengono attribuiti l'attività, il calore, la luce e l'esterno, mentre allo Yin la passività, la calma, il buio e l'interno. Allo Yang fanno riferimento sei organi; allo Yin, cinque. Ogni disarmonia è da ricondurre al non equilibrio tra Yin e Yang, dove l'uno prevale o soccombe sull'altro.

Le malattie si manifestano spesso quando il Qi – un'energia impalpabile che scorre nel corpo e che regola le funzioni dei diversi organi – inizia a ingorgarsi o non è in linea con l'obiettivo. Anche le altre due forme di energia – i liquidi organici e il sangue – possono causare disarmonia e creare quindi dei problemi di salute.

■ JÜRIG SALVISBERG

LASCIAR PARLARE IL CUORE

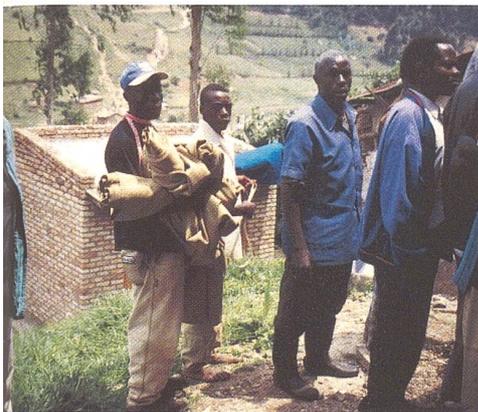
Il **RUANDA** è uno dei Paesi più poveri dell'Africa e da molto tempo rischia un collasso economico. Da trent'anni l'Unione Svizzera delle Banche Raiffeisen dà speranza a questa nazione. Recentemente, grazie all'appoggio di «**BLEU CIEL**», anche i partner di cooperazione si adoperano per il progetto.

«Blue Ciel» aiuta i meno fortunati della nostra società: bambini a cui manca tutto.

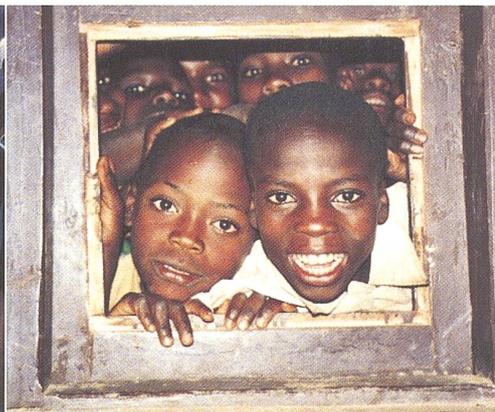
I Ruanda – con un territorio che corrisponde ai due terzi di quello svizzero, ma con un numero di abitanti leggermente superiore – sta molto a cuore all'Unione Svizzera delle Banche Raiffeisen. Tutto ebbe inizio nella metà degli Anni '60. L'allora presidente ruandese, Grégoire Kayibanda, visitando la Svizzera, si interessò alle Raiffeisen che considerava idonee per lo sviluppo nel suo Paese. A quei tempi, nell'amministrazione della Confederazione, non esistevano ancora degli specialisti in crediti rurali. L'economia privata, invece, poteva vantare. L'Unione Svizzera delle Banche Raiffeisen venne perciò chiamata ad occuparsi delle procedure per la costruzione di propri istituti in Ruanda.

Nel 1972 i lavori di edificazione ebbero inizio, grazie anche ai sussidi finanziari della Confederazione. Le Banche Raiffeisen cominciarono ad essere operative in Ruanda nel 1975 e vissero un periodo d'oro. La cifra delle «Banques populaires du Rwanda» – tutte cooperative di risparmio e di credito – cresceva costantemente: il primo gennaio 2001 si contavano ben 145 istituti, distribuiti su tutto il territorio, con 230 000 soci. «L'aiuto all'autoaiuto e il sostegno ai ceti più poveri della popolazione, che sono parte integrante della filosofia Raiffeisen, si sposano armoniosamente con le idee della collaborazione svizzera allo sviluppo», spiegava un articolo del 1984 del «Tages Anzeiger» che si occupava di questi fatti in un inserto speciale.

Foto: m.a.d.



Venditori di stoffe: un commercio poco redditizio.



Ci vuole poco per far sorridere gli occhi di questi bambini.

DUE PER UN LETTO D'OSPEDALE

Nell'aprile del 1994 il Ruanda fu portato alla rovina a causa di orribili genocidi che erano il frutto dell'odio di due gruppi etnici. Si stima che in 100 giorni furono massaccrate circa 800 000 persone, vale a dire una ogni nove abitanti del Paese. Fino ad oggi il Ruanda non si è ancora risollevato. La ferocia di quelle morti ha provocato un trauma che non è ancora stato superato. La miseria è estesa e c'è bisogno di tutto. Per esempio, i letti d'ospedale della capitale Kigali, devono essere divisi in alternanza da due degenti e, chiaramente, le lenzuola non vengono sostituite. Il cibo viene fornito dai familiari. Ma in Svizzera vi sono persone che si impegnano per il Ruanda ed hanno fondato l'«Associazione umanitaria Bleu Ciel per l'aiuto ai bambini del Ruanda». Lo scopo è quello di sostenere l'infanzia che rappresenta «l'anello più debole della società». A Kirambo, nel nord della nazione, ad esempio non vi è né acqua corrente, né elettrici-

cià, ma solo lampade a petrolio che forniscono la luce. Attraverso delle adozioni a distanza si dà la possibilità ai bambini di frequentare una scuola. Quello che alle nostre latitudini è un diritto fondamentale, in Ruanda è invece un lusso. La tassa scolastica, il materiale per le lezioni e la divisa obbligatoria, devono essere pagati dai genitori o dai parenti che si occupano di allevare bambini orfani.

ADOZIONE CON 60 FRANCHI

«Bleu Ciel» offre delle adozioni a distanza per 60 franchi all'anno: questo importo garantisce al bambino la frequenza scolastica annuale e il donatore o la donatrice diventa così «padrino o madrina» di un piccolo africano. Inoltre, è in progetto la costruzione di diversi altri atelier di sartoria per i ragazzi che hanno superato l'età della scuola dell'obbligo o che, per svariati motivi, non hanno potuto frequentarla. Qui potranno trovare un'occupazione e cucire soprattutto le divise scolastiche obbligatorie (ogni scolaro ne deve possedere due). Dall'11 marzo è operativo il primo atelier con 40 posti di lavoro. È pure prevista la costruzione di parco-giochi dove i bambini con gravi traumi possono trovare un po' di distrazione, praticando calcio o baseball.

L'onere finanziario per questi tre progetti ammonta a 100 000 franchi. L'Unione Svizzera delle Banche Raiffeisen partecipa con un importo globale di 20 000 franchi: nel 2001 ne sono stati versati 10 000 e altrettanti verranno donati nel corso di quest'anno, come ha spiegato il segretario generale Waldo Bauer. Ulte-

Cosa ne è delle Banche Raiffeisen in Ruanda? Come ci spiega Piergiorgio Ambrosini, direttore della sede regionale della Svizzera italiana dell'USBR, «nonostante la situazione, funzionano abbastanza bene». Negli anni della costruzione tra il 1981 e il 1986 Ambrosini era il consulente alla direzione dell'Unione delle Banche Raiffeisen in Ruanda. Oggi un impegno diretto non esiste più. Anche la Confederazione, a livello ufficiale, si occupa solo dell'aiuto umanitario e non più dell'aiuto allo sviluppo.

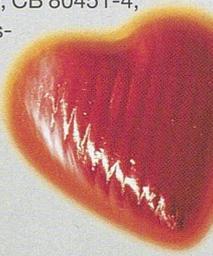
riori aiuti giungono dai partner di cooperazione della Raiffeisen: 10 000 franchi dalla Banca Vontobel (fondi di investimento) e 5'000 franchi dall'Helvetia Patria (prodotti assicurativi). Con questi contributi si è già coperto un terzo della somma necessaria. Si spera di ottenere altre offerte tramite donazioni private.

LASCIAR PARLARE IL CUORE

I soldi sono in ottime mani, poiché a capo di «Bleu Ciel» vi è una donna, Suzanne Vuille di Losanna, che già da anni lascia parlare il cuore. Secondo una definizione di una giornalista, Suzanne è una vera «funambola della solidarietà che riesce a smuovere le montagne». Mamma di due figli ormai adulti, Suzanne era una donna in carriera nel mondo della moda fino a quando, nel corso di un viaggio a Calcutta nel 1992, rimase colpita dalla grande miseria dei poveri. La sua vita prese allora una svolta: vendette la sua ditta, riscattò i contributi della cassa pensione e fondò l'«Arcobaleno», una casa dove le madri HIV positive potevano trovare, insieme ai loro figli, accoglienza ed assistenza. Le porte erano aperte anche ai malati di cancro ed a persone afflitte da depressione. Adesso Suzanne si occupa pure dei bambini orfani del Ruanda. L'anno scorso, casualmente, dal Paese africano le chiesero se conosceva qualcuno che poteva occuparsi di tre orfani. Da allora fa da intermediaria tra i padrini e le madrine di diversi bambini. L'adozione costa 60 franchi all'anno e i donatori ricevono informazioni, notizie e una fotografia dei loro figliocci. ■ WERNER KAMBER

Diventate anche voi donatori

Lasciate parlare il vostro cuore! Se desiderate versare un contributo, potete farlo tramite una cedola di pagamento a: Banque Raiffeisen Haute-Broye-Jorat, Association Bleu Ciel, numero del conto 49974.99, CB 80451-4, CCP 10-8060-7 o all'Association Bleu Ciel, Rue de la Paix 11, 1020 Renens. Conto chèque postale: 17-565741-3.



IN CANTIERE UNA BARCA



La Composites Boatworks di Lugano sta realizzando **IL PROTOTIPO DI UN'IMBARCAZIONE** capace di abbinare un elevato profitto prestazionale alla massima eleganza. Di dimensioni ridotte, potrà solcare i mari di tutto il mondo e viene costruita a Riva S. Vitale. Costo dell'operazione, un milione di euro.

Non una semplice imbarcazione, bensì un autentico gioiello. Capace di abbinare prestazione e raffinatezza, velocità ed eleganza, aggressività sull'acqua e cura del dettaglio. Per ora è «solo» un prototipo in piena gestazione, ma la prossima estate dovrebbe essere lì da assaporare e comprare. Costo dell'operazione: un milione di euro. Roba per ricchi, dirà qualcuno. D'accordo, ma lo è anche la Porsche, tanto per fare un paragone che regge benissimo: ed allora, a noi comuni mortali che potremo al massimo avere la fortuna di ammirarla, da qualche parte del mondo, rimane perlomeno la soddisfazione di «vederla» crescere ed immaginarla. Col racconto e le immagini di Giulio Gatti, romano che dalla fine degli anni '80 è trapiantato in

Ticino: di professione General Manager della Composites Boatworks SA di Lugano, in realtà vero e proprio innamorato di tutto quanto è legato con buon gusto al mondo della nautica.

BARCHE PERSONALIZZATE

«Ci stavo pensando da tempo, perché la mia grande aspirazione dopo tanti anni di esperienza sia come crocierista che come regatante era quella di realizzare un'imbarcazione che avesse delle caratteristiche di prestazione simili a quelle di una barca da regata e nello stesso tempo offrisse un livello di finiture interne e comfort di una nave da crociera. Ci hanno provato in tanti, con più o meno successo, ho voluto tentare anch'io, fermo restando che la barca è un po' come una casa e dunque presenta un grado di apprezzabilità assai soggettiva». Quella in costruzione, la prima di una serie di quattro tutte uguali, è perciò «personalizzata secondo quelle che sono le mie esigenze, ma dal momento che non mi ritengo un tipo particolare direi che corrisponde anche ad aspettative standardizzate. Abbiamo inoltre chiesto al progettista, il famosissimo argentino German Frers, che è un vero genio nel coniugare l'eleganza delle for-

GIOIELLO

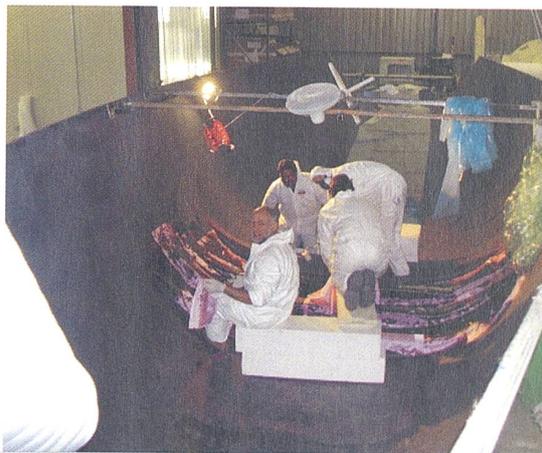
me con delle linee prestazionali d'avanguardia, di prevedere un grado di personalizzazione da discutere con gli eventuali acquirenti».

COSTRUIRE LONTANO DAL MARE

Commissionato il progetto nel gennaio del 2001, la costruzione è poi decollata a giugno, raccogliendo un'altra sfida, «quella cioè di dimostrare che è possibile costruire barche lontane dal mare: ci siamo appunto rivolti ad un'azienda di Riva S. Vitale che produce compositi avanzati (come il carbonio col quale è fatta l'imbarcazione in questione, ndr) e che stava a quei tempi esplorando il mercato della nautica come opzione favorevole per la costruzione di particolari di barche. Lì c'è la base produttiva dove otteniamo la massima qualità per ciò che riguarda lo scafo e la coperta, mentre per quanto concerne gli arredi interni e l'attrezzatura ci siamo rivolti a ditte esterne». Una volta portata a compimento la realizzazione, ci saranno il varo ed i collaudi ad hoc durante l'inverno e solo allora inizierà un minimo programma di marketing, con l'esposi-

zione a qualche salone: «È vero, per il momento non ci siamo preoccupati di questo aspetto, perché siamo partiti a prescindere da chi poi vorrà acquistarla nella convinzione peraltro che avrà un enorme successo e poi perché vogliamo tenere il progetto il più riservato possibile: soprattutto nell'ambiente nautico e benché in fondo di veramente rivoluzionario ci sia soltanto la cura davvero maniacale dei dettagli e dei minimi particolari». Tenuto conto del prezzo, dove pensate di trovare possibili interessati? «Evidentemente una barca del genere ha un mercato globale ed in questo momento, grazie alla forza del dollaro, gli americani sono clienti privilegiati. D'altro canto, come le dicevo, noi ci mettiamo la concezione, l'engineering, il servizio, il project management, ma se in futuro dovesse presentarsi ad esempio un armatore che il nostro prototipo intende ottimizzarlo con qualche suo desiderio, noi saremo pronti a spostarci per costruirlo da lui. Alla fine, ciò che vogliamo dimostrare è che per costruire una barca così non serve un cantiere nautico».

A Riva S. Vitale si lavora per costruire il prototipo.



15 METRI PER 4/6 PERSONE

Barca da crociere veloci, indirizzata insomma ad un pubblico che se ne intende «e molto simile a quelle che la scorsa primavera erano impegnate nel giro del mondo», ha spazio per quattro persone, massimo sei: «Esatto, perché comprende anche una cabina smontabile che nel caso di lunghe navigazioni può trasformarsi in un ripostiglio. È l'ideale per chi ama la privacy e desidera gestire l'imbarcazione come meglio crede, senza insomma marinai o professionisti a bordo. Un pilota di media capacità riesce del resto a guidarla e ad effettuare la maggior parte dei lavori di manutenzione senza grosse difficoltà».

Le misure? Quindici metri di lunghezza e 4,20 di larghezza, peso complessivo 10 tonnellate, di cui 5000 chili costituiti dalla chiglia. Il guscio dello scafo, per contro, pesa meno di 500 chili, tanto che lo si può girare praticamente a mano. A maggio del 2003, la barca dovrebbe essere definitivamente a disposizione per i fortunati che potranno acquistarla: ed il primo «contatto», secondo i desideri del signor Gatti, dovrebbe esserci al salone di Genova. Non resta che aspettare...

■ OMAR GARGANTINI



LA SCUOLA AL CENTRO

Da anni ci si pone un importante quesito: i **DOCENTI E LE DOCENTI** devono intervenire laddove i genitori sono stati carenti nell'educazione dei figli? E alla scuola resta ancora tempo per assumersi **COMPITI EDUCATIVI**?



PERSONALITÀ RESPONSABILI

Negli ultimi trent'anni la situazione nella scuola è radicalmente cambiata. Questa istituzione è lo specchio dei mutamenti della società, nella quale i problemi di convivenza si manifestano con maggiore intensità. Ancora oggi il compito educativo della scuola non è in discussione, anche se il suo ruolo primario è quello di trasmettere il sapere intellettuale, che diventa sempre più vasto e complesso. Isabella Stäheli, docente, gran consigliera e mamma di quattro bambini afferma: «Dal mio punto di vista il compito più urgente è la socializzazione». Nelle famiglie poco numerose i bambini hanno una ridotta possibilità di imparare il rispetto e di accettare le esigenze altrui. Uno o due figli ricevono spesso maggiori attenzioni rispetto ad un tempo dove le famiglie, con una prole molto più numerosa, non avevano le possibilità per garantire gli stessi riguardi. Questa situazione si manifesta anche nel comportamento del bambino a scuola. La pressione sul corpo insegnanti è grande, poiché da una parte deve venir elaborato un piano di lezioni vastissimo; dall'altra la richiesta di un incoraggiamento individuale a livello intellettuale ed educativo è altrettanto grande.

ESIGENZE PERSONALI

Le forme di insegnamento sono mutate in modo considerevole. Le lezioni di attività creative, i progetti comuni a più classi e lavori di gruppo permettono – oltre all'insegnamento della materia – di raggiungere anche gli obiettivi educativi. Il confronto tra ragazzi di diverse età è positivo per la convivenza ed insegna la tolleranza e il rispetto reciproci. «Come docente e madre vivo molto positivamente questa evoluzione», sostiene Isabella Stäheli ed aggiunge: «Le nuove forme

di insegnamento sono però, per il corpo insegnanti, molto più onerose. È quindi mio desiderio che i genitori, le autorità e i docenti vadano tutti nella stessa direzione per il bene del bambino».

Anche il comportamento consumistico è molto cambiato. Per i genitori è difficile fissare dei limiti. E questo atteggiamento verso il mondo dei consumi ha ripercussioni anche sulla scuola. I ragazzi sono molto sollecitati e vogliono costanti cambiamenti. «Oggi il lavoro pesante è malvisto anche se, a volte, per allenare la forza di volontà, sarebbe un buon mezzo educativo», dice Isabella Stäheli.

SENSO PER LA COMUNITÀ

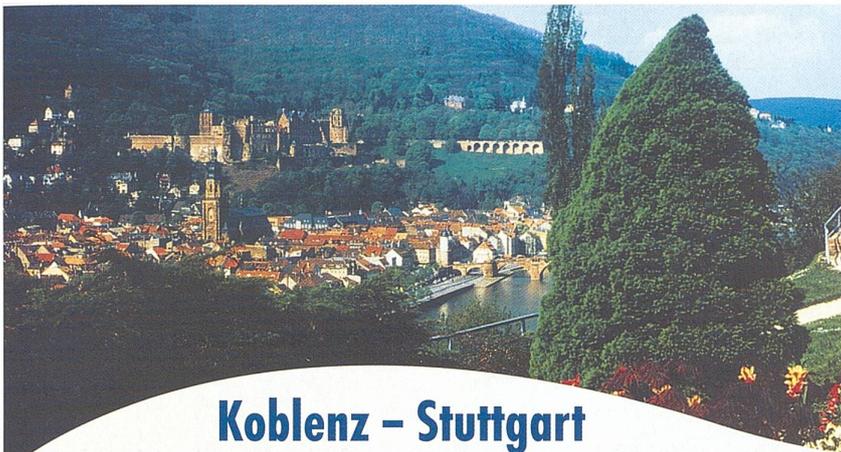
I tempi delle battaglie individuali all'interno del corpo insegnante sono fortunatamente finiti. Oggi gli insegnanti trovano nel team il sostegno anche per i compiti più difficili. Sono pure importanti gli adeguamenti strutturali, come per esempio le scuole con un organo direttivo, una consulenza scolastica e sistemi che garantiscano una qualità dell'insegnamento, per molti Cantoni già raggiunta e per altri un obiettivo primario. Questi adeguamenti strutturali non facilitano solo la riuscita ottimale dell'insegnamento, ma anche il compito di una formazione completa che comprenda la realizzazione di una personalità sociale e responsabile.

Isabella Stäheli aggiunge: «Gli scolari integrati in una comunità, oltre alle capacità intellettuali, devono esercitare la socialità e la responsabilità, come pure il rispetto per l'ambiente circostante che comprende anche gli individui. Inoltre hanno bisogno di fare esperienze nel campo affettivo e della vita quotidiana».

■ RUTH RECHSTEINER



«La scuola promuove, in collaborazione con la famiglia e con le altre istituzioni educative, lo sviluppo armonico di persone in grado di assumere ruoli attivi e responsabili nella società e di realizzare sempre più le istanze di giustizia e di libertà», questo è quanto recita, ad esempio, l'articolo 2 delle disposizioni generali della Legge scolastica del Canton Ticino del 1990. Alla domanda se l'educazione faccia allora parte dei compiti della scuola, vi è dunque da rispondere un chiaro sì. Bernhard Koch, direttore del Dipartimento dell'Istruzione del Canton Turgovia è dell'opinione che «al termine educazione vengano spesso abbinata le parole obbedienza e buone maniere. Ma educare vuol anche dire trasmettere delle responsabilità sociali e personali».



Koblenz - Stuttgart Stuttgart - Koblenz

Una combinazione fantastica!

Il Reno, nel suo tratto centrale, seduce per i suoi romantici castelli, soleggiati vigneti e la rupe della mitica Loreley. La navigazione sul pacioso fiume Neckar offre una vista panoramica indimenticabile attraversando le regioni «Schwabenland» e «Odenwald».

MS SWISS RUBY è una motonave di moderna concezione costruita nel 2001. Naviga con bandiera elvetica, è lunga 85 metri, larga 11 e dispone di ricevimento, boutique, ristorante con ottima cucina e servizio molto curato, salone e bar panoramico, pista da ballo, sauna e terrazza-solarium. Le 43 cabine a 2 letti, sono tutte esterne e tutte dotate di doccia/wc, asciugacapelli, aria condizionata, TV, radio, minibar, cassetta di sicurezza. Le cabine sul ponte superiore sono dotate di porta-finestra. Le 43 cabine sono ad uso esclusivo degli ospiti Alltour.

Programma del viaggio

1 giorno Ticino - Koblenz: Partenza in pullman gran turismo, dotato di toilette, fino a Koblenz. Pranzo durante il tragitto. Dopo l'arrivo giro della città ed imbarco.

2 giorno Koblenz - Rudesheim: Escursione fac. a Cochem. Il pomeriggio in navigazione verso Rudesheim. Dopo l'attracco escursione fac. con visita del «Siegfrieds Musikkabinett».

3 giorno Rudesheim - Heidelberg: Piacevole e rilassante giornata di navigazione a bordo della lussuosa nave albergo. Si lascerà il Reno per entrare nel Neckar e raggiungere Heidelberg.

4 giorno Heidelberg - Neckargemünd: In mattinata: visita guidata fac. della città, poi in navigazione fino a Neckargemünd.

5 giorno Neckargemünd - Bad Wimpfen: Dopo una panoramica crociera sul fiume Neckar, si raggiunge Eberbach. Navigazione a Bad Wimpfen.

6 giorno Bad Wimpfen - Ludwigsburg: Passeggiata attraverso la piccola città. Poi, navigando contro corrente, si risalirà il Neckar fino a Lauffen. Possibilità di degustare vino di produzione locale.

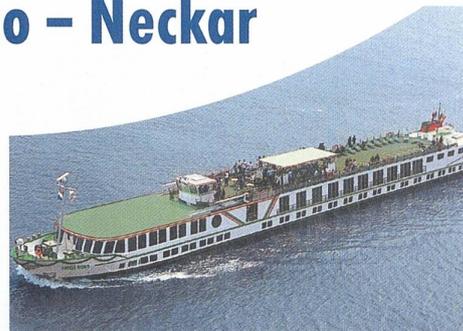
7 giorno Ludwigsburg - Stuttgart: Visita fac. del famoso castello di Ludwigsburg. Il castello dispone inoltre di un affascinante giardino. Navigazione a Stuttgart, capoluogo dello «Schwabenland». Giro città fac. Captain's Dinner a bordo.

8 giorno Sbarco e rientro in Svizzera

AZIONE 2 x 1

la prima persona paga, la seconda viaggio gratis
(si risparmiano Fr. 1000.- per persona)

Crociera fluviale Reno - Neckar



Il prezzo comprende:

- Viaggio in pullman gran turismo a Koblenz e da Stuttgart
- Cocktail di benvenuto sulla nave
- 7 pernottamenti nella cabina scelta
- Pensione completa a bordo della MS SWISS RUBY, in cabina doppia, ponte inferiore, incluso tè e caffè
- Uso della sauna a bordo
- Giro città a Koblenz
- Visita guidata a piedi Eberbach ▲, Bad Wimpfen e Speyer ▼
- Tasse portuali
- Trasferimenti e mance a bordo
- Accompagnatore Alltour durante tutto il viaggio
- Documentazione per il viaggio.

Le partenze dal Ticino sono garantite con un minimo di 20 partecipanti.

Date 2002

- Koblenz - Stuttgart ▲ 20.07. - 27.07. (sa-sa)
 Stuttgart - Koblenz ▼ 27.07. - 03.08. (sa-sa)

Prezzo per persona

da Frs. 1990.-

Supplementi (per persona)

- Cabina 2 letti ponte superiore Frs. 250.-
 Cabina doppia uso singola Frs. 650.-
 Assicurazione spese d'annullamento e rimpatrio Frs. 45.-

Escursioni facoltative:

- Cochem ▲ Frs. 20.-
 Siegfrieds Musikkabinett ▲ Frs. 15.-
 Giro città Heidelberg Frs. 25.-
 Visita di Lauffen con degustazione vini Frs. 25.-
 Castello Ludwigsburg Frs. 20.-
 Giro città Strasburgo ▼ Frs. 30.-
 Giro città Mainz ▼ Frs. 35.-
 Forfait escursioni ▲ Frs. 95.-
 Forfait escursioni ▼ Frs. 125.-

Vogliate farmi pervenire il vostro catalogo «Crocieri fluviali», gratuito e senza alcun impegno da parte mia (vedi indirizzo sotto).

Edizione tedesco francese

Abbiamo già deciso, ci iscriviamo al seguente viaggio:

Rinuncio all'assicurazione obbligatoria, poiché sono già assicurato presso: _____

1. Cognome/nome _____ 2. Cognome/nome _____

Indirizzo _____ CAP / luogo _____

Telefono _____ Data di nascita _____

Organizzazione, iscrizione o richiesta di informazioni:

ALLTOUR SA, Via Geretta 6, 6902 Lugano FAX 091 - 985 70 09, e-mail alltour@bluewin.ch

Alltour

PA0271

Informazione e riservazione: TEL 091 985 70 00

In omaggio a
1 milione di soci:
l'Expo.02
a metà prezzo



Con noi per nuovi orizzonti

Già oltre 1 milione di soci apprezzano i privilegi della Banca Raiffeisen. E noi desideriamo rendere omaggio a tanta fedeltà offrendo a tutti loro un **pass giornaliero per l'Expo.02 a metà prezzo** (ossia a 24 anziché 48 franchi). Una ragione in più per diventare soci Raiffeisen all'istante.

Tutto il plusvalore della qualità di soci.



E P O . 0 2
Partenaire exposition

RAIFFEISEN