Zeitschrift: Panorama / Raiffeisen
Herausgeber: Raiffeisen Svizzera società cooperativa
Band: - (2006)
Heft: 2

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

LA RIVISTA DELLE BANCHE RAIFFEISEN

PANORAMA

No. 2 / Marzo 2006

RAIFFEISEN

Assicurate alla vostra famiglia il futuro e la casa.

Chi si preoccupa per tempo del futuro è pronto ad affrontarlo al meglio. Ad esempio con un'assicurazione vita di rischio. Assicurate voi stessi e i vostri familiari contro difficoltà economiche in caso di eventi imprevisti e potrete continuare a pagare anche interessi ipotecari e affitti. Richiedete subito una consulenza personalizzata.

www.raiffeisen.ch

Con noi per nuovi orizzonti

RAIFFEISEN

Foto: Marc Wetli

La nuova veste di Raiffeisen

Recentemente, in occasione di una festa aziendale, mi è capitato di vedere un filmato di Raiffeisen vecchio di oltre 30 anni. Qualcuno è scoppiato a ridere, specialmente quando sono state inquadrate le persone con acconciature e abbigliamento che seguivano la moda del momento, ovvero del 1973. Il filmato ha davvero suscitato in alcuni dei presenti manifestazioni di autentica ilarità.

È capitato a tutti: sfogliamo i nostri album fotografici di qualche anno fa e scuotiamo increduli il capo: «Mio Dio, ma come ci conciavamo allora?» Be', era la moda del tempo, e il nostro aspetto non faceva altro che rispecchiarla.

Analogamente, anche le aziende hanno una propria immagine che deve adattarsi al tempo in cui si opera. Anche Raiffeisen vorrebbe evitare di presentarsi come un relitto del passato soltanto perché è affezionata alla sua vecchia veste.

Il nome Raiffeisen rappresenta un'istituzione in Svizzera da oltre 100 anni ed è oggi sinonimo di banca svizzera di fiducia. Raiffeisen ha attraversato negli ultimi anni un periodo di intensa evoluzione relativamente a competenza e competitività. Cosa serve pertanto ai clienti, oltre a questo ottimo nome, affinché possano riconoscere Raiffeisen sempre e dovunque? Esatto: nient'altro. Ecco perché abbiamo deciso, nella scelta del nuovo logo, di fare totale affidamento al nome Raiffeisen, presentandolo in un colore nuovo.

Il nome Raiffeisen: semplice, chiaro ed eloquente, proprio come i nostri prodotti. La scritta: leggera e dinamica, proprio come l'espletamento delle operazioni bancarie nella vostra Banca Raiffeisen. E il colore: un rosso caldo, poiché ci sta a cuore potervi offrire una consulenza personale.

Non preoccupatevi. Raiffeisen cambia la sua veste grafica. Ma Raiffeisen rimane Raiffeisen e soprattutto rimane fedele a se stessa.

DR. PIERIN VINCENZ,
PRESIDENTE DELLA DIREZIONE
DEL GRUPPO SVIZZERO RAIFFEISEN

Altre interessanti destinazioni vi attendono nel nuovo prospetto della Kuoni Ticino, informazioni e prenotazioni presso gli uffici Kuoni :

Kuoni Viaggi SA:

6982 Agno	Aeroporto	Tel. 091 610 11 55
6612 Ascona	Via Borgo 10	Tel. 091 792 11 61
6500 Bellinzona	Galleria Benedettini	Tel. 091 821 50 70
6600 Locarno	Palazzo Pax	Tel. 091 735 34 40
6900 Lugano	Via Canova	Tel. 091 910 04 00
6900 Lugano	Contrada di Sassello 5	Tel. 091 923 47 77
6900 Lugano	Via Ronchetto 5	Tel. 091 973 44 00

Nr. 2 / Marzo 2006

In copertina
Qui viene prodotto il nuovo logo RAIFFEISEN: uno sguardo nella hall di produzione della Westiform, dove un impiegato controlla uno degli oltre 12 000 caratteri. Questi ultimi verranno prossimamente affissi sulle facciate delle Banche Raiffeisen. Ogni carattere sarà dotato di una luce LED a basso consumo energetico.

Foto: Marc Wetli

DOSSIER

6 **Omaggio al padre di Raiffeisen**
Un nuovo carattere e il colore rosso dominano la rinnovata immagine di Raiffeisen.

11 **Moderno, ma non di moda**
Il nuovo logo frutto di menti creative.

ABITARE

12 **Verso una casa propria**
Come programmare un piano di finanziamento.

13 **La giusta assicurazione**
Chi costruisce la propria casa deve tener conto dei rischi.

DENARO

17 **Pensione all'orizzonte**
Pensare per tempo agli aspetti finanziari.

20 **Il denaro rende avidi?**
Bernard A. Lietaer illustra le gravi conseguenze del sistema finanziario odierno.

25 **Previdenza sostenibile**
Desiderate regolare la previdenza in modo ecologico ed etico? Abbiamo la soluzione!

RAIFFEISEN

30 **Ticinesi turisti in Ticino!**
Un'idea da cogliere al volo grazie all'offerta esclusiva.

32 **Qui comandano le donne**
Team tutto femminile nella Banca Raiffeisen Calanda.

SOCIETÀ

41 **«C'è bisogno di pensatori laterali»**
L'intervista al banchiere dr. Hans Vontobel.

46 **«Qui centrale di comando»**
Judith Däumigen, disponente nel comparto di Bodio di Alptransit.

L'ULTIMA

50 **Friends 4 ever**

6

30

32

41

50

Omaggio a papà Raiffeisen

Raiffeisen si dà un nuovo aspetto, concentrato soprattutto sul nome del fondatore Friedrich Wilhelm Raiffeisen. Il logo del favo con spiga e chiave e l'aggiunta del termine «Banca» scompariranno. Saranno dominanti le dieci lettere del termine R A I F F E I S E N e il colore rosso.

Siamo nel 1973: lo scandalo Watergate, legato alla scoperta del sistema di intercettazione telefonica nel quartier generale del Partito democratico, costringe il presidente americano Richard Nixon a dare le dimissioni un anno dopo, la prima grande crisi del petrolio blocca l'economia e il Gruppo Raiffeisen svizzero, che al tempo conta poco meno di 1200 banche autonome, decide di darsi un nuovo logo. Da allora, molto è cambiato: il mondo procede a ritmi frenetici, la società e anche le Banche Raiffeisen si sono trasformate. Ma l'immagine di Raiffeisen, caratterizzata da un logo vecchio di 30 anni, non ha tenuto il passo.

Tale immagine non è più attuale e negli ultimi anni ha espresso troppo poco chiaramente chi e che cosa è il Gruppo Raiffeisen oggi. Per diversi motivi, non è stato possibile aggiornare il vecchio logo, elaborandolo e adattandolo ai nostri tempi. Per questo, Raiffeisen ha scelto un nuovo logo, focalizzato su un carattere particolare. Il nuovo Corporate Design (aspetto dell'azienda) è stato progettato e sviluppato dalla ditta MetaDesign (v. articolo a pag. 11), specializzata nell'elaborazione dei marchi. L'azienda ha dovuto attenersi a diversi parametri: logo utilizzato finora, concorrenti, valori legati al marchio, validità sempre attuale, effetto di richiamo, implementazione conveniente, efficacia diurna e notturna e molto altro. Tutti questi fattori hanno limitato molto le possibilità di scelta.

Cosa ne pensate?

E voi cosa ne pensate del nuovo aspetto di Raiffeisen? Mandateci una e-mail (panorama@raiffeisen.ch) o una cartolina: Panorama, «nuova immagine», Casella postale, 9001 San Gallo. Tra coloro che invieranno una risposta, estrarremo tre esclusivi e nuovissimi lingotti d'oro Raiffeisen con il KinebarTM, l'apposito segno olografico impresso per renderne impossibile la falsificazione. Oltre a essere un investimento di grande valore, rappresenta un vero e proprio gioiello, che dalla metà di marzo sarà disponibile per l'acquisto presso le Banche Raiffeisen.

Addio al favo

Nell'elaborazione del nuovo logo, Raiffeisen ha rinunciato consapevolmente agli elementi visivi, anche se questa scelta è risultata difficile. È stato necessario riconoscere che tutti i tentativi di modernizzazione del logo utilizzato finora non sarebbero stati soddisfacenti. Inoltre, un simile approccio sarebbe stato tecnicamente molto complicato e quindi anche molto costoso. Inoltre, è risultato che il valore affettivo legato al vecchio logo era relativamente debole. Per esempio, da sondaggi effettuati all'interno e all'esterno dell'azienda, è risultato che i colori o i singoli elementi grafici utilizzati nel vecchio logo non si ricordano sempre facilmente.

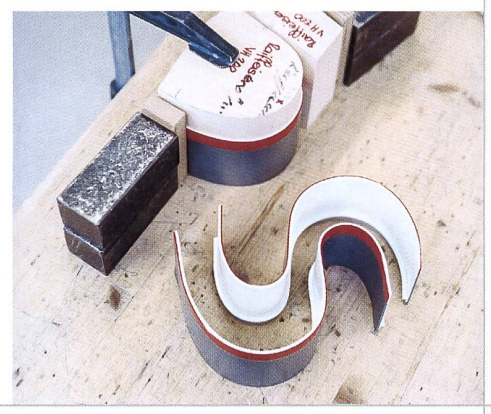
A causa dei diversi colori e dei tratti delicati che caratterizzano gli elementi del logo, la stampa e le scritte pubblicitarie contenenti tale logo sarebbero risultate molto complesse. Il simbolismo primitivo e gli aspetti estetici sorpassati del vecchio logo erano sempre più difficilmente adattabili ai settori aziendali volti al progresso, all'attività sempre più intensa nelle zone urbane nonché agli sforzi tesi all'acquisizione di nuovi giovani clienti potenziali. Il Gruppo Raiffeisen desidera poter comunicare maggiormente all'esterno il dinamismo e la competenza che lo caratterizzano, tuttavia senza intaccare la credibilità raggiunta nel corso della sua storia più che centennale, credibilità che le banche vogliono dimostrare quotidianamente ai propri clienti, guadagnandosene la fiducia.

Il dr. Patrik Gisel, vicepresidente del Gruppo Raiffeisen, sottolinea: «In fin dei conti, non è il logo ad essere decisivo: ciò che è realmente decisivo è la professionalità, l'efficienza e la capacità di offrire delle soluzioni su misura che i nostri soci e i nostri clienti vivono quotidianamente.» Il logo essenzialmente tipografico (marchio costituito da un nome) e sempre attuale è previsto per i prossimi vent'anni, ma in virtù della propria semplicità ha buone possibilità di fare bella figura anche oltre tale scadenza.

Approvazione delle banche

L'esperienza dimostra che cambiare l'immagine di un'azienda, operazione in cui rientra anche la modifica del logo, necessita di molte risorse finanziarie. E a questo punto, qualcuno si chiederà: a me come cliente cosa cambia? «I nostri soci e clienti sanno che negli ultimi anni le Banche Raiffeisen sono diventate più dinamiche, più competenti e offrono una gamma di prodotti più ampia. Tuttavia, tale sviluppo non è ancora comparso nell'immagine che la banca dà all'esterno. Proprio per questo ci siamo attivati, in modo che ciascun cliente Raiffeisen potesse avere un motivo in più per essere convinto della banca che ha scelto», spiega Patrik Gisel.

Foto: Marc Wetli



Prima di scegliere la versione definitiva, le oltre 420 Banche Raiffeisen, in occasione di eventi informativi interni all'azienda, hanno avuto l'opportunità di discutere ampiamente sul nuovo logo e sull'intera nuova immagine di Raiffeisen. Sia le affermazioni spontanee durante le manifestazioni sia le tante opinioni fornite per iscritto hanno avuto una risonanza nel complesso molto positiva. Naturalmente, si sono sentite anche alcune singole opinioni scettiche, ma in oltre l'80 per cento dei casi era chiara la soddisfazione di vedere che lo sviluppo all'interno del Gruppo e delle banche avesse finalmente trovato anche una rappresentazione adeguata verso l'esterno.

Il nuovo colore: il rosso Raiffeisen

Il rosso è il nuovo colore di Raiffeisen, che diventa anche lo strumento per comunicare all'esterno determinati valori. Il rosso Raiffeisen, nel gergo specialistico «Pantone 179C», è l'espressione del dinamismo, dell'efficienza, dell'orientamento ai clienti e della freschezza; inoltre, deve attirare l'attenzione. Le scritte pubblicitarie all'esterno delle banche dovranno avere un effetto di richiamo più forte rispetto a quanto non abbiano avuto finora. Nella scelta del rosso, l'attenzione si è concentrata su un colore caldo e con un effetto simpatico. Questo colore primario viene utilizzato soprattutto per il marchio con il termine Raiffeisen, ma anche per mettere in risalto alcuni punti all'interno di testi. Raiffeisen utilizza il rosso Raiffeisen in maniera molto attenta e mirata.

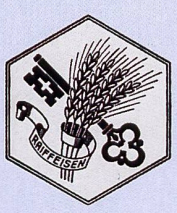
Oltre al rosso Raiffeisen, vengono impiegati più colori secondari, che rappresentano in maniera creativa i tre concetti chiave di Raiffeisen: il blu/grigio-blu illustra la competenza, il giallo/verde il dinamismo e il marrone/grigio la credibilità. Questi concetti si noteranno soprattutto nei prospetti e nel materiale pubblicitario, ma anche nelle aree destinate alla clientela all'interno delle banche. «Oltre ai colori, abbiamo anche altre caratteristiche, che differenziano chiaramente la nostra immagine da quella di altri. Un ruolo decisivo è svolto dall'impressione generale di scritte esterne, annunci, cartelli nelle vetrine e prospetti. In questi casi, siamo riconoscibili in maniera univoca grazie all'utilizzo consapevole di immagini di strade e alla caratteristica unione dei nostri tre colori come elemento creativo», sottolinea Gisel.

LED invece di neon tubolari

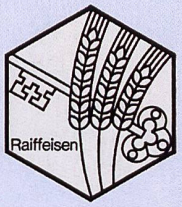
La nuova scritta, che sarà applicata sulle facciate delle Banche e delle sedi Raiffeisen, nonché insegne e piloni (da montare all'esterno), vengono prodotti presso le ditte Litex (Appenzello) e Westiform AG (Niederwangen, BE); quest'ultima vanta un'esperienza di oltre 80 anni nel settore delle insegne luminose e delle scritte pubblicitarie. Incredibile, ma vero: tutte le circa 12.000 lettere (in cinque diverse grandezze, da 25 a 55 cm), che serviranno a comporre la scritta RAIFFEISEN, per motivi di precisione ed estetica, vengono prodotte a mano. Lo stesso dicasi per le 1200 insegne, i 720 piloni e diverse produzioni speciali. Negli scorsi mesi, 160 collaboratori di Westiform (che ne conta 500 in tutto) e quattro responsabili di progetto sono stati coinvolti in questo enorme progetto.

Sono incredibilmente fieri del risultato raggiunto: «Sono dei caratteri eccezionalmente belli», ci dice una signora impegnata nella produzione, proprio mentre alza una lettera su una forma di

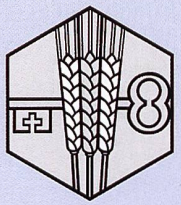
La storia del logo Raiffeisen



1



2



3

4

Il vecchio logo Raiffeisen è durato oltre 33 anni e ci è voluto quasi lo stesso tempo per arrivare alla forma che aveva allora. Nel 1942, un disegnatore di ricami, aveva ideato la prima versione (1), molto raffinata. Probabilmente, aveva posizionato al centro la spiga (simbolo di crescita), sotto l'influenza della lotta alla coltivazione durante la seconda guerra mondiale. Il favo doveva simboleggiare l'incentivazione della diligenza e della parsimonia, mentre la chiave rappresentava l'investimento sicuro del denaro affidato alla banca.

«Le quattro spighe, tutte volte nella stessa direzione, mettono in risalto l'obiettivo comune dei settori del ceto medio rurale, ovvero sono la rappresentazione delle fruttifere forze dell'agricoltura, dell'artigianato, delle piccole industrie e degli impieghi pubblici. Tuttavia, simboleggiano anche le quattro zone linguistiche in cui è presente la nostra Unione», spiegava la direzione dell'Unione Svizzera delle Banche Raiffeisen di allora. Infine, il nastro doveva simboleggiare la collaborazione a livello nazionale.

Negli anni '50(2) e '60 (3) sono stati aggiunti degli elementi e poi nuovamente eliminati. Nel 1973, l'Unione ha razionalizzato e oggettivato la propria immagine (4). Allora, al logo si sono aggiunti anche i tre colori rosso, blu e giallo.

legno. L'illuminazione della lettera è basata su LED, che consumano soltanto la metà dell'energia dei neon tubolari precedenti, hanno una durata di vita tre volte maggiore e non contengono sostanze nocive come il mercurio. «Lo smaltimento dei vecchi impianti avviene separatamente, ovvero l'acrilico diventa granulato, il vetro dei tubi al neon viene fuso e ne viene ricavato il mercurio», spiega Robert Fuchs, responsabile del settore Gestione del marchio presso Raiffeisen.

Westiform, azienda leader nel settore della comunicazione visiva, è responsabile anche del montaggio degli impianti. Coordina fino a 25 team di montaggio, composti da personale proprio e da circa 20 ditte per impianti pubblicitari luminosi operanti a livello regionale. Inoltre, se necessario, vengono ingaggiati anche decoratori, muratori ed elettricisti locali, per cui Raiffeisen sostiene ancora una volta le piccole industrie locali. L'intero progetto viene gestito attraverso un sistema informatico web-based, in cui è rappresentata ciascuna delle 1500 postazioni (banche, bancomat). Nelle prossime settimane, le vecchie scritte verranno smontate, a un ritmo di circa 30 banche al giorno, e verranno sostituite con quelle nuove.

«Si tratta di una prestazione eccezionale a livello di pianificazione, che si può senz'altro definire un record svizzero», afferma Arno B. Gähwiler, direttore vendite presso Westiform. A lui, la nuova immagine di Raiffeisen piace veramente molto: «È chiara, univoca, sempre attuale e non ammette compromessi. Questa modernizzazione era necessaria per potersi posizionare sul mercato a lungo termine. Così, Raiffeisen si rivolge anche a un pubblico più giovane. La scritta è più coerente, più autonoma e ha una maggiore visibilità». Nonostante la nuova veste, Raiffeisen continuerà a rimanere fedele alle idee e ai valori fondanti sviluppati e vissuti in maniera esemplare da Friedrich Wilhelm Raiffeisen.

■ **PIUS SCHÄRLI**

Intervista al dr. Patrik Gisel, vicepresidente dell'amministrazione del Gruppo Raiffeisen

Foto: m.a.d.

«Panorama»: Il vecchio logo è nato nel 1973. Perché Raiffeisen ha aspettato oltre 30 anni?

Patrik Gisel: Il Corporate Design e quindi l'immagine di un'azienda ha una durata di vita lunga, soprattutto quando riceve delle valutazioni molto positive da parte della clientela, come nel caso di Raiffeisen. Inoltre, negli ultimi anni ci siamo concentrati soprattutto sull'ampliamento e sull'ottimizzazione della gamma di servizi offerti ai nostri clienti. Tuttavia, nel frattempo siamo arrivati a un punto del nostro sviluppo in cui vogliamo mostrare questo progresso anche all'esterno.

Sono stati effettuati dei test per valutare se il nuovo CD/logo avrà realmente successo?

Naturalmente, abbiamo raccolto dei feedback sulla nostra nuova immagine da parte di diversi gruppi target. Inoltre, già nel corso del processo di scelta, abbiamo sottoposto i progetti a diversi specialisti che ci hanno fornito delle preziose indicazioni sullo sviluppo del nuovo logo. D'altra parte, una presentazione all'interno dell'azienda ci ha permesso di ottenere una valutazione molto solida. È risultato chiaro che anche all'interno del Gruppo Raiffeisen è necessario un po' di tempo per abituarsi al nuovo logo. Il vecchio logo risulta familiare e inoltre è legato a molte esperienze e ricordi. L'esperienza dimostra che sono necessari almeno sei mesi per acquisire la necessaria familiarità con una nuova immagine aziendale.

E se fosse un fallimento? Avete pensato a questa eventualità?

E perché mai? Il nuovo logo non fallirà! La presentazione all'interno del Gruppo Raiffeisen si è svolta appena un anno fa e siamo pienamente convinti della nuova immagine e anche di tutti gli annessi e connessi. Non si torna indietro. Inoltre, mi sembra anche importante sottolineare che in fondo non è il contenitore di un'azienda a risultare decisivo, bensì i servizi che questa offre. La reputazione e la forza del marchio sono un risultato diretto di prestazioni di alto livello; tutto questo produce poi un'immagine positiva ed efficace dell'azienda, che infine si realizza nel Corporate Design. A questo riguardo, i nostri sforzi sono tesi soprattutto a migliorare, poiché le esigenze e le richieste dei nostri clienti sono il nostro obiettivo più importante.

Perché un marchio composto soltanto da una parola? Un'immagine non sarebbe un canale più emozionale?

Il nome Raiffeisen è molto conosciuto e ha una buonissima fama. I collaboratori del Gruppo Raiffeisen sono fieri del loro nome, per questo d'ora in avanti sarà anche in primo piano nel logo. I nostri soci e i nostri clienti sperimentano quotidianamente i punti di forza della consulenza personalizzata in prima linea all'interno della banca. Il logo servirà a sottolineare questo carattere personale che si riscontra nel nostro Gruppo.

Intervista: Pius Schärli

Costruite in sicurezza
e vivrete senza preoccupazioni.

La costruzione o la ristrutturazione della vostra casa è sempre un motivo di gioia. Ma anche di cautela. Assicuratevi per tempo contro i rischi a cui potrebbe essere esposta la vostra nuova casa con l'assicurazione costruzioni e stabili Raiffeisen. Fissate oggi stesso un appuntamento con la vostra Banca Raiffeisen.
www.raiffeisen.ch

Con noi per nuovi orizzonti

RAIFFEISEN

Moderno ma senza eccessi

Ciò che si vende in banca non si può toccare con mano. Ecco perché l'immagine della banca assume un'importanza ancora maggiore. Da essa dipende infatti la decisione di accordarle fiducia su di una questione così delicata come quella del denaro.

L'immagine assume un ruolo di fondamentale importanza in tutte le sue sfaccettature, dal biglietto da visita alla caratterizzazione dell'edificio, dall'opuscolo prodotti al sito web. Per una banca, è pressoché l'unica espressione visibile del marchio. La sfida raccolta nell'ambito della definizione della nuova immagine delle Banche Raiffeisen è stata quindi particolarmente variegata. Da un lato era necessario compiere un passo deciso, senza però allontanarsi troppo dall'immagine del marchio ormai consolidata. La banca voleva al tempo stesso differenziarsi dalla concorrenza, gran parte della quale, negli ultimi anni, ha voluto darsi un volto completamente diverso.

E infine, punto non meno importante, si doveva anche rispondere alla domanda: come si presenta oggi una banca che opera all'insegna di fiducia, simpatia e dinamismo, che gestisce la più fitta rete di agenzie di tutte le banche svizzere e da lungo tempo è ormai di casa anche in città? Ciò che forse potrebbe suonare come la quadratura del cerchio (ovvero qualcosa che è predestinato a fallire), è sì un rompicapo per gli esperti di marchi di MetaDesign, ma pur sempre un progetto attuabile. La definizione del nuovo logo apre già una nuova strada.

Le spighe e la striscia di colore blu-arancio-rosso sono state eliminate poiché non riflettono più l'orientamento futuro. È rimasto ciò che comunica nel miglior modo possibile l'identità della Banca Raiffeisen ed è insostituibile: il suo buon nome. «Anche per noi è stato difficile raggiungere un accordo su ciò che si poteva conservare dell'immagine precedente. Abbiamo dovuto porre sul banco di prova elementi appartenenti alla storia di Raiffeisen e legati a sentimenti diversi all'interno dell'azienda», ci spiega Urs Scheiwiller, designer responsabile di MetaDesign.

Oltre al logo, è nato dagli elementi strutturali un sistema cui appartengono anche i colori principali e lo stile dell'immagine. Ricorrono proprio come un filo conduttore in tutte le sfaccettature dell'immagine, garantendone la coerenza, anche ad esempio in un magazine come questo, sottoposto a un leggero restyling. Così facendo, chi entrerà in una banca o agenzia Raiffeisen, sfoglierà uno dei nuovi opuscoli, navigherà sul sito oppure vedrà in televisione la squadra svizzera di sci, percepirà la coerenza di un'immagine basata su di un'unica filosofia. E forse intuirà quanto lavoro vi si nasconda dietro.

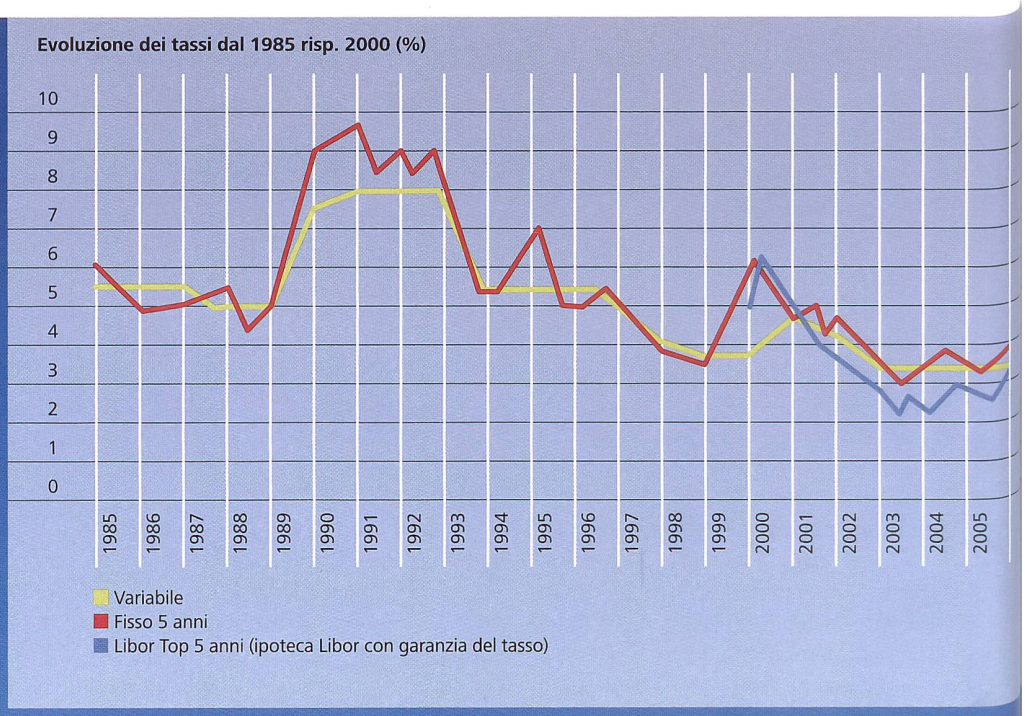
Ovviamente, il merito di essere riusciti a realizzare questo progetto in pochi mesi lo si deve esclusivamente a un team di esperti designer e consulenti che MetaDesign ha riunito per l'occasione e che ha lavorato gomito a gomito con i responsabili di Raiffeisen. Solo così è stato possibile tenere conto di tutte le necessità della banca, la cui nuova immagine è divenuta al suo interno la sua prima portavoce. È nato un marchio dall'immagine moderna ma non modaiola che possiede la forza necessaria a rappresentare credibilmente Raiffeisen a lungo termine sul mercato. Naturalmente, come per tutte le novità, ci vuole un po' di tempo per farci l'abitudine. Speriamo però che piacerà anche a voi clienti dopo il successo riscosso così velocemente all'interno dell'azienda.

■ **DR. ALEXANDER HALDEMANN**

L'autore è uno dei soci amministrativi di MetaDesign e docente incaricato all'Università di San Gallo.

INFO

MetaDesign è specializzata nello sviluppo e nella gestione dei marchi. Attualmente, si occupano di questo tema 230 esperti nelle sedi di Zurigo, Berlino e San Francisco. Il nome della società non è forse particolarmente noto al grande pubblico, ma lo sono i suoi lavori, basti citare i marchi Audi, Bluewin, Swiss Life e Lucerne Festival nonché Bayerische Landesbank.


Evoluzione dei tassi dal 1985 risp. 2000 (%)
10
9
8
7
6
5
4
3
2
1
0
1985
1986
1987
1988
1989
1990
1991
1992
1993
1994
1995
1996
1997
1998
1999
2000
2001
2002
2003
2004
2005
Variabile
Fisso 5 anni
Libor Top 5 anni (ipoteca Libor con garanzia del tasso)

Verso una casa propria

Sempre più persone realizzano il sogno di possedere una casa propria, e le cifre lo confermano: era da molto tempo che l'attività edilizia non raggiungeva il livello odierno. L'attuale situazione dei tassi d'interesse contribuisce a sua volta a tale sviluppo.

Acquistare in contanti una casa o un appartamento di proprietà, chi se lo può permettere? Serve un piano di finanziamento con fabbisogno di capitali e successivo addebito finanziario. In linea di principio, si può affermare che occorre apportare con mezzi propri (risparmi, anticipo sulla cassa pensione, fondi del pilastro 3a, attività propria) circa il 20% del valore dell'investimento (comprendente tutti i costi che insorgono fino al completamento della costruzione) nel caso in cui la casa di proprietà venga costruita o il 20% del prezzo di acquisto qualora si acquisti una casa già finita.

Il finanziamento bancario massimo copre normalmente l'80% del valore dell'investimento o del prezzo di acquisto, percentuale che può anche essere maggiore qualora si apportino ulteriori garanzie, come ad esempio fideiussioni o pegni su depositi. Oltre al capitale proprio esistente è decisivo soprattutto il reddito annuo, solo così è infatti possibile valutare la sostenibilità dei futuri oneri finanziari legati alla casa di proprietà. Gli addebiti sono composti dai tassi ipotecari e dai tassi di ammortamento. Vanno inoltre considerate le spese accessorie e le spese di manutenzione derivanti. La regola di massima è la seguente: l'onere finanziario annuo destinato al finanziamento della casa di proprietà dovrebbe corrispondere al massimo a un terzo del reddito annuo.

Ammortamenti

Con il termine ammortamento si intende il regolare pagamento rateale di un'ipoteca. Vi sono varie motivazioni alla base di un ammortamento dell'ipoteca.

Ad esempio l'interesse a ridurre l'onere ipotecario in vista del pensionamento, oppure l'ottimizzazione dell'onere fiscale. È fondamentale la differenziazione tra ammortamento diretto e indiretto.

> L'ammortamento diretto riduce il debito esistente e quindi anche i tassi ipotecari derivanti. Le rate concordate vengono rimborsate direttamente alla banca a scadenze regolari.

> Con l'ammortamento indiretto, l'ipoteca non viene estinta mediante pagamenti rateali, le rate concordate vengono infatti accantonate su di un conto del terzo pilastro. Al momento concordato, l'ipoteca si riduce del capitale accantonato nel terzo pilastro. >

Casa, la giusta assicurazione

Nel realizzare il sogno di una casa di proprietà si dovrebbe prestare attenzione anche ai rischi legati in particolar modo alla fase di costruzione. Un'assicurazione edilizia offre la necessaria tutela finanziaria. Quando la casa è ultimata è inoltre auspicabile valutare di nuovo le condizioni assicurative delle proprie quattro mura domestiche.

Ralf Meier visita quasi ogni giorno il cantiere in cui la casa dei suoi sogni sta lentamente prendendo forma. Un giorno lo attende però una bruttissima sorpresa: una parte dello scavo delle fondamenta è crollata e oltretutto si è allagata. Si tratta di momenti terribili per qualsiasi committente. L'opinione ampiamente diffusa che tali danni siano coperti dall'assicurazione di responsabilità civile dell'architetto, dell'ingegnere o del costruttore edile non è completamente errata. Però, se non è individuata la causa del danno, queste assicurazioni possono fare ben poco.

L'identificazione dell'effettivo responsabile del danno si complica nel caso in cui vi siano più parti coinvolte. Se all'autore del danno non può essere ascritta alcuna colpa imputabile alla responsabilità civile, è il committente stesso a dover rispondere. Accade anche spesso che gli architetti e il costruttore edile si attribuiscano reciprocamente la colpa. Ne derivano ritardi di costruzione che sono a loro volta causa di costi elevati.

Assicurazione casco e responsabilità civile

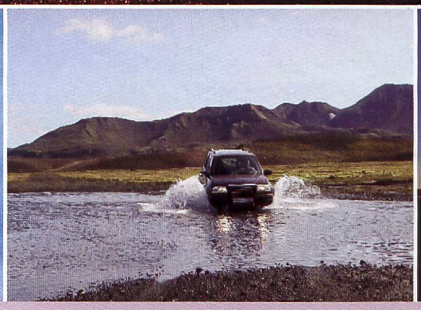
Il suddetto caso rientra nella sfera dell'assicurazione dei rischi di costruzione. Quest'ultima fornisce un anticipo all'assicurato per coprire il danno e cerca, tramite il diritto di regresso, di farsi risarcire per recuperare i costi. Quando la banca concede il credito di costruzione, richiede spesso al committente di stipulare un'assicurazione edilizia. Si opera una distinzione tra:

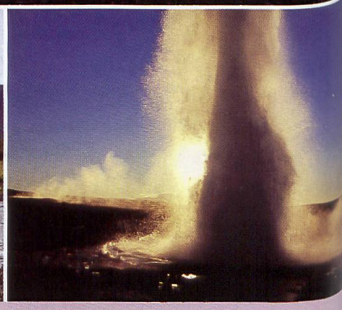
> **Assicurazione dei rischi di costruzione:** I rischi quali sinistri imprevedibili o furto sono inevitabili in qualsiasi processo di costruzione. Esempi: crollo dello scavo di fondamenta a causa delle cattive condizioni del terreno o giovani che arrecano danno alla costruzione appiccando un incendio (vandalismo). Tali danni, come anche errori o incapacità degli artigia-

Islanda

Isola di fuoco e ghiaccio

Top Line Marketing

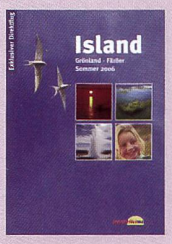




Volete scoprire qualcosa di straordinario?

Sì? Allora salite su vulcani e ghiacciai, osservate le balene, percorrete a cavallo distese ricoperte di lava, fate il bagno in fonti d'acqua calda, fotografate colonne di vapore e buchi di fango in ebollizione, osservate sul posto le eruzioni dei geyser e passeggiate sotto la schiuma di imponenti cascate. E la sera, godetevi una passeggiata lungo i molti attraenti caffé di Reykjavik e guastate squisiti piatti a base di salmone fresco negli accoglienti ristoranti della città. Rimarrete senz'altro a bocca aperta – e non solo per il fatto che in estate non scende mai l'oscurità...

Ordinate il nostro Catalogo Islanda Estate al telefono, su Internet o richiedetelo alla vostra agenzia viaggi!



Trovate le nostre fantastiche proposte per le vacanze estive negli altri Paese del Nord nei nostri cataloghi (tedesco e francese):

- Islanda/Groenlandia
- Scozia
- Finlandia/Scandinavia

056 203 66 88

ICELANDAIR

www.kontiki.ch

kontikisaga
Il numero 1 per il Nord.

Dal credito di costruzione all'ipoteca

Le nuove costruzioni vengono finanziate con crediti di costruzione. Si versa il capitale proprio su di un conto credito di costruzione dal quale si attinge per pagare tutte le spese di costruzione fino al completamento della casa. Una volta conclusa la costruzione e pagate tutte le spese, il debito maturato sul conto per credito di costruzione viene convertito in ipoteca. Si parla altresì di consolidamento.

Sono disponibili diversi prodotti ipotecari. La gamma di prodotti è molto diversificata, ma si tratta fondamentalmente di varianti dei modelli ipotecari di base quale l'ipoteca a tasso fisso, l'ipoteca a tasso variabile e l'ipoteca basata sul mercato monetario. I singoli modelli offrono vantaggi diversi a seconda della situazione dei tassi d'interesse.

Nell''ipoteca a tasso fisso si stabilisce un tasso d'interesse fisso per tutta la durata concordata. Si conosce pertanto l'onere degli interessi per l'intera durata di tale periodo ed è così possibile stabilire un budget preciso. Per chi sottoscrive l'ipoteca non sorge pertanto alcun rischio legato a un aumento del tasso d'interesse, d'altro canto non è però possibile approfittare delle eventuali riduzioni del tasso d'interesse.

L'onere degli interessi nell'ipoteca a tasso variabile si orienta in funzione delle condizioni presenti sul mercato finanziario. In tal caso si può pertanto beneficiare di una diminuzione del tasso ma occorre anche prevedere il rischio di un aumento del tasso d'interesse. I tassi d'interesse delle ipoteche basate sul mercato monetario variano a seconda della situazione presente sul mercato monetario, segnatamente in funzione del tasso Libor, il London Interbank Offered Rate. Si tratta in tal caso di un tasso d'interesse di riferimento al quale le banche si prestano reciprocamente denaro. Nelle ipoteche Libor sussiste spesso la possibilità di garantire il tasso d'interesse contro eventuali rialzi. A differenza dell'ipoteca a tasso variabile, le ipoteche Libor sono spesso caratterizzate da una durata concordata.

Il finanziamento di una casa di proprietà è una questione di carattere molto personale. Occorre riflettere molto bene prima di compiere questo passo, per la maggior parte delle persone si tratta infatti di una delle decisioni più importanti e fondamentali della loro vita. La consulenza nel settore ipotecario si basa molto sul fattore fiducia. La consulenza prestata con competenza e precisione dal consulente della vostra banca presuppone oltre alla valutazione del tipo e della posizione dell'immobile anche la valutazione del tenore di vita del cliente e delle sue esigenze personali.

■ **THOMAS WEIBEL**

Valutazione approfondita della sostenibilità

Valore dell'investimento	CHF	650 000.00
Al netto dei mezzi propri	CHF	130 000.00
Fabbisogno di finanziamento	CHF	520 000.00

I mezzi propri costituiscono il 20% del valore dell'investimento. Il fabbisogno di finanziamento viene suddiviso su di una prima e una seconda ipoteca, laddove normalmente il 65% del valore dell'investimento rientra nella prima ipoteca. Per il seguente calcolo si ipotizza un onere di interesse pari al 5% per la prima ipoteca e al 6% per la seconda ipoteca. Si tratta in tal caso non di tassi d'interesse attuali ma di tassi medi a lungo termine. Le banche applicano tali tassi per prevedere l'eventualità di un aumento dei tassi d'interesse. Per l'ammortamento si ipotizza un rimborso della seconda ipoteca in 20 anni.

Interessi prima ipoteca (5% di CHF 422 500)	CHF	21 125.00
Interessi seconda ipoteca (6% di CHF 97 500)	CHF	5 850.00
Spese accessorie (0,75% di CHF 650 000)	CHF	4 875.00
Ammortamento (1/20 di CHF 97 500)	CHF	4 875.00
Addebito annuo	CHF	36 725.00
Addebito mensile	CHF	3 060.40

ni che danneggiano inavvertitamente una parte dell'opera, sono coperti dall'assicurazione dei rischi di costruzione. In tal caso è ininfluente conoscere l'autore del danno o chi eventualmente dovrebbe assumersene la responsabilità.

> **Assicurazione di responsabilità civile del committente:** L'assicurazione di responsabilità civile del committente copre i danni verso terzi durante la fase di costruzione. Essa rappresenta gli interessi del committente proprietario del fondo e dell'opera (Ralf Meier) e risponde per via della causalità. Inoltre l'assicurazione si fa carico delle richieste giustificate da parte di terzi, oltre a tutelare il committente da richieste ingiustificate di risarcimento danni. Esempio: i lavori effettuati allo scavo di fondamenta provocano l'insorgere di crepe nella casa del vicino, oppure una raffica di vento fa staccare una parte del tetto danneggiando l'auto di qualcuno.

Assicurare la casa finita

Una volta edificata la casa, l'assicurazione edilizia scade. Occorre ora occuparsi, senza attendere oltre, di assicurare l'edificio. Anche in questo caso si opera una distinzione tra due tipi di assicurazione:

> **Assicurazione immobiliare sulle cose:** La casa costituisce un elevato valore di proprietà che può essere messo a repentaglio a causa di eventi esterni imprevedibili. L'assicurazione immobiliare sulle cose copre le conseguenze di natura finanziaria derivanti da danni provocati da incendio/elementi naturali[1], dall'acqua e da furti.

> **Assicurazione di responsabilità civile immobiliare:** Qualora si arrechi danno a terzi, l'assicurazione di responsabilità civile immobiliare si fa carico delle richieste di coloro che hanno subito un danno, tutelando il proprietario dell'abitazione dalle conseguenze di natura finanziaria.

L'esempio di Ralf Meier ci mostra la necessità di stipulare un'assicurazione edilizia e immobiliare, che offre al committente la massima tutela a fronte di un'esigua somma di denaro. Un'assicurazione edilizia e immobiliare è consigliabile quindi sempre e in ogni caso.

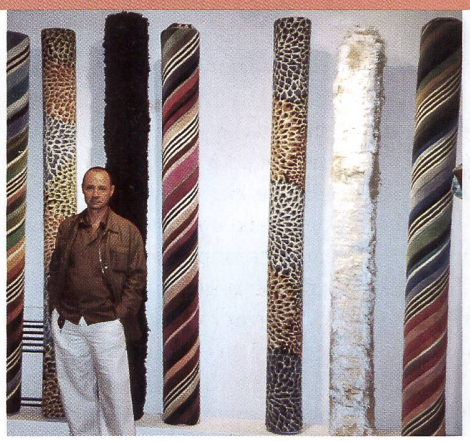
■ **PHILIPP WYLER-SÜSSLI**

CONSIGLIO

Raiffeisen ha appena ampliato la propria gamma di prodotti con un'assicurazione edilizia e immobiliare. Alla concessione di un credito edilizio o di un'ipoteca è possibile stipulare anche l'assicurazione più idonea per tutelare la vostra abitazione di proprietà da eventuali rischi finanziari con la massima semplicità. Richiedete la nostra consulenza!

1 Vale solo per i cantoni GE, UR, SZ, TI, AI, VS e OW

GAMBONI DANILO



Presenti sul mercato dal 1985, siamo specializzati nella fornitura e posa di pavimenti in genere ossia, parchetto, moquette, linoleum, novilon, sughero, laminato. Ci consideriamo una ditta di piccola-media grandezza con 6 collaboratori; vantiamo di aver svolto, oltre agli oggetti privati, anche diverse opere di enti pubblici come scuole, case anziani ecc. in svizzera e all'estero.

Grazie alla nostra grande esperienza, acquisita in questi vent'anni nel consigliare e nel posare pavimenti, dal 1985 apparteniamo al Gruppo d'acquisto Netto, con la nomina di **«esperti in pavimenti».**

La nostra attività iniziò in un negozio di 45 m^2 con un piccolo stoccaggio di tappeti e tendaggi.

Nel 1999 grazie anche alla nostra affezionata clientela, abbiamo potuto ampliare il negozio, così da poter offrire molta più scelta di articoli per la casa.

A fine maggio 2005, purtroppo, a causa di un incendio, abbiamo dovuto traslocare per rinnovare ed ampliare a nuovo tutto il negozio.

Nonostante l'inconveniente, con grande coraggio, abbiamo affrontato la situazione, e con la voglia rimasta nel realizzare, malgrado le complicazioni avute nel continuare l'attività, **oggi siamo rinati con la qualità e la cortesia di sempre, ma ancora più belli festeggiando pure il giubileo dei 20 anni d'attività,** con un'ampia esposizione di tappeti orientali persiani e un vastissimo assortimento di articoli: ceramica dipinta a mano, oggetti etnici, candele, accessori per il bagno, materassi, biancheria da letto, piumoni, spugne e tanto altro ancora.

Una vostra visita nel nostro nuovo negozio sarà senz'altro gradita. Siamo pure presenti in internet con il sito www.pavimentigamboni.ch dove potrete trarre alcune idee sulla nostra attività.

Ricordiamo che da ottobre a gennaio il negozio rimane aperto anche di sabato.

Via S. Gottardo 62
6596 Gordola
Telefon 091 745 30 26
Fax 091 745 38 51
pavimentigamboni@bluewin.ch
www.pavimentigamboni.ch

Pensione all'orizzonte

Per il bilancio familiare privato, il pensionamento rappresenta un drastico scossone. Entrate e uscite subiscono infatti un notevole cambiamento rispetto al periodo di attività professionale. Con l'ingresso nell'età pensionabile, la fase di capitalizzazione si avvia infatti alla propria conclusione.

Molte persone sono in grado di attraversare relativamente bene il passaggio dalla vita professionale al pensionamento. Tuttavia, è inevitabile che abbia inizio una fase in cui si vive dei frutti del lavoro passato, spesso accompagnata da un parziale assottigliamento del capitale. Chi però affronta l'autunno della propria vita con le idee chiare è portato a una migliore definizione finanziaria di questa fase della vita. Le tematiche importanti – entrate, uscite, debiti, imposte e questioni successorie – sono tutte interrelate, e devono essere valutate una a fronte dell'altra. Tenere conto dei singoli fattori isolatamente porta inevitabilmente a un vicolo cieco. È per questo motivo che solo una consulenza completa in materia di pensione potrà contribuire a individuare le soluzioni ottimali.

Foto: Raiffeisen

Riduzione della rendita per tutta la vita

Ultimamente, il prepensionamento è di gran moda. Anche l'AVS ne ha tenuto conto, rendendo flessibile l'età pensionabile. Da alcuni anni, chiunque può andare in pensione prima del previsto. Gli uomini, però, devono aspettare almeno il compimento del 63° anno d'età per scegliere la rendita AVS, a fronte di un taglio del 6,8% annuo di anticipo del pensionamento per tutto l'arco della vita. Le donne, fino al 2009 (successivamente, varrà la stessa regola vigente per gli uomini), possono invece riscuotere la rendita AVS già dal 62° anno di età compiuto, con una riduzione del 3,4% per anno di anticipo. Grazie agli inferiori tassi di riduzione, per le donne la rendita anticipata è vantaggiosa rispetto al normale pensionamento fino al 91° anno di età. Per gli uomini, approssimativamente fino al 79° anno di vita.

Capitale o rendita?

Circa cinque anni prima del pensionamento, è consigliabile iniziare a riflettere sull'alternativa rendita/liquidazione in capitale (vedere checklist) e sulle questioni fiscali. Diverse casse pensioni vogliono che la liquidazione in capitale sia richiesta con ben tre anni di anticipo. Accertatevi quindi per tempo della scadenza entro cui dovrete prendere una decisione e chiarite ad esempio se è possibile una liquidazione in capitale completa o solo parziale. Dalla prima revisione LPP (2005), anche le casse pensioni che non prevedono la liquidazione in capitale nel proprio statuto, sono tenute, dietro richiesta dell'assicurato, a fornire almeno un quarto dell'avere di vecchiaia sotto forma di pagamento di capitale.

Come fare per prendere la decisione giusta? Sarebbe ragionevole riflettere innanzitutto sulla propria situazione di bilancio dopo il pensionamento (potrete trovare gli appositi moduli presso la vostra Banca Raiffeisen). Di quali importi fissi si dovrà disporre per la sussistenza, e a quanto ammontano invece le entrate AVS, di previdenza

Cosa fare con l'ipoteca?

Base: ipoteca esistente di CHF 250 000, importo ammortizzabile CHF 150 000

	Ammortamento ipoteca	Conservazione ipoteca
Entità dell'ipoteca	CHF 100 000	CHF 250 000
Tasso ipotecario del 3%	CHF 3 000	CHF 7 500
Risparmio fiscale (aliquota marginale 20%)	CHF – 600	CHF –1 500
Reddito degli investimenti (2% dopo imposte)	CHF –	CHF –3 000
Costi netti all'anno	CHF 2 400	CHF 3 000

Checklist: rendita o liquidazione in capitale

Quali affermazioni sono pertinenti nel vostro caso?	Liquidazione in rendita	Liquidazione in capitale
Desidero strutturare personalmente in senso finanziario la mia pensione.		X (o soluzione mista)
Per me è importante poter contare su di un'elevata sicurezza.	X	
Non ho alcun altro patrimonio e dipendo da un reddito regolare.	X	
Vivo in concubinato e desidero favorire il mio convivente in caso di morte.		X
Non voglio preoccuparmi dei miei beni.	X	
Mi trovo in una posizione finanziaria sicura, pago attualmente imposte relativamente elevate e sono alla ricerca di opportunità di ottimizzazione fiscale.		X
Alla mia morte, desidero che il mio coniuge e i miei figli ereditino parte del mio patrimonio.		X
La mia famiglia è molto longeva e godo di buona salute.	X	

Questa checklist non sostituisce la consulenza e costituisce unicamente uno strumento ausiliario a tale riguardo. Contattate quindi la vostra Banca Raiffeisen!

professionale e altri proventi? È importante poter contare anche sui risparmi della previdenza privata (piano di previdenza 3a), capaci di colmare eventuali lacune previdenziali e di sostenere il tenore di vita cui si era abituati.

È il caso di estinguere l'ipoteca?

Al momento del passaggio al pensionamento, i proprietari di case dovrebbero avere le idee chiare sul valore del proprio immobile. Poiché invece tendono spesso a sopravvalutare il valore degli edifici di una certa età, è consigliabile rivolgersi a un perito esperto per determinare il valore venale effettivo dell'immobile. Se la sostanza dello stabile richiede ristrutturazioni, è più conveniente dal punto di vista fiscale provvedere durante la fase di vita professionalmente attiva. In presenza di un maggiore reddito imponibile, le deduzioni per spese di ristrutturazione possibili in dichiarazione d'imposta hanno un impatto maggiore sull'imposizione fiscale complessiva.

Quando si tratta di consulenza in materia di pensione la domanda cruciale è quindi: è il caso di estinguere l'ipoteca? Dal punto di vista fiscale, la completa estinzione dell'ipoteca è sostanzialmente sempre da mettere in discussione. Se da un lato una vita priva di debiti potrebbe essere desiderabile, il vantaggio fiscale connesso a tale scelta è spesso molto limitato: in determinate circostanze, è più conveniente rifinanziare la parte dell'ipoteca ancora non ammortizzata e approfittare della deduzione degli interessi debitori in dichiarazione d'imposta in grado di compensare il valore locativo, reddito fittizio su cui il proprietario è tenuto a pagare le imposte.

In sostanza, è consigliabile calcolare innanzitutto la propria aliquota marginale di imposta. Quanto più elevato è tale valore, tanto più conviene, in ragione della progressione, evitare l'estinzione dell'ipoteca. In età pensionabile, il calcolo delle imposte è tuttavia leggermente diverso, dato il reddito inferiore. La deduzione degli interessi debitori dell'ipoteca non sempre determina un abbassamento rilevante dell'imposizione fiscale. In gran parte dei casi, vale quindi la pena di ammortizzare l'ipoteca prima del pensionamento (vedere esempio).

Avete in programma di andare in pensione o prepensionarvi entro i prossimi cinque anni e siete in dubbio riguardo l'importo della rendita? Se è così, non esitate a contattare la vostra Banca Raiffeisen. Già dal primo colloquio saprete cosa attendervi da una consulenza in materia di pensione: ad esempio, una posizione chiara su entrate/uscite e sul vostro patrimonio, oltre che ovviamente sulle opportunità di ottimizzazione fiscale. Potrete raccogliere informazioni anche attraverso gli eventi informativi organizzati dalla vostra Banca Raiffeisen. ■ **LORENZ GIORDANO**

Intervista a Bruno Glanzmann, direttore della Banca Raiffeisen di Malters

Foto: m.a.d.

«Panorama»: La Banca Raiffeisen di Malters organizza più volte nel corso dell'anno dei seminari sul tema «Pensionamento» aperti al massimo a 60 partecipanti ciascuno. Quali argomenti sono trattati e come rispondono i partecipanti all'iniziativa?

Bruno Glanzmann: Le questioni centrali sono: «Posso permettermi il prepensionamento? Al momento del pensionamento, devo richiedere la rendita o la liquidazione in capitale?». Chi invece desidera occuparsi in modo approfondito del proprio pensionamento ha anche altre domande: «Come posso favorire il mio partner in concubinato? Quale rendita rimarrà al mio partner dopo la mia morte? Come organizzare la mia successione? Qual è l'investimento di capitali che fa per me?». Il nostro seminario di pianificazione della pensione dura mezza giornata, e nel corso del pranzo che segue riceviamo sempre un feedback positivo.

Cosa può aspettarsi il cliente da una consulenza personalizzata in materia di pensione?

Siamo in grado di chiarire i seguenti punti: obiettivi, entrate/uscite, patrimonio/debiti, sicurezza, diritto matrimoniale e successorio, imposte. La sfida di una pianificazione completa della pensione consiste nel sistemare al posto giusto tutte le tessere del mosaico. Solo così il cliente potrà godere di tutti i vantaggi, riducendo le imposte e ottimizzando le rendite. Noi rimaniamo al fianco del cliente presentandogli le possibili soluzioni in una lingua a lui comprensibile. L'importante è non perdere mai d'occhio i suoi obiettivi e la strategia idonea a perseguirli, adeguandosi alle mutate condizioni di contorno.

Oltre alla pianificazione della pensione, la vostra banca offre anche tutta una serie di seminari sugli investimenti. Quale scopo perseguite attraverso essi?

Purtroppo, oggi non esistono scuole in cui si insegni la «Finanza». È per colmare questa lacuna che abbiamo organizzato questa serie di seminari, accessibili a tutti. Per ulteriori informazioni, consultate la nostra homepage www.raiffeisen.ch/malters.

Intervista: Lorenz Giordano

www.trio.ch

Potete contare sulla Rega

La Rega veglia su di voi

Un medico delle urgenze, un pilota e un soccorritore aereo diplomato, dotati di materiale d'avanguardia, sono pronti a soccorrervi 7 giorni su 7, 24 ore su 24, in montagna, su strada e sui cantieri, a casa, su laghi e fiumi e dovunque ci sia un'emergenza. I mezzi per finanziare questa straordinaria disponibilità provengono dalle sostenitrici e dai sostenitori.

rega

La Rega conta sui suoi sostenitori

Informazioni: 0844 834 844 – www.rega.ch

ZEWO
ZERTIFIZIERT CERTIFIÉ CERTIFICATO
VERDIENT VERTRAUEN
MÉRITE CONFIANCE
MERITA FIDUCIA

Il denaro risveglia l'avidità?

In qualità di dirigente della Banca nazionale del Belgio, è stato responsabile dell'introduzione dell'ecu, il predecessore dell'euro e quale operatore nel settore degli Hedge Funds ha effettuato speculazioni valutarie. Oggi, Bernard Lietaer attribuisce al sistema monetario la causa della povertà, dell'avidità e della mancanza di sostenibilità a livello economico.

Bernard Lietaer ha insegnato finanza internazionale in Belgio, ora insegna psicologia archetipica ed economia sostenibile in diverse università statunitensi. Nel libro «Das Geld der Zukunft» («Il denaro del futuro», edizioni Riemann Verlag, ISBN 3570500357), il più volte consulente del governo descrive il suo contromodello in alternativa al sistema valutario esistente: oltre alle valute nazionali, le cosiddette valute complementari dovrebbero contribuire a risolvere i problemi più urgenti del nostro tempo.

Quattro grandi sfide

Dollari, euro o franchi svizzeri non sono in grado, secondo Bernard Lietaer, di raccogliere le quattro grandi sfide del futuro: l'invecchiamento della popolazione metterebbe tutte le società a confronto su come trovare il denaro necessario in funzione dell'elevata aspettativa di vita. La rivoluzione informatica crea ridondanza nel mercato del lavoro aumentando il numero delle persone che non riescono più a trovare un'occupazione retribuita.

I cambiamenti climatici e l'estinzione delle specie hanno imposto all'economia di divenire sostenibile e quindi di invertire la rotta rispetto agli interessi finanziari a breve termine dettati dal sistema monetario. Lietaer teme inoltre un acuirsi delle crisi valutarie internazionali, in particolare un crollo del dollaro, che gli stati dovrebbero essere meglio preparati a fronteggiare ricorrendo alle valute complementari.

La natura misteriosa, secondo Lietaer, del denaro in quanto tale causa o accentua i trend negativi. Egli definisce il denaro, indipendentemente da chi lo emette, come un accordo basato sulla fiducia all'interno di una società per utilizzare qualcosa come oggetto di scambio. Le solide valute dell'era industriale sono vincolate a singoli stati nazionali la cui banca centrale emette gli strumenti di pagamento previsti per legge. A tale riguardo, è decisivo il fatto che si tratti di denaro scoperto, creato dal nulla, segnatamente da un prestito bancario emesso a fronte del pagamento di interessi.

Gli interessi e la loro azione

L'ora di nascita di 100.000 franchi svizzeri corrisponde al momento in cui la banca emette un credito di questo importo trasferendolo su di un conto. Poiché il ricevente diviene debitore di interessi a fronte di tale credito e dovrà restituire nel corso degli anni una compensazione ad esempio di 200 000 franchi, il sistema incentiva la concorrenza e la necessità di una crescita economica illimitata. Gli interessi, screditati già nel Cristianesimo medievale come forma di usura peccaminosa, accrescono la ricchezza di un numero limitato di creditori, rendendo molti poveri debitori ancora più poveri. Per ridurre al minimo il rischio dell'in-

Il nostro sistema monetario è la causa di un divario sempre maggiore tra poveri e ricchi?

Il vostro parere

Il denaro rende avari e avidi? Riuscite ad immaginare di utilizzare una seconda valuta oltre al franco svizzero per pagare quotidianamente determinati beni e servizi? Scriveteci: Unione Svizzera delle Banche Raiffeisen, Panorama, Casella postale, 9001 San Gallo, E-mail: panorama@raiffeisen.ch

BARBAS
PIAZZETTA
SWISSKAMIN
hase
Carina
NIBE KAMINÖFEN
TL
NORDICA
attika
rüegg
LOTUS
SCAN
TULIKIVI
Altech

AZIONE!

Stufa Barbas
Eco 410
in pietra ollare

AZIONI!

Cucina Carina
ed altre marche
pure in azione

AZIONE!

Recuperatore
di calore Barbas
Unilux 65/75/85

AZIONI!

Stufa a legna Altech
ad accumulazione
fino a 10 ore.

NUOVO MODELLO

Caminetto Barbas
Escamo 200 L+R
ad angolo

Stufa a legna Tulikivi
ad accumulazione
fino a 24 ore.

www.edimen.ch

comedil S.A.

CH-6916 Lugano (Grancia)
Tel. 0041 91 986 50 20 - Fax 0041 91 986 50 29
info@comedil.ch - www.comedil.ch

ESPOSIZIONE
PERMANENTE DI 600 MQ

LUNEDÌ-VENERDÌ:
08:00-12:00/14:00-18:00

SABATO:
09:00-12:30
SU APPUNTAMENTO

flazione, il denaro dovrebbe tuttavia essere un bene scarsamente disponibile per la maggior parte della gente, sottolinea Lietaer.

Questi elementi hanno sì stimolato il progresso economico ma anche il timore della carenza e della collaborazione. La svalutazione minaccerebbe inoltre i risparmi di ogni persona: poiché le operazioni di speculazione che mirano al profitto derivante dalle oscillazioni valutarie dominano i mercati valutari al 98%, relegando a un ruolo marginale le transazioni dell'economia reale, il sistema finanziario internazionale è assoggettato al principio dell'utile rapido, rendendo sempre più probabili le crisi valutarie nell'era dei tassi di cambio liberi.

A cosa servono la valute complementari

Le valute complementari possono essere disponibili sotto forma di denaro cartaceo oppure di semplice moneta contabile registrata nel sistema informatico. Indipendentemente dal fatto che siano legate per valore alla valuta principale, anch'esse si basano su di un accordo stipulato all'interno di una società secondo il quale si accetta come oggetto di scambio una valuta esistente parallelamente rispetto allo strumento di pagamento nazionale vigente per legge. Contrariamente alle valute nazionali, questo tipo di denaro non comporta interessi, bensì la «realizzazione di obiettivi auspicabili a livello sociale con meno prescrizioni, una tassazione inferiore e un ridotto dispendio amministrativo», assicura l'ex presidente del sistema di pagamento elettronico della Banca nazionale del Belgio.

Secondo Lietaer, vi sono attualmente in tutto il mondo circa 5000 seconde valute a integrazione dei sistemi monetari nazionali. In Svizzera, a parte l'affermato sistema WIR, è stato introdotto ad Argovia nel 1993 il modello Talent (per informazioni: www.talent.ch, associazione TALENT-Experiment, Bahnhofstr. 102, 5000 Argovia, tel. 062 822 84 86). Il circuito di scambio non basato su denaro contante consente di liquidare il pagamento di determinati beni e servizi utilizzando i talenti invece dei franchi. La valuta giapponese legata all'assistenza sanitaria consente di fornire una risposta al crescente invecchiamento della popolazione e alla maggiore necessità di assistenza degli anziani. Con questo sistema, le ore dedicate all'assistenza da parte dei volontari vengono contabilizzate su di un conto a tempo che le utilizza a integrazione della normale assistenza sanitaria e che può essere impiegato anche per altre persone.

Dal 1986 esiste negli USA il Time Dollar, anch'esso misurato in ore. Se una persona riceve un credito per un servizio prestato, la persona che ha ricevuto il servizio avrà un debito dello stesso importo. Ciò che è più sorprendente in questo modello è, a detta di Lietaer, il fatto che le relazioni sociali migliorino, mettendo in contatto diretto persone all'interno di quartieri fino a quel momento anonimi. Mentre la storia avrebbe dimostrato che una comunità crolla non appena si presenta una scarsità di denaro, le valute complementari stimolerebbero la convivenza. ■ **JÜRG SALVISBERG**

L'abbiamo chiesto a Mathias Binswanger, docente di economia politica presso il FHNW di Olten

Foto: m.a.d.

«Panorama»: è vero che il denaro fomenta l'avidità, come afferma tale Bernard Lietaer?

Mathias Binswanger: Non credo che il denaro rivesta un ruolo neutro per il valore che assume, ma occorre differenziare. Parlando di persone fisiche, non si può affermare che le nostre valute fomentino l'egoismo. Le persone erano già avide ancor prima che venisse creato il sistema monetario. Do però ragione a Lietaer quando afferma che il denaro stimola l'avidità delle persone giuridiche. Le aziende sono infatti destinate per loro propria definizione a conseguire degli utili. Le società per azioni sono quindi particolarmente esposte a pressione poiché la borsa vive delle aspettative future di conseguire utile. Non si possono però trascurare gli effetti positivi: il nostro sistema monetario ci permette di investire senza dover essere obbligati a risparmiare in precedenza. Concedendo un credito, le banche creano nuovo denaro con cui finanziare ulteriori investimenti senza i quali non vi sarebbe una crescita.

Ma gli interessi che dobbiamo pagare a fronte dei crediti non hanno molte ripercussioni negative?

Affinché gli investimenti siano redditizi, l'economia deve crescere. Gli interessi sono in gran parte dei premi di rischio senza i quali non si investirebbe. I prodotti sempre più complessi creati dalla nostra economia a seguito di una ricerca spesso intensa hanno accentuato questa tendenza. È inoltre difficile distinguere tra l'interesse come partecipazione al profitto da parte dell'investitore e i dividendi di un azionista. Tra l'uno e gli altri si collocano anche molte forme miste.

Chi però incassa gli interessi, li accumula troppo a lungo secondo Lietaer, sottraendo il denaro al ciclo economico...

Questa argomentazione è divenuta oggigiorno ampiamente obsoleta, essendo la maggior parte del denaro moneta contabile che si lascia semplicemente sul conto corrente e che non viene pertanto sottratta al ciclo economico. Nell'era dell'informatica, i crediti esistenti sui conti sono sempre disponibili per nuovi investimenti di qualsiasi genere. Nemmeno le banche accumulano gli interessi, bensì riconvogliano gran parte delle loro entrate di nuovo nel ciclo economico, ad esempio sotto forma di stipendi per i loro dipendenti. Parlare oggigiorno di accumulo potrebbe significare al massimo che il denaro confluisce in speculazioni finanziarie anziché in investimenti reali. Anche i critici del nostro sistema monetario sono spesso contraddittori: vogliono impedire con una commissione sulla liquidità (interessi negativi) l'accumulo di denaro che finisce per incentivare i consumi e quindi la crescita. Allo stesso tempo condannano però violentemente l'obbligo di crescita nell'attuale economia monetaria.

Si può pertanto affermare che le valute complementari non soddisfino alcuna esigenza?

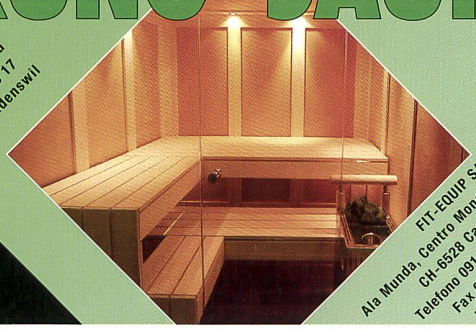
Le valute complementari possono servire quali strumenti per incentivare determinate attività e sistemi economici locali minacciati dalla globalizzazione. Ma hanno un ciclo di validità limitato, proprio come i buoni che si utilizzano nei negozi. Possono semplificare i conti in alcuni settori come quello della sanità. Nelle valute locali il problema risiede tuttavia nella richiesta differenziata delle prestazioni offerte. La loro azione limitata non consente loro di assumere un ruolo alternativo rispetto alle valute nazionali che hanno un tempo sostituito con le banche centrali gli instabili sistemi locali e che sono meno esposte alla crisi di quanto spesso non si affermi. La valuta americana nel 2005 ha addirittura apprezzato il suo valore nonostante la crisi del dollaro più volte lamentata.

Intervista: Jürg Salvisberg

KÜNG SAUNA

Visitate la nostra esposizione di Wädenswil: oltre 600 m2 con una grande e unica varietà di idee per la sauna e il wellness! (preannunciare p.f. la visita)

KÜNG AG Saunabau
Rütibüelstrasse 17
CH-8820 Wädenswil



Offriamo una consulenza completa per la progettazione, la costruzione e il risparmio energetico. La fabbricazione propria a partire dalla sauna privata fino all'impianto di grandi dimensioni rende possibile un design individuale ed possibilità praticamente illimitate di installazione. Con 30 anni di esperienza ed un rapporto prezzo-prestazione convincente siamo il vostro partner competente per il benessere ed un piacere incondizionato alla sauna. E-Mail: info@kueng-sauna.ch

FIT-EQUIP SA
Ala Munda, Centro Monda 3
CH-6528 Camorino
Telefono 091 850 40 00
Fax 091 850 40 09
info@fitequip.ch

www.kueng-sauna.ch

Design individuale.
Fabbricazione propria.
Servizio in tutta la Svizzera.

Tagliando per la documentazione

- ☐ Sauna finlandese
- ☐ Bio-Sauna/BIOSA
- ☐ Sauna in legno massiccio
- ☐ Bagno turco
- ☐ Idromassagio
- ☐ Solarium
- ☐ Attrezzi fitness
- ☐ Terme
- ☐ Infrastrutture wellness

Nome
Via
CAP/Località
Telefono

Pan

Vendita e installazioni esclusivamente presso ditte specializzate.

Uno splendido posto all'ombra

In un ambiente confortevole...

... si vive meglio. – Stobag offre una vasta gamma di sistemi di protezione solare. Da semplici tende da sole per balconi, facciate e giardini d'inverno a coperture solari più complesse. Stobag è quindi in grado di fornirvi tutto il necessario per l'oscuramento degli ambienti... e qualcosa in più.

STOBAG
Pilatusring 1, 5630 Muri

Tel. 056 675 42 00
www.stobag.com

STOBAG
Schweizer Qualität - Swiss quality

Abbiamo qualcosa contro questi tipi

Finestre intelligenti ti proteggono!
dörig d-safe pachetto di sicurezza **WK 1-3** consigliato dagli esperti!

dörig Finestre e Porte
St.Gallen-Mörschwil · Zürich · Oftringen · S. Antonino

info@dfs.ch
www.dfs.ch

091 840 11 35

Previdenza sostenibile!

Sostenibilità e interessanti opportunità di profitto: il nuovo prodotto Pension Invest Futura 50 di Raiffeisen-Vontobel è in grado di coniugare questi due obiettivi. Questo fondo di investimento costituisce uno strumento flessibile e trasparente che consente di armonizzare gli obiettivi finanziari con i propri valori personali.

In alternativa ai depositi a risparmio su conti previdenziali o di libero passaggio, Raiffeisen offre un'ulteriore forma di investimento. È proprio in virtù della prospettiva a lungo termine dei depositi a risparmio del terzo pilastro che investire il denaro in fondi di investimento con una quota in azioni diventa finanziariamente interessante. Per garantire la massima sicurezza dell'investimento di denaro della previdenza, il legislatore ha stabilito che, conformemente alle direttive sugli investimenti dell'Ordinanza sulla previdenza professionale per la vecchiaia, i superstiti e l'invalidità, la quota in azioni non può superare il 50%.

Il parere dell'esperto

Foto: m.a.d.

«Concentrarsi su imprese sostenibili è una strategia interessante. I fondi sostenibili presentano infatti spesso uno sviluppo di valore sul lungo periodo altrettanto positivo, se non addirittura migliore, dei fondi ordinari. Inoltre, previdenza e sostenibilità sono entrambe rivolte a un orizzonte temporale lontano e rappresentano quindi una combinazione ideale. Ne derivano opportunità davvero lucrative per gli investitori. Personalmente, credo molto nel nuovo fondo previdenziale Raiffeisen Pension Invest Futura 50».

Mark Haenni, gestore di fondi, Vontobel Asset Management AG

Sono conformi a tali direttive anche i due noti prodotti di Raiffeisen-Vontobel Pension Invest 30 e 50, già ampiamente apprezzati. E ora, chi investe denaro della previdenza non dovrà più rinunciare ai propri elevati requisiti etici, ecologici e sociali. In breve, con Pension Invest Futura 50 sarà possibile effettuare un investimento previdenziale sostenibile.

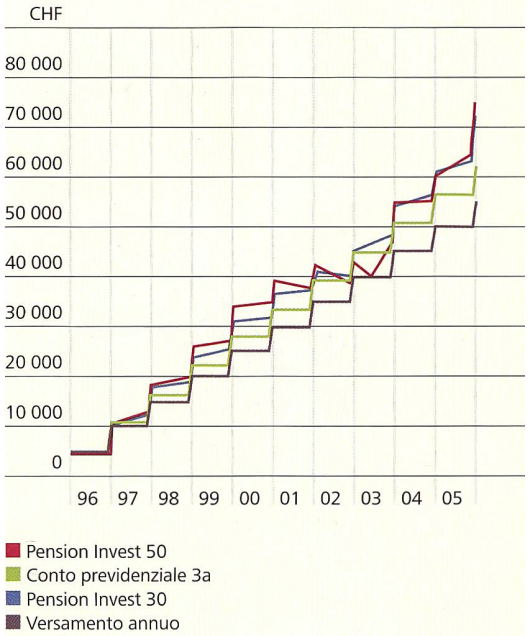
Così come un numero sempre maggiore di consumatori al momento dell'acquisto presta attenzione alla qualità biologica del prodotto o al fatto che provenga dal commercio equo, anche gli investitori desiderano sempre più spesso investire in imprese che ottengono il successo economico in modo sostenibile. Lo sviluppo sostenibile garantisce a tutti gli esseri umani sufficienti beni materiali e una vita dignitosa. Esso assicura inoltre la disponibilità alle future generazioni delle risorse fondamentali per la vita, un approccio che si adatta perfettamente alla tematica della previdenza.

UN CONTROLLO SCRUPOLOSO

Il processo di investimento di Pension Invest Futura 50 si articola in due fasi. Inizialmente, la rinomata agenzia di rating della sostenibilità INrate seleziona imprese di tutto il mondo sulla base della loro sostenibilità sociale e ambientale, nonché del rispetto di determinati standard etici. Alla base del processo di selezione sta una propria procedura di rating altamente esigente e coerente. Solo i titoli di credito valutati sostenibili vengono inseriti nell'insieme degli investimenti possibili. In una seconda fase, i gestori di fondi di Vontobel, partner Raiffeisen, scelgono da tale insieme di titoli definiti sostenibili quelli che appaiono loro maggiormente interessanti dal punto di vista finanziario.

Sostenibilità e rendita non sono più in contraddizione: i fondi sostenibili dimostrano infatti caratteristiche di rendita e rischio paragonabili a quelle degli investimenti ordinari.

Confronto tra PP3/PI30/PI50/PI Futura 50



Desiderate armonizzare gli obiettivi finanziari con i vostri valori personali e ottenere performance sul lungo periodo più elevate di quelle dei conti, potendo contare su di una severa divisione tra l'analisi di sostenibilità e di redditività finanziaria grazie a un processo di investimento in due fasi? Se vi riconoscete in queste affermazioni, troverete di certo interessante un colloquio con il vostro consulente Raiffeisen sull'impiego di Pension Invest Futura 50. Nella scelta dello strumento previdenziale adatto, la consulenza personalizzata è infatti della massima importanza.

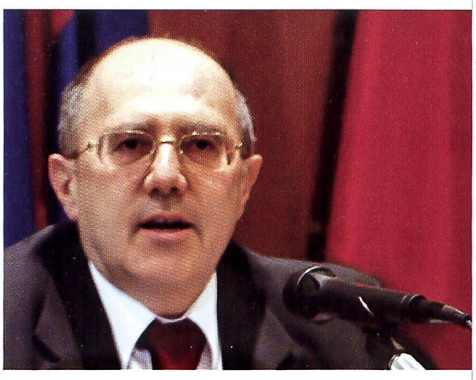
■ **CORINNE MEIER**

Record dei record

Nei 106 di storia del Gruppo Raiffeisen, l'esercizio 2005 è il migliore in assoluto con un utile netto che è progredito del 20,2%. La Raiffeisen si pone così come terza banca elvetica.

Foto: Rémy Steinegger

Romano Massera: «Con un incremento dell'utile di oltre 100 milioni di franchi abbiamo registrato un nuovo record».



Mario Verga: «Le Raiffeisen del Ticino e Moesano si confermano forti e solide».

Le 421 Banche del Gruppo Raiffeisen hanno conseguito risultati di eccellenza per quanto concerne tutte le cifre salienti più importanti. L'utile del Gruppo (+20,2%), le ipoteche (+5,6%), il risparmio bancario (+3,9%), il volume dei depositi (+17,7%) e il numero di soci (+4,6%) hanno evidenziato un chiaro aumento.

I brillanti risultati sono stati resi noti nel corso della tradizionale conferenza stampa tenutasi all'inizio di marzo all'Hotel Dante di Lugano. Romano Massera, direttore della sede di Bellinzona dell'Unione Svizzera delle Banche Raiffeisen ha addotto quale motivo per il notevole incremento degli utili una crescita dei ricavi su un'ampia base. «Oltre la metà della solida crescita non è generata dal core business – le operazioni su interessi – bensì dalle operazioni d'investimento e di prestazione di servizio».

Negli ultimi cinque anni, Raiffeisen ha continuato a crescere: dal 2001 l'utile è salito dell'82%. Nonostante l'inasprimento della situazione concorrenziale, i margini contenuti e il mercato saturo, la Banca è riuscita ad acquisire ulteriori quote di mercato nel core business. I risparmi bancari sono passati dal 18,9% al 19,3% e le ipoteche dal 13,5% al 13,8%. Con un volume ipotecario di 83,9 miliardi di franchi (incrementato dal 2001 di ben un terzo), Raiffeisen detiene la seconda posizione sul mercato, dopo UBS (140 miliardi di franchi) e chiaramente prima del CS (66,3 miliardi di franchi) e della Banca cantonale di Zurigo (49,4 miliardi di franchi). La quota di ipoteche fisse (66,4%) è aumentata del 16% nell'anno 2005.

Nuova immagine, ma filosofia immutata.

Oltre 1,3 milioni di soci

Il successo di Raiffeisen è fondato su una base solida: negli ultimi cinque anni, il capitale proprio è aumentato di oltre 2 miliardi di franchi (+54%) raggiungendo circa 6 miliardi di franchi. Tuttavia, anche le Banche Raiffeisen rappresentano un fattore economico da non sottovalutare. L'anno scorso, ad esempio, sono stati creati 245 (2004: 246) nuovi posti di lavoro a tempo pieno, sono stati elargiti 16 milioni di franchi per lo sponsoring e per donazioni, sono stati pagati 170 milioni di franchi in imposte dirette e i soci hanno beneficiato di vantaggi pari a 190 milioni di franchi.

Anche il numero dei soci non smette di crescere: con 58 000 nuovi aderenti, la Raiffeisen ne conta ormai oltre 1,3 milioni.

A confermare come il Gruppo si ponga ormai tra le Banche capofila elvetiche basti pensare che un abitante su tre e uno sportello su tre in Svizzera è Raiffeisen. Quest'ultima ha pure ottenuto dalla rinomata agenzia Moody's, un rating Aa2, circostanza che facilita l'accesso ai mercati dei capitali a condizioni più convenienti.

Ticino tra i tenori delle Raiffeisen

In questo positivo panorama, «il Ticino – ha commentato Romano Massera – è certamente tra i tenori del Gruppo». Le 45 Banche Raiffeisen della Federazione Ticino e Moesano confermano infatti la loro forza. La somma di bilancio ha superato i 7 miliardi di franchi con un incremento del 6,8%, mentre i crediti ipotecari hanno superato per la prima volta i 5 miliardi di franchi, pari all'8,2% di aumento (5,2% a livello nazionale). Il presidente della Federazione, avv. Mario Verga ha sottolineato a più riprese che il successo è dovuto «alla profonda penetrazione nel mercato cantonale e alla tradizionale vicinanza alla clientela che facilita l'instaurarsi di un rapporto di fiducia». In questo contesto anche i fondi alla clientela sono cresciuti del 4% superando i 6 miliardi di franchi. I costi d'esercizio sono aumentati dell'8% raggiungendo quota 89 milioni. Il numero dei dipendenti è aumentato di 19 unità fissandosi a 506 collaboratori (264 donne e 232 uomini) tra Ticino e Moesano. Di conseguenza la massa salariale erogata è cresciuta di 3 milioni per un ammontare complessivo di 38,7 milioni di franchi. L'utile netto è aumentato del 20,9% raggiungendo i 9,75 milioni. Infine il numero dei soci ha fatto un ulteriore balzo in avanti del 4,1% arrivando a 85 791 unità. Nonostante l'aumento sia leggermente inferiore rispetto a quello nazionale Mario Verga ha voluto sottolineare che «i margini di crescita esistono ancora. Siamo un partner fidato e trasparente e la nostra politica continuerà a premiarci. Il nostro modello imprenditoriale è e resterà un punto di forza».

■ **LORENZA STORNI**

Il Gruppo Raiffeisen in cifre

	2005 (in milioni di CHF)	2004 (in milioni di CHF)	Variazione in %
Totale di bilancio	108 186,6	106 097,5	2,0
Prestiti alla clientela	90 781,7	86 565,4	4,9
Crediti ipotecari	83 893,3	79 471,6	5,6
Fondi della clientela	83 366,8	80 838,1	3,1
Volume di deposito	27 598,1	23 454,8	17,7
Proventi lordi	2 057,8	1 893,8	8,7
Proventi da interessi	1 715,9	1 633,6	5,0
Costi d'esercizio	1 157,4	1 068,5	8,3
Utile lordo	900,4	825,3	9,1
Utile del Gruppo	608,3	505,9	20,2
Collaboratori (tempo pieno)	6 549,0	6 304,0	3,9
Soci	1 309 537,0	1 251 730,0	4,6

STOKKE™ TOK™

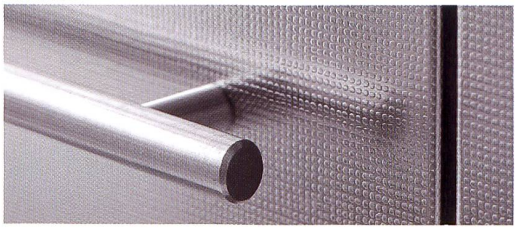
STOKKE™ PEEL™

STOKKE™ GRAVITY™ Balans®

Con le sedute STOKKE™ il benessere è assicurato. Per il corpo e per la mente. Un'esperienza indimenticabile da provare in uno dei centri autorizzati Stokke.

STOKKE®
MAKES LIFE WORTH SITTING

STOKKE AG, Panoramaweg 33, 5504 Othmarsingen Tel. 062 887 40 00, Fax. 062 896 40 05, E-Mail. info@Stokke.ch



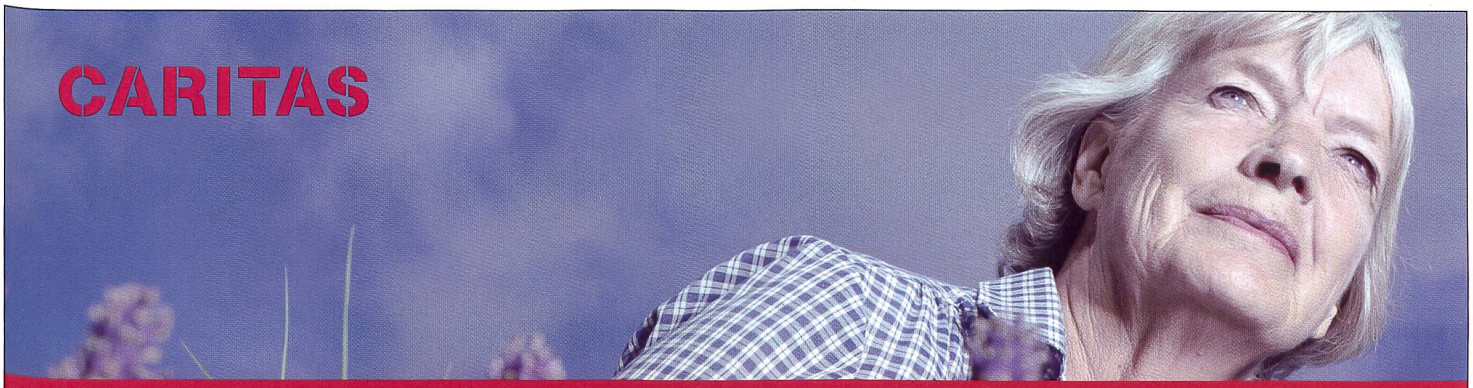
Ci sono cucine e ci sono le cucine in acciaio di Forster, così semplice che non si dimentica.

Centri cucine Forster: Arbon, Basilea, Berna, Coira, Locarno, Lucerna, Winterthur, Zurigo, I-Burgstall
Rappresentanze regionali Forster: Rinderknecht AG, Baar / Rinderknecht AG, Stans / Schuler Innenausbau AG, Unterägeri / Walter Bochsler AG, Urdorf / Imwinkelried Schreinerei, Fiesch / Amann Cuisines, Carouge / JJH-Cuisines Diffusion SA, Prilly / Salathé Cucine SA, Lugano

forster
La cucina in acciaio

AFG
Arbonia-Forster-Holding AG

Per ulteriori informazioni sulle cucine Forster: 0800 447 414, forster.kuechen@afg.ch, www.forster-kuechen.ch



La mia vita. La mia morte.

_Le mie disposizioni personali.

Con le disposizioni del paziente siete voi a decidere.
Anche quando non siete più in grado di esprimere la vostra volontà.
Per informazioni e ordinazioni telefonare allo 041 419 22 22 oppure consultare il sito www.caritas.ch.

ZEWO
VERDIENT VERTRAUEN
MÉRITE CONFIANCE
MERITA FIDUCIA

Desidero ricevere _____ copia/e delle disposizioni del paziente per 15 franchi ciascuna, opuscolo informativo compreso.

Nome _____ Cognome _____

Via/N. _____

NAP/Luogo _____

Inviare a: Caritas Svizzera, Löwenstrasse 3, Casella postale, 6002 Lucerna

Turistici ticinesi in ticino?

«Tutto il Ticino a metà prezzo»: è con questo slogan che le Banche Raiffeisen promuovono quest'anno l'offerta esclusiva per i loro soci. L'iniziativa è valida fino a fine marzo 2007 e permette la scoperta o la riscoperta del nostro Cantone.

Perché non fare, per una volta, i turisti in casa nostra? Con l'offerta esclusiva promossa quest'anno dalle Banche Raiffeisen sotto il motto «Tutto il Ticino a metà prezzo», i vantaggi sono a portata di mano. Chissà quante volte vi sarà capitato di guardare un determinato albergo con curiosità e di avere la voglia di soggiornarvi, oppure avreste voluto fare un giro in battello sui nostri laghi o ancora programmare una determinata escursione in montagna... Se ancora non siete riusciti a concretizzare questi desideri, quest'anno le Banche Raiffeisen ve ne offrono una ghiotta e vantaggiosa occasione!

Più vantaggi per le famiglie

L'offerta esclusiva indirizzata ai soci Raiffeisen, ha preso il via questo mese e si protrarrà fino al 31 marzo del 2007. «Tutto il Ticino a metà prezzo» significa che si potrà trascorrere una notte al 50 per cento a scelta nelle oltre 130 strutture (dall'ostello per la gioventù, all'agriturismo, all'albergo a 5 stelle) che hanno aderito all'iniziativa. Ogni socio godrà pure del metà prezzo su numerosi impianti di risalita di montagna e riduzioni per la navigazione sui laghi. Inoltre, esibendo la propria carta di credito o la carta Maestro Raiffeisen si avrà la possibilità di accedere gratuitamente a 30 musei del

Intervista a Fiorella Brülisauer, responsabile promozioni all'USBR di San Gallo

«Panorama»: Dopo la Jungfraujoch, Expo 02 e il Cervino, ora tocca al Ticino. Come mai le Banche Raiffeisen lanciano queste iniziative?

Fiorella Brülisauer: Le Banche Raiffeisen offrono ai loro soci tanti vantaggi: le partecipazioni alle assemblee generali con diritto di codecisione, un conto soci agevolato in termini di spese, un conto di risparmio per soci con interesse preferenziale, il Passaporto musei e, appunto, queste offerte esclusive. Lo scopo è quello di ringraziare i soci per la loro fedeltà e di privilegiarli anche nel loro tempo libero.

Qual è stato il riscontro in questi anni?

Le cifre delle precedenti iniziative parlano da sole: nel 2000, in due mesi 120 000 soci sono saliti a metà prezzo in vetta alla Jungfraujoch; due anni dopo oltre 250 000 soci hanno visitato l'Expo02 grazie ad un biglietto al 50 per cento; nel 2004 con l'offerta Cervino si sono registrati 100 000 tragitti con le ferrovie di montagna e 88 000 pernottamenti (55 000 soci e 10 000 bambini).

Perché quest'anno si è scelto il Ticino?

Questo Cantone rappresenta una destinazione attrattiva sia per soggiorni lunghi, sia per quelli più brevi. È una regione particolarmente baciata dal sole e con un clima mite. Giovani e meno giovani, amanti della natura e della gastronomia, sportivi e interessati alla cultura, trovano qui una vasta gamma di offerte per trascorrere le loro

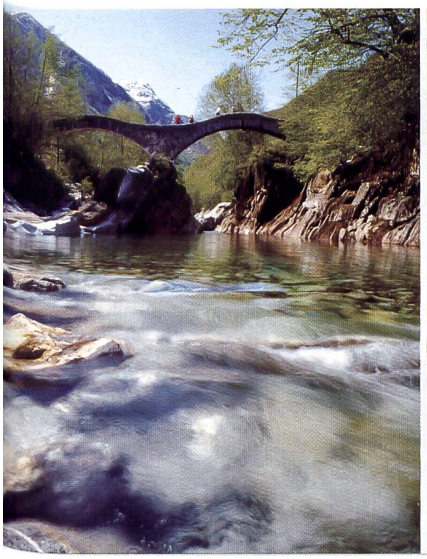


Foto: Ticino Turismo

Cantone. L'offerta si fa ancora più interessante e vantaggiosa per le famiglie: i figli, infatti, accompagneranno i propri genitori quasi ovunque gratuitamente. Insomma, con questa iniziativa, potrete risparmiare tranquillamente almeno 200 franchi.

Riscoprire il nostro cantone

I ticinesi amano il loro cantone. Il successo che riscuotono da sempre le numerose pubblicazioni locali dedicate alla nostra regione ne sono una conferma. L'offerta esclusiva «Tutto il Ticino a metà prezzo» è dunque un invito a conoscere sempre meglio il nostro paese, a scoprire angoli ancora poco noti o a ritrovare il piacere di percorrere questo Cantone. Nel corso di tutto il 2006 pubblicheremo su ogni edizione di Panorama un articolo con consigli e idee per approfittare appieno di questa iniziativa.

Forza, il vostro Ticino vi aspetta!

Scattate e spedite!

Inviateci una fotografia della vostra famiglia durante una delle escursioni prescelte grazie all'offerta esclusiva. Le immagini più originali verranno pubblicate e premiate con prodotti tipici.

Le fotografie su carta vanno spedite a: Raiffeisen, Concorso Ticino, CP 546, 9001 San Gallo. Non dimenticate di scrivere sul retro della foto nome, indirizzo e luogo dove è stata scattata.

Le fotografie digitali possono essere inviate via www.raiffeisen.ch/ticino.

■ **LORENZA STORNI**

INFO

Le Banche Raiffeisen recapiteranno entro la fine di marzo ad ogni socio a casa propria una brochure con i buoni per poter approfittare dell'offerta esclusiva. All' indirizzo internet www.raiffeisen.ch/ticino troverete comunque tutte le informazioni necessarie più in dettaglio. Se non siete ancora socio, questa è l'occasione per diventarlo e per scoprire o riscoprire il vostro Ticino!

Foto: m.a.d.

vacanze. Le infrastrutture turistiche ticinesi sono inoltre sufficienti per poter sottoporre questa offerta ai nostri 1,3 milioni di soci. E siamo sicuri che anche i ticinesi sapranno approfittarne!

In breve in cosa consiste l'azione e per cosa si caratterizza?

L'iniziativa ha preso il via il 1 marzo ed è valida fino al 31 marzo del 2007.

Con questa offerta esclusiva offriamo il 50 per cento di sconto su un pernottamento in uno dei 130 alberghi aderenti alla promozione, il metà prezzo su ciascun impianto di risalita di montagna elencato nella brochure e riduzioni sulla navigazione sul Ceresio e sul Lago Maggiore. I bambini beneficiano delle stesse offerte quasi dappertutto gratuitamente.

Cosa ci si aspetta da questa quarta iniziativa per i soci?

Oltre a premiare i soci per la loro fedeltà, le Banche Raiffeisen intendono in questo modo dare un contributo tangibile alla promozione del turismo in Svizzera, sostenendo nel contempo la sua economia. L'obiettivo che ci siamo prefissati è di arrivare almeno a 200 000 pernottamenti e ad altrettante escursioni in Ticino. Intervista Lorenza Storni

Qui comandano le donne

Un team tutto al femminile può funzionare? Ma certo! La Banca Raiffeisen Calanda smentisce tutte le affermazioni a suo sfavore. E il consiglio di amministrazione e di sorveglianza composti unicamente da uomini sono il puntino sulla i.

Petra Kamer, direttrice della Banca Raiffeisen Calanda, guida un gruppo di dieci donne.

Attorno al lungo tavolo delle riunioni si respira un'atmosfera seria ma non troppo formale. Si discute vivacemente delle varie questioni. Tutte prendono la parola, esprimono apertamente le proprie opinioni e si raggiunge infine un consenso. Ciò che sembra impossibile secondo un'opinione ormai diffusa, viene contraddetto da questo team meeting: e cioè che un gruppo operativo composto unicamente da donne possa funzionare. Qui non si strilla, non si parla con impertinenza, non si lanciano sguardi perfidi. Attorno al tavolo siedono nove donne che lavorano presso la Banca Raiffeisen Calanda di Zizers GR, alla ricerca di idee per la giornata delle porte aperte che si terrà a maggio.

La direttrice della banca, Petra Kamer, è alla guida di dieci collaboratrici dal mese di giugno 2005, quando ha raccolto l'eredità di Paul Pfiffner, rimasto alla direzione dell'istituto per quasi dieci anni. Dal cambio al vertice in avanti, regna nell'aria l'«allarme di una spietata competizione dai toni rosa»? «Beh, certo, qualche volta c'è, soprattutto se si dice qualcosa nel modo sbagliato», dice Petra Kamer che sminuisce però subito affermando: «Nel nostro gruppo non vi sono più conflitti di quanti non ve ne siano nei team misti». Di questo ne è certa. Prima di arrivare alla Raiffeisen, ha lavorato presso altri due gruppi bancari come consulente alla clientela commerciale e project manager, avendo a che fare principalmente con uomini. E anche il fatto che tutto il consiglio di amministrazione e di sorveglianza della Banca Raiffeisen Calanda nella valle grigionese del Reno sia composto unicamente da uomini non crea assolutamente alcun problema. Al contrario, «sostengono completamente l'attività della nostra banca delle donne», afferma Petra Kamer e lo conferma anche il presidente del consiglio di amministrazione, Max Lüscher: «Il consiglio di amministrazione si è espresso molto rapidamente a favore della nomina di Petra Kamer. Abbiamo reputato che l'elezione di una donna fosse una decisione sostenibile a lungo termine, come si è infatti voluto dimostrare».

Un approccio diverso

A quasi un anno dalla sua nomina a direttrice di banca, Petra Kamer viene tuttora interpellata in merito al suo team al femminile. Le donne lo trovano eccezionale e gli uomini vogliono sapere se i rapporti interpersonali siano soddisfacenti», ci racconta. Ammette schiettamente di avere nutrito alcuni dubbi all'inizio del suo incarico: «Sono passata da un team operativo dominato dall'impronta maschile da un punto di vista puramente pratico a un mondo completamente diverso. Sono altre le preoccupazioni che impegnano il team, qui regna un diverso approccio interpersonale». Si è in realtà scontrata con un certo scetticismo iniziale, ha dovuto guadagnarsi l'accettazione all'interno del team e dimostrare di essere, in quanto donna, all'altezza delle massime aspettative.

Petra assegna un grande valore al lavoro indipendente. Ciascuna delle dieci collaboratrici ha infatti una propria sfera di attività all'interno della

Dalle donne per le donne

Una banca in grado di soddisfare le esigenze femminili fu la Banca delle donne di Berlino (1910–1916), organizzata in cooperativa, che non riuscì tuttavia ad affermarsi a causa della situazione sociale condizionata dalla guerra. Un'imprenditrice di Monaco che opera nel settore dei servizi finanziari intende ora acquistare una licenza completa bancaria per la sua società fondata nel 2004, la «Frauenvermögensverwaltung» (gestione patrimoniale femminile). Opera con successo anche la Banca delle donne WOSCA in Tanzania. Altre attività politico-finanziarie svolte dalle donne sono note in Ruanda, Messico, Bahrein, Pakistan, Svezia e in altri paesi. La World Women's Bank fornisce inoltre supporto principalmente in Asia alle donne che fondano un'impresa agricola oppure che vogliono avviare una piccola attività commerciale.

Le nostre porte garages sono più comode **da aprire**

REGABox®

Porte sezionali per la casa e per l'industria

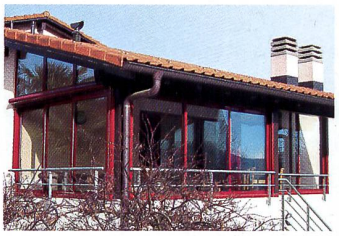
- Utilizzo ottimale dello spazio
- Linea estetica moderna
- Comodita'
- Sicurezza garantita

Vi invitiamo presso l'esposizione permanente a Gordola per aprire le nostre porte garages e per scoprire tutti i prodotti della nostra gamma.

REGAZZI®

REGAZZI SA • CH-6596 Gordola
Tel. +41 (0)91 735 66 00 · www.regazzi.ch · info@regazzi.ch

1966-2006 **40 ANNI**



PRODUZIONE PROPRIA

FRUBAU 1966

- Verande
- Giardini d'inverno
- Tetti apribili
- Vetrate per balconi
- Tende d'ombreggiamento
- Tensostrutture (gazebo)

- Produzione propria
- Showroom di oltre 150 m²
- Visite su appuntamento

Via San Michele 64
CH-6987 Caslano
Tel. 091 606 23 40
Fax 091 606 20 20
info@frubau.ch
www.frubau.ch

www.edimen.ch

quale dimostrare le proprie competenze specialistiche e di cui può assumersi la responsabilità. Non vi è alcun motivo di invidia, gelosia né di intrighi. Ed è proprio quello, secondo lei, il segreto del successo di un team – indipendentemente dal sesso dei suoi componenti. Lo conferma anche Rosmarie Cassani, ormai da anni direttrice della Banca Raiffeisen di Quarten e con ottimi risultati a capo di un team composto da cinque donne. La collaborazione è così armoniosa che il rapporto tra le colleghe continua regolarmente anche nella vita privata. Le Banche Raiffeisen di Calanda e Quarten dimostrano in modo inequivocabile che i team al femminile funzionano.

Le esigenze delle clienti

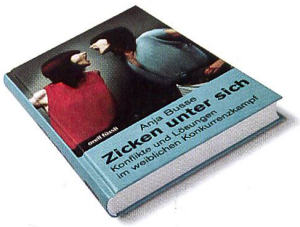
E come vanno le cose quando c'è da fornire assistenza alla clientela femminile? La si tratta in modo speciale secondo lo slogan «dalle donne per le donne»? A questa domanda ovvia, la direttrice Petra Kamer risponde negativamente: «Non dobbiamo né registrare un incremento legato alla clientela femminile, né tanto meno il sesso della clientela deve assumere un ruolo particolare in funzione della gamma dei prodotti». In tal senso, la sua politica coincide con quella dell'intero gruppo, secondo la quale non vi sono alla Raiffeisen prodotti specifici in funzione del sesso della clientela. Che ciò non sia necessario lo dimostrano anche le conclusioni di uno studio, secondo il quale alle donne non servono tanto prodotti diversi bensì un altro genere di consulenza.

Lo studio della società di consulenza sul management 4P Consulting di Stoccarda ha analizzato il comportamento di banche in tutta Europa nei confronti di oltre 1000 clienti di sesso femminile. Risultato: oltre la metà si sente considerata dall'alto verso il basso nel rapporto con la propria banca e un terzo non si sente assolutamente presa seriamente in considerazione. Ammettiamolo: a quale donna non è capitato in occasione di una conversazione con il consulente bancario che quest'ultimo si rivolgesse al suo partner per rispondere a una domanda posta da lei? Petra Kamer non si stupisce affatto di questi risultati. Ecco perché intravede dei vantaggi in un team di consulenza composto da donne: alle collaboratrici di sesso femminile riconosce una spiccata capacità di immedesimazione: «Le donne possiedono un sesto senso, fanno maggiore affidamento sulle proprie intuizioni e si interessano di più a chi hanno di fronte».

E come si prospetta il futuro della Banca Raiffeisen Calanda, continuerà ad essere una banca delle donne? Le cose potrebbero cambiare già a partire dall'anno prossimo, quando arriverà il nuovo tirocinante. «Se l'apprendista fosse di sesso maschile, lavorare in un team di donne sarebbe certo una scuola di vita», sorride compiaciuta Petra Kamer. Teme che la decisione tra tirocinante uomo o donna sarà un rompicapo. La Banca Raiffeisen di Quarten si è trovata dinanzi a questa scelta tre anni fa. Ne è uscito vincitore un ragazzo che, a detta di Rosmarie Cassani, si è integrato perfettamente nella squadra femminile. Sottolinea però che non tutti i giovani sono entusiasti all'idea di far parte di un team di donne. Per Petra Kamer una cosa è però certa: «Tifo comunque sempre per il miglior candidato, uomo o donna che sia».

■ **JEANNETTE WILD LENZ**

INFO



La Dr. Anja Busse, residente a Monaco, è l'autrice del libro «Zicken unter sich – Konflikte und Lösungen im weiblichen Konkurrenzkampf» (Pettegole a confronto – conflitti e soluzioni nella rivalità femminile). Il libro è disponibile in libreria (Orell Füssli, settembre 2004, ISBN 328005091X). Anja Busse tiene inoltre seminari, workshop e conferenze sul tema. Ulteriori informazioni sul sito www.interfemininekonflikte.de

Intervista ad Anja Busse, consulente freelance e coach nel campo dello sviluppo organizzativo e del personale

Foto: m.a.d.

«Panorama»: in caso di conflitto all'interno del team di lavoro, come reagiscono le donne e come gli uomini?

Anja Busse: Contrariamente agli uomini, le donne evitano i conflitti e i confronti, almeno di fronte alle altre donne. Per loro è fondamentale instaurare buone relazioni e creare l'armonia. Sono quindi sempre più rare le discussioni conflittuali. Se però si verificano, provocano non di rado proprio il contrario di ciò che si voleva ottenere, a causa della nota emotività femminile. Per questa ragione, spesso la donna vive indirettamente la propria aggressività. E tutto ciò porta non tanto a risolvere i conflitti ma, proprio al contrario, a lasciarli sobbollire sotto la superficie fino a quando non esplodono.

Quindi è vero che la spietata competizione e la velenosità tra donne non sono solo luoghi comuni?

Purtroppo sì. Le mie ricerche hanno dimostrato che le donne, rispetto agli uomini, hanno molti più problemi nei confronti delle altre donne quando si trovano a dover lavorare tra di loro. La maggior frequenza con cui insorgono questi conflitti è tuttavia solo uno degli aspetti legati alla competizione. Le donne sono infatti caratterizzate da un atteggiamento negativo nei confronti delle altre donne, principalmente riconducibile alle strutture patriarcali, e i loro conflitti possono inasprirsi molto velocemente a causa delle suddette differenze esistenti tra un sesso e l'altro.

La spietata competizione e la velenosità tra donne sono definizioni davvero ostili al gentil sesso. Quali sono i corrispondenti al maschile?

Forse combattimento tra galli? Il fatto che gli uomini combattano tra di loro colpendosi reciprocamente, è del tutto naturale per chiunque. Ma che lo facciano le donne, forse non lo è.

Nonostante tutto, non si dà troppa importanza all'argomento?

Nella gestione dei conflitti ci si concentra principalmente sui conflitti maschili. Per questo motivo, è raro che le donne trovino delle soluzioni quando si tratta di risolvere i propri conflitti al femminile. Purtroppo questo argomento viene ancora considerato un tema antifemminista, assumendo tra l'altro una connotazione ancora più negativa dovuta a queste definizioni. Sono fermamente convinta che occorra affrontare tale argomento in modo diretto, con urgenza e serietà, senza rimandare oltremodo, poiché i conflitti femminili impediscono il progresso delle donne in modo non trascurabile. Se non approfondiamo questo tema e non sensibilizziamo la società al riguardo, non si raggiungerà mai un'autentica emancipazione femminile.

Intervista: Jeannette Wild Lenz

Foto: m.a.d.

Raiffeisen sponsor di MERLOT 06

Le Banche Raiffeisen della Federazione Ticino e Moesano sostengono, in qualità di sponsor principale, le manifestazioni per i 100 anni del Merlot.

La scelta non è casuale – ha affermato il presidente avv. Mario Verga – poiché proprio Raiffeisen nacque da un'esigenza del mondo contadino. E il logo che per più di un secolo ha caratterizzato quella che da Cassa è poi diventata Banca, l'ha ben testimoniato: una spiga simbolo di operosità, di legame con la terra, di valori tradizionalmente legati al settore primario. Tutte peculiarità che sono anche saldamente ancorate nella centenaria storia del Merlot.

Una storia che, nel corso di tutto quest'anno, verrà celebrata con una lunga serie di manifestazioni che intendono sottolineare il vitigno simbolo del Canton Ticino. Gli eventi – degustazioni, teatri, concerti, percorsi tematici, feste, convegni, concorsi, esposizioni, conferenze – toccheranno i cinque poli storico-geografici che hanno dato origine al Merlot: Mendrisiotto, Malcantone, Bellinzona, Locarnese, Biasca e Valli. Nell'impossibilità di elencare tutte le manifestazioni – inaugurate in gennaio dalla RTSI con la diffusione di un bel documentario di Bruno Bergomi dal titolo «Il vino del secolo» e ufficialmente aperte a Mezzana lo stesso mese – vi invitiamo a visitare il sito internet www.merlot06.ch, dove troverete, mese per mese, tutti gli appuntamenti in calendario.

Merlot 06 sostiene inoltre anche lo studio sul Terroir ticinese curato dalla Federviti e il progetto per un centro multimediale del vino e della vite al Castello di Sasso Corbaro a Bellinzona.

Dal canto loro le Banche Raiffeisen del Ticino e Moesano – che come detto sono sponsor principali - promuovono il cofanetto Collezione Terroir: un assortimento di sei bottiglie di Merlot di sei differenti regioni di produzione (la confezione è venduta al prezzo di 100 franchi + spese di porto).

Anche a livello nazionale le Banche Raiffeisen – che quest'anno lanciano l'offerta esclusiva «Tutto il Ticino a metà prezzo» (vedi le pagine 30 e 31 di questa edizione) – intendono sottolineare il compleanno del Merlot omaggiando i loro soci con un ulteriore regalo: chi pernotterà in uno dei 140 alberghi che hanno aderito all'iniziativa, riceverà in regalo una piccola bottiglia di Merlot.

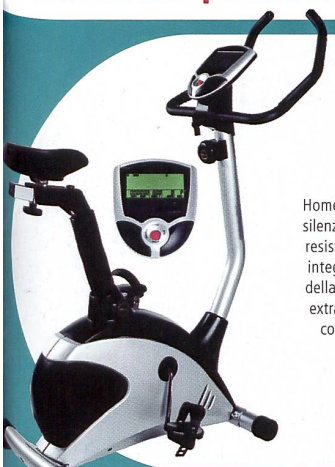
Insomma, davvero un anno eccezionale per il Ticino e il suo Merlot che, grazie alle Banche Raiffeisen, godranno di una visibilità eccezionale. *(l.s.)*

CARE SHOP

TOP QUALITY
TOP PRICES

PER AMORE DELLA SALUTE E DEL BENESSERE

Offerte speciali per le lettrici ed i lettori del periodico PANORAMA

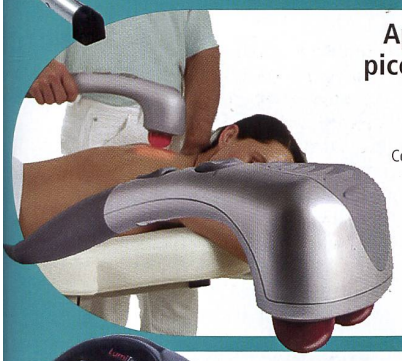


Magnetic-Bike CARDIO

soltanto 398.–

Hometrainer magnetico con sistema di frenaggio assolutamente silenzioso e senza bisogno di manutenzione. Modifica manuale di resistenza nel pedalare da 1 a 8. Misuratore del battito cardiaco integrato nel manubrio con ricevitore separato per trasmittente della frequenza cardiaca. Computer con joystick e indicatore LCD extra grande (polso, polso di recupero, tempo, velocità, distanza, consumo di calorie, orologio, temperatura ambiente, ecc). Sella regolabile in orizzontale, verticale e inclinazione con morsa speciale (per applicare una normale sella da bicicletta). 8 kg di massa di volano. Peso massimo: 150 kg.

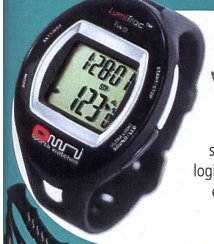
Istruzioni per l'uso in ted. 2 anni di garanzia.



Apparecchio per massaggi a picchiettamento intensivi ITM

invece di 149.– 119.–

Con luce a infrarossi selezionabile. Scioglimento, rilassamento e stimolazione dell'irrorazione sanguigna della muscolatura attraverso un massaggio di picchiettamento intensivo e benefico, che agisce in profondità (a regolazione continua). Efficace per sciogliere tensioni e contrazioni e scaldare i tessuti. Permette di massaggiare senza sforzo le spalle, la schiena, le gambe e addirittura la pianta del piede. Istruzioni per l'uso in it, fr, ted, ing. 3 anni di garanzia.



Cardiofrequenzimetro OMNI

invece di 169.– 129.–

Cardiofrequenzimetro con trasmettitore, preciso come un ECG, cinghia elastica, supporto per manubrio da bicicletta. Modello superiore con 21 funzioni: polso, orologio, data, sveglia, cronometro, frequenza cardiaca, indicatore del consumo di calorie e di grasso, funzione del tempo di recupero, allarme ottico e acustico, luce ed altro. Impermeabile. Facile ricambio delle pile. Istruzioni per l'uso in it, ing, ted, fr. 2 anni di garanzia.

Bastoni da trekking/montagna ANTISHOCK

invece di 149.– 98.–

Bastoni da montagna/trekking «Carbotec Antishock», 3 pezzi, in lega alluminio-acciaio fine F 63 con sistema antishock e punta in carburo, impugnature ergonomiche con ampio passamano «Comfort» regolabile, modello estremamente stabile, elevata resistenza alla rottura, regolabile tra 69 e 140 cm, colore: nero/blu/alu. Made in Italy. 2 anni di garanzia.

Giacca funzionale/outdoor PLATINUM 4 IN 1

invece di 498.– 198.–

Giacca outdoor (4 stagioni) di qualità, concepita per le massime esigenze, collaudata sull'Himalaya, con fodera in fleece (450g/m²) rimovibile, double face e tutte le finezze tecniche: fabbricata in membrana HIMATEX a 2 strati traspirante, impermeabile al vento e all'acqua al 100% e in materiale di rivestimento RipStop particolarmente resistente agli strappi e all'usura; colonna d'acqua: 12'000 mm, attività traspirante: 5'000 mvt (g/m²/24h); 1 tasca interna sul petto con cerniera, 4 tasche esterne con cerniera, 4 tasche in fleece; Cool System: circolazione dell'aria attraverso aperture con cerniere e velcro sotto le ascelle; cappuccio a scomparsa nel collo, regolabile e rimovibile; polsini con velcro regolabili; cuciture saldate impermeabili; coulisse in vita e nell'orlo; made in Nepal by HIMALAYA OUTDOOR®.

7 colori: giallo, arancione, rosso, verde oliva, blu, grigio, nero. Taglie: S, M, L, XL, XXL

Pantaloni funzionali/outdoor 2 IN 1

invece di 248.– 129.–

Pantaloni multiuso leggeri in membrana SherpaTex a 2 strati traspirante, impermeabile al vento e all'acqua al 100% e in materiale di rivestimento Rip-Stop particolarmente resistente agli strappi e all'usura; colonna d'acqua: 12'000 mm, attività traspirante: 5'000 mvt (g/m²/24h); Cerniera laterale su tutta la lunghezza, cintura semielasticaregolabile con velcro. 3 tasche con cerniera. Protezione dei bordi. Abbinabile a giacca 4 in 1. Made in Nepal by HIMALAYA OUTDOOR®. Colore: nero. Taglie: S, M, L, XL, XXL

Scarpone da trekking/outdoor HI-TEC

invece di 149.– 98.–

Scarponcino leggero Adventure-Outdoor per escursionismo, trekking e tempo libero con gambale alto per un buon sostegno della caviglia. Tomaia in pelle leggera Nubuk idrorepellente e membrana traspirante in Nylon-mesh. Allacciatura ortopedica con ottima aderenza di tutto il piede e chiusura rapida. Suola interna anatomica removibile. Intersuola EVA con ottime proprietà di ammortizzamento anche su terreni sassosi, per un impatto leggero e molleggiato con il terreno. Suola in gomma al carbonio estremamente resistente, con profilo ad alta tenuta. Numeri: 42, 42½, 43, 43½, 44, 44½, 45, 46, 47.

Occhiali sportivi EXPLORER ClimaControl

invece di 298.– 149.–

GRATIS: 1 inserto ottico per lenti correttive + 3 coppie di lenti (valore 125.-). Occhiali sportivi altamente funzionali a tenuta perfetta con lenti intercambiabili in materiale high-tech estremamente leggero, flessibile e termoresistente. 2x3 coppie di lenti (smoke, orange, clear) per condizioni di luce estreme come ghiacciai, neve, acqua, nebbia e crepuscolo. Lenti filtranti fortemente bombate ad avvolgimento ottimale dell'occhio con visuale priva di distorsioni. Protezione 100% UVA, B e C. Sostituzione delle lenti semplice e rapida. Nasello regolabile su due posizioni. Imbottitura frontale tergisudore rimovibile. Cinturino fermaocchiali regolabile e removibile. Tecnologia di aerazione Anti-Fog ClimaControl. Panno in microfibra e hardcase-box inclusi. Made in Taiwan by OMLIN® Opticals. 4 Colori: nero opaco, argento, alluminio-arancione, alluminio-blu.

Ordinazioni: Telefono 0848 900 200, Fax 0848 900 222, www.careshop.ch

Articolo / misura / colore	Quantità	Prezzo	Indirizzo Panorama 03/06
			Nome e cognome
			Via
			CAP/località
			Telefono
			Data/firma

Ordinazioni: CARESHOP GmbH, c/o Bürgerspital Basel, Flughafenstrasse 235, Casella postale, 4025 Basilea.

Telefono 0848 900 200, Fax 0848 900 222, www.careshop.ch

Con riserva di cambiamenti di prezzi e modelli. Prezzi IVA inclusa, più spese di spedizione.
Fornitura fino ad esaurimento delle scorte.

Visitate i nostri negozi «Careshop»:

- **4052 Basilea, Lautengartenstr. 23, Tel. 061 227 92 75**
  Lunedì-giovedì 10.00 - 18.00 • venerdì 10.00 - 16.00 • sabato chiuso
- **3380 Wangen a.A., Vorstadt 4, Tel. 032 621 92 91**
  Lunedì-venerdì 8.00 - 12.00 e 13.30 - 17.30 • sabato 10.00 - 15.00

P

La Raiffeisen Regione della montagna sempre più in alto

L'11 gennaio 2006 alle ore 6.38 del mattino, una bandierina Raiffeisen è arrivata in vetta al Kilimangiaro (5896 metri), il vulcano inattivo che si trova in Tanzania.

A portarcela è stata Dora Schuster, collaboratrice della sede di Rancate della Banca Raiffeisen Regione della montagna. Ogni anno la quarantasettenne intraprende un trekking con salite in quota. Dopo essere stata in Ecquador, Patagonia e Nepal, quest'anno ha scelto l'Africa.

La passione per la montagna le è stata tramandata dai suoi due fratelli, uno dei quali é venuto a mancare cinque anni fa durante un'immersione subacquea (attività sportiva che svolge anche Dora). Da quel momento ogni sua vetta raggiunta é dedicata a lui.

Quella africana è stata un'esperienza particolare perché dalla savana arida e secca a 30 gradi, salendo verso la cima del Kilimangiaro si passa a temperature rigide, vento, pioggia in uno scenario di alta montagna, per poi arrivare in cima tra ghiaccio e bufera a meno 30 gradi. L'acclimatazione viene fatta lentamente con bivacchi a diverse quote per cinque giorni e poi l'ascesa finale dall'ultimo campo a 4600 metri fino alla vetta a 5896 metri. La partenza è avvenuta verso la mezzanotte con la salita quasi interamente in notturna per poter arrivare in cima all'alba.

Dora descrive il fascino di queste cime straniere, ma sottolinea che le nostre montagne non sono da meno e che durante il fine settimana sono la sua palestra di allenamento: d'inverno con le pelli di foca, d'estate con scarponi e ramponi, ogni salita è una conquista. E il prossimo obiettivo? Una vetta ambiziosa: l'Aconcagua a 6959 metri in Argentina.

Ma cosa spinge Dora a queste imprese? «Voler raggiungere, non darsi mai dei limiti e saper rinunciare quando è necessario perché queste sono le regole della montagna e della vita quotidiana...».

Foto: m.a.d.

Dora Schuster, della Raiffeisen di Rancate, in vetta al Kilimangiaro con la bandierina della banca.

Vincitori concorsi 2005

Anche nell'ultimo periodo del 2005, numerosissime sono state le risposte ai vari concorsi pubblicati su questa rivista. Di seguito ecco tutti i nomi dei vincitori delle ultime tre edizioni.

Per il concorso «Gino Bianchi»: si sono aggiudicati il sacco a pelo originale Raiffeisen Catherine Kaelin di Montrichter (6/2005), Birgitt Zingg-Heuberger di Flawil (7/2005) e il germanico Thomas Hirschberger di Leinfelden-Echterdingen (8/2005).

Per il concorso «Denaro e gioco»: tra le risposte corrette sono stati estratti Maria Kaufmann-Jost di Uffikon, Heinz Ritter di Zurigo e Louise Bessire di Ipsach. I tre vincitori del Panorama 7 si aggiudicano il gioco «Bluff» di Ravensburger. Per l'edizione 8 hanno vinto il gioco Ravensburger «Il pazzo labirinto», Marie-Louise Fleury di Bassecourt, Alan Tanner di Uettikon e Urs Gut di Ennetmoos.

Per il concorso «Museo dei trasporti di Lucerna»: i fortunati sono Marcel Thalmann di Brünisried, Marie-Laure Mani di Monthey, Anna Crivelli di Castel San Pietro, Berthe Bähny-Pillonel di Payerne e Margrit Lindegger di Niedererlinsbach, Peter Wilhelm di Aarwangen, Susanna Blaser-Gut di Hämikon-Berg, Hanna Bossard-Moll di Köliken, Margrit Hegglin Keller di Oberwil/ZG e Heidi Christen di Schwadernau. In palio (edizione 7) vi erano entrate gratuite per due persone al cine-teatro IMAX.

Congratulazioni a tutti i vincitori!

In viaggio con Raiffeisen e arcobaleno

C'è un modo molto semplice per salvaguardare l'ambiente e non inquinare l'aria: lasciare l'auto in garage. Con questo spirito è stata lanciata la campagna «Cambia l'aria! C'è arcobaleno» sostenuta dalla Comunità tariffale Ticino e Moesano in collaborazione con le Banche Raiffeisen.

Dal 2003 è stata stretta l'alleanza e i risultati sono l'incremento dell'utilizzo dei mezzi di trasporto pubblici e il progressivo cambio di abitudine negli spostamenti: non più solo automobile ma treno, autobus e battelli.

In questo discorso si inserisce l'abbonamento arcobaleno che permette a pendolari e a turisti di muoversi, in assoluta libertà e a prezzi ridotti, sui veicoli delle aziende aderenti alla Comunità tariffale.

Formula vincente è la campagna «13 x 12», (1 mese gratuito), iniziata il 1° settembre 2005 e che prosegue fino al 30 agosto 2006.

Un'occasione che rende ancora più appetibile un abbonamento promosso anche attraverso le Banche Raiffeisen della Federazione Ticino e Moesano, gruppo sempre attento alle innovazioni.

In questo caso si tratta di raggiungere un doppio risultato: tenere l'aria pulita, fruire dell'abbonamento arcobaleno a tariffe competitive per costruire un domani meno inquinato.

Inoltre, dal 1° gennaio al 31 marzo con una campagna chiamata «Prova arcobaleno» è in vendita l'abbonamento, valido per una settimana, con un costo che parte da 14 franchi.

Informazioni:
Rail Service 0900 300 300
(CHF 1.19/min.)
www.arcobaleno.ch
www.ti.ch/trasporti
www.ti.ch/aria

IL VERO BENESSERE AD ACQUA

Con Piacere

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

piscine castiglione

Jacuzzi WHIRLPOOL BATH

Nuovo indirizzo: Corso San Gottardo 37, 6877 Coldrerio
Tel. 091 646 07 36, fax 091 646 07 40, www.conpiacere.ch

La vera alternativa

Prema Twin Cashpro

Deposito e prelievo di banconote nel giro interno del contante

- Riduzione della quantità del contante tramite riciclaggio
- Accettazione fino a 24 tipi di banconote
- Immagazzinamento in 6 o 8 cassette a rulli
- Macchina compatta di alta tecnologia con tutte le opzioni
- Operazione offline o online con Dialba

prema
Sistemi di trattamento del denaro

PREMA GmbH
Tychbodenstrasse 9
CH-4665 Oftringen

Telefono 062 797 59 59
Fax 062 797 62 00

bureaualbisettisa

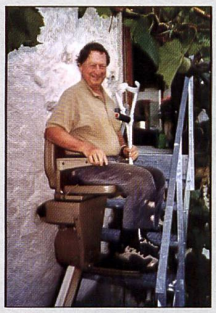
Materiale, macchine e mobili per ufficio

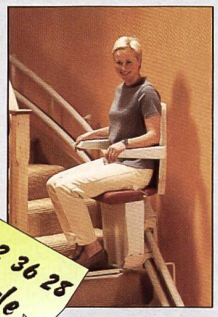
giroflex TANGO

Via Soldini 37a - 6830 CHIASSO
Tel. 091 683.46.60 - Fax 091 683.24.18
E-mail: info@bureaualbisetti.com
Internet: www.bureaualbisetti.com

La Mobilità ha un nome . . .

HERAG





091 972 36 28
Montascale

HERAG AG Montascale
Tramstrasse 46
8707 Uetikon am See

www.herag.ch
info@herag.ch

044 920 05 04 Ticino 091 972 36 28
044 920 05 02 Suisse romande 078 670 55 04

☐ Mandatemi la documentazione ☐ Gradirei un preventivo senza impegno

Cognome / Nome
Strada
CAP / Località
Telefono

La sicurezza al 1° posto in casa Renault è auto con 5 stelle nel Crash-Test

RENAULT NEW CLIO III EURO NCAP ★★★★★

Ascona — Giubiasco — Arbedo
Bertoni Automobili

Concessionaria Renault — Nissan per il Sopraceneri
Ascona 091 791 43 24 — Giubiasco 091 840 23 12 — Arbedo 091 829 27 87

SCOPRITE LE NOSTRE INTRIGANTI NOVITÀ:

Vasta scelta veicoli d'occasione
Garanzia completa 12 mesi

Foto: Gunter Bolzern

«C'è bisogno di pensatori laterali»

Quasi due anni fa, Raiffeisen ha esteso la collaborazione in corso dal 1994 con il gruppo Vontobel nel settore fondi ampliando l'intera gamma di prodotti d'investimento. Raiffeisen ha inoltre deferito a Vontobel il settore relativo ai titoli di credito.

Il maggiore azionista di Vontobel Holding è il Dr. Hans Vontobel (89), il cui padre Jakob fondò nel 1936 l'allora banca privata J. Vontobel & Cie. Hans Vontobel, nato a Zurigo il 4 dicembre 1916, dopo avere completato gli studi all'università di Zurigo e un tirocinio in banca presso Pictet & Cie. a Ginevra, entrò nel 1943 nella banca del padre che si sviluppò, sotto la sua guida, sino a divenire una delle maggiori banche svizzere nel settore dell'amministrazione patrimoniale.

Il presidente onorario di Vontobel Holding AG, cui non manca certo la vitalità e che si reca quasi quotidianamente nel suo ufficio in Bahnhofstrasse, esercita tuttora un ruolo decisivo nel plasmare l'immagine del gruppo bancario. Egli definisce la collaborazione tra Vontobel e Raiffeisen una decisione strategica importantissima, da parte sua ha infatti fornito il massimo sostegno all'intensificazione della collaborazione. Vi regaliamo quindi un avvincente viaggio nella vita e nelle idee del patron quasi novantenne tuttora legato a una grande responsabilità sociale e culturale.

Dr. Hans Vontobel: «Ciò che mi procura più gioia è stare con le persone e guidarle nel giusto modo».

«Panorama»: Lei è ed è stato banchiere, giurista, scrittore, alto ufficiale, filosofo, viaggiatore, umanista, filantropo, nonché caratterizzato da una propensione per le muse. Se guarda al passato, cosa ha amato maggiormente fare nella sua vita, e cosa le è riuscito meglio?

Dr. Hans Vontobel: Che cosa significa riuscito? È difficile rispondere a questa domanda. Fare il banchiere non era nelle mie intenzioni, avrei infatti voluto studiare medicina o biologia. Quanto più capivo di banche e sviluppavo determinate competenze, tanto più ci provavo gusto. Alla passione si è aggiunta la sensazione di riuscire a realizzare qualcosa. Tale sensazione mi ha accompagnato per tutta la vita: vorrei sempre riuscire a creare qualcosa che mi renda felice.

Lei è stato però anche un rivoluzionario e un cosiddetto pensatore laterale. Queste persone hanno ancora delle opportunità in economia e in politica?

Non credo di essere stato un rivoluzionario. Ho sempre avuto le idee molto chiare e le ho sempre espresse con chiarezza in tutti gli ambienti in cui operavo, cosa che non sempre è stata recepita positivamente. Mi ha sempre colpito vedere amici o colleghi timorosi di esprimere le proprie opinioni. Anche oggi abbiamo bisogno di queste persone dalle idee originali, anche se possono ri-

Infocentro

AlpTransit Gotthard San Gottardo

Visitate il tunnel ferroviario più lungo del mondo!

In questa moderna infrastruttura, dotata delle più innovative tecnologie in materia di comunicazione, avrete inoltre la possibilità di poter osservare da vicino il cantiere del secolo.

Autostrada A2 (Basilea-Chiasso)
Uscita Biasca, direzione Pollegio/San Gottardo

Orari di apertura:
Da martedì a domenica dalle 9.00 alle 18.00
(alcuni giorni festivi chiuso)

Infocentro Gottardo Sud SA
CH - 6742 Pollegio
Informazioni
++41 (0)91 873 05 50
Riservazioni visite guidate
++41 (0)91 873 05 51
Fax
++41 (0)91 873 05 55
info@infocentro.ch
www.infocentro.ch

© Yves André

TESTATI E CERTIFICATI

Antiscasso

Armadi blindati Firesafe KB

- Speciale calcestruzzo ignifugo
- Sistema di chiusura con crociera a quattro espansioni

Züblin Firesafe AG, Zürcherstr. 70, 8104 Weiningen,
tel. 044 750 09 28, fax 044 750 09 54,
info@zueblin-firesafe.ch, **www.zueblin-firesafe.ch**

SICUREZZA TOTALE!

Armadi blindati Firesafe KB
– Protezione antiscasso di I e II livello in base alla norma europea EN-1143-1

ZÜBLIN - FIRESAFE

Da 23 anni!

www.vitabad.ch
info@vitabad.ch

Vita Bad

Sono interessato senza impegno a:

☐ Piscina
☐ Whirlpool
☐ Sauna

Nome: _____
Indirizzo: _____
Codice postale/luogo: _____

Vita Bad AG, 6285 Hitzkirch
Tel. 041 917 50 50

Finestre in PVC

Persiane in alluminio **Vetrate per balconi** **Giardino d'inverno**

Sicurezza contro furti

Mandatemi dei prospetti .....
.....

biberbau
Castoro SA **6515 Gudo/TI**

Tel. 091 859 13 24
Fax 091 859 20 14
www.castoro.ch

L'intervista nell'ufficio di Bahnhofstrasse a Zurigo.

sultare scomode. Non c'è nulla di peggio di un team in cui tutti non fanno altro che annuire.

Lei è convinto che si possa attivare la propria forza creativa anche o soprattutto con il passare degli anni e ne rappresenta l'esempio migliore. Non è mai stanco?
Possiedo un'ottima costituzione, grazie al cielo. Conduco anche una vita abbastanza regolare, anche se quando ero più giovane mi riusciva talvolta più difficile. Coltivo interessi molto variegati, sono una persona curiosa in senso positivo. Per le persone anziane è di fondamentale importanza riuscire a tenere viva la propria curiosità. Siamo esposti a innumerevoli stimoli innovativi. Non voglio smettere di imparare cose nuove.

La vecchiaia viene talvolta percepita come un fardello sociale . Lei ne ha tratto delle conclusioni e ha deciso di istituire una fondazione che offre ai «vecchi» un forum per esprimere la propria forza produttiva spirituale consentendo la partecipazione della società. Quali risultati ha ottenuto?
Le persone più mature devono avere l'opportunità di dimostrare di essere ancora produttive e creative. Ai concorsi biennali partecipano ogni volta circa 500 persone oltre i 65 anni. Nell'attuale concorso, il partecipante più anziano ha 93 anni. È stupefacente vedere cosa riescano tuttora a fare queste persone!

Potrebbe farci qualche esempio?
Un premiato ha scritto ad esempio un romanzo storico ambientato nell'antico Egitto. Gli egittologi hanno dichiarato: è fantastico vedere come la persona si sia calata appieno in quest'epoca. Si tratta di un muratore ottantatreenne che vive in un pensionato di Soletta. Mi ricordo, in occasione di una premiazione, di un uomo che si muoveva a fatica sul palco aiutato da qualcuno. Il titolo della sua opera era: «Il Parkinson nella mia vita».

Lei ha dato vita a molte altre fondazioni tra cui Lyra, la fondazione Vontobel per le famiglie (1986) e la fondazione Vontobel (1993): quest'ultima cerca tra l'altro di fornire aiuti per alleviare la miseria in Svizzera. Non trova sia triste vedere che in un paese ricco come il nostro esista ancora la povertà e che ciò ci debba far riflettere?
Questo problema mi occupa e mi opprime molto. Credo che questa tendenza non sia più sostenibile socialmente a lungo termine. In ogni società, è compito di chi è più forte occuparsi di proteggere i più deboli, compito tra l'altro bellissimo. Vi sono così tante persone che non ce l'hanno fatta, professionalmente e umanamente parlando. Una volta, anch'io giudicavo i bisognosi dicendo spesso: è solo colpa loro. Ma che colpa ne hanno se il cielo ha fatto dono a me di certe doti, come una volontà di ferro, e a loro no. Ecco perché sono diventato molto prudente nell'utilizzare la parola colpa. Ci vuole però molto tempo affinché la società cambi il proprio modo di pensare.

I poveri non possiedono denaro, se non in minima parte. Con il passare degli anni ha modificato il suo atteggiamento nei confronti del denaro?
Da studente mi indebitavo sempre per i libri, che leggevo avidamente, debiti che venivano regolarmente saldati da mia madre. Quando da giovane ho iniziato a lavorare come banchiere, essendo già anche padre di famiglia, percepivo inizialmente uno stipendio mensile di 475 franchi. Dovevamo stare molto attenti a fare quadrare il bilancio familiare. Quando poi i soldi non sono più mancati, mi sono reso conto che il denaro non fa la felicità. Dà un senso di sicurezza quando ci si ammala o si invecchia. È bello poter spendere il denaro in modo assennato. Le fondazioni mi regalano una grande gioia.

Il (troppo) denaro rovina quindi il carattere?
Il denaro può mai essere troppo? In linea di massima si può affermare che quante più opportunità si hanno, maggiori sono le tentazioni. Ogni tanto mi lascio andare anch'io a pensieri poco nobili: l'alternativa per me sarebbe avere uno yacht nel Mediterraneo con qualche bella modella oppure una scuderia di cavalli da corsa (ride). Ma non sono fatto per queste cose.

Per lei altri valori contano quindi più del denaro?
Sì. Per me un'atmosfera positiva e armoniosa all'interno della banca conta di più di un aumento del prezzo delle azioni dell'azienda.

Riesce ad immaginarsi un mondo senza denaro?
No, non riesco a immaginarmi il mondo attuale, così complesso, senza denaro.

Desidererebbe un mondo senza denaro?
Non mi auguro nulla di così assolutamente illusorio.

Intervista: Pius Schärli/Philippe Thévoz

... perché pensiamo a tutto noi.

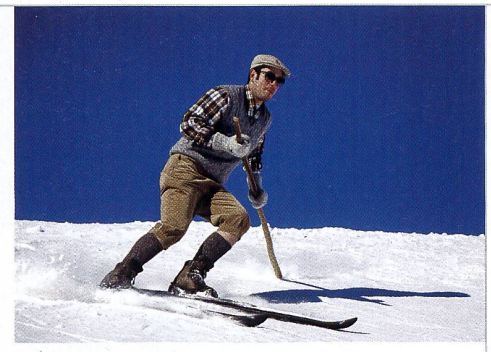
Tecnica congressuale ed eventi

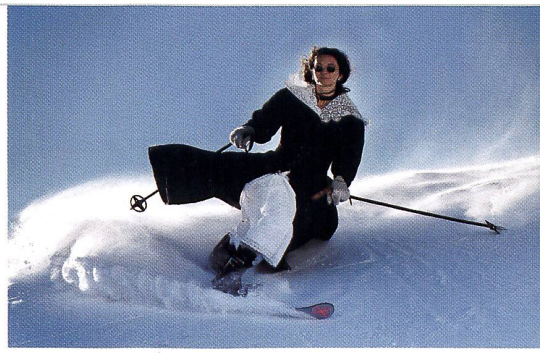
ELECTRONIC studio
www.electronicstudio.ch

www.electronicstudio.ch / tel. +41(0)91 850 10 60 / fax +41(0)91 850 10 61

Eleganza d'altri tempi

Sempre più spesso, sulle piste di sci svizzere si incontrano appassionati di telemark, una disciplina che, anche in Ticino, sta riguadagnando terreno. Al Nara ha avuto luogo in febbraio la quarta edizione della Telemarkada.





Alcuni momenti della quarta edizione della Telemarkada, tenutasi il mese scorso al Nara.

Fanno sorridere, i cultori del telemark, quando li si vede scivolare a valle, eleganti e fieri, con quella particolare tecnica di sci che impone di inginocchiarsi ad ogni curva. Eppure ci si ferma ammirati a guardarli, soprattutto se sono abbigliati in stile, con cappello, pipa in bocca, gilet, pantaloni al ginocchio, calzettoni di lana, scarponi di cuoio, sci di legno e una frasca di frassino o nocciolo. È davvero un bello spettacolo e viene voglia di emularli.

La quarta edizione della «Telemarkada», che si è tenuta poco più di un mese fa sulle nevi del Nara, ha richiamato numerosi appassionati e curiosi. Più di 200 persone hanno voluto sperimentare la tecnica del tallone libero, grazie al materiale messo gratuitamente a disposizione dal Telemark Club Ticino. Complice il bel tempo e l'abbigliamento d'epoca degli sciatori old, non sono mancati successo e divertimento. Nonostante non sia una disciplina olimpica, si disputano la Coppa del Mondo e i campionati svizzeri di telemark. E in Ticino, da 4 anni, viene appunto organizzato un raduno sotto l'egida di Telemark Club Ticino e Scuola svizzera di sci Nara.

ORIGINI NORVEGESI

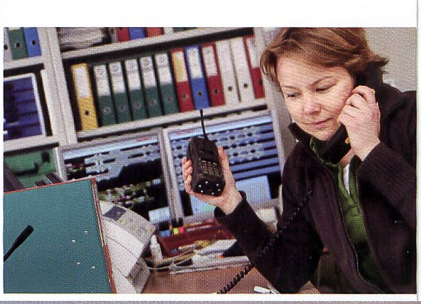
Non è facile stabilire con precisione le origini degli sci, di certo c'è solo che fanno parte della storia dei popoli nordici dalla notte dei tempi.

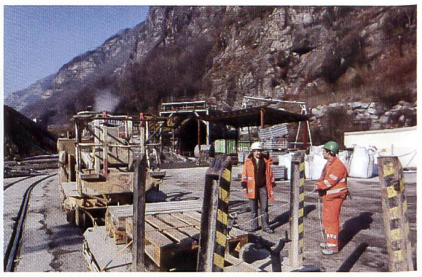
Nella seconda metà del 1800, Sondre Norheim, un falegname norvegese della regione Telemark, cominciò a sperimentare vari sistemi di curva e frenata usando un unico bastone ed attacchi con il tallone libero. In quegli anni era la tecnica migliore per l'attrezzatura disponibile. Il tallone libero permetteva una grande libertà di movimento sia in pianura che in salita, ma in discesa lo sciatore era piuttosto instabile: la virata «telemark» consentiva di affrontare in sicurezza discese più ripide in neve fresca e profonda. I movimenti erano molto eleganti e belli da vedere. Il telemark fu soppiantato negli anni '20 dalla tecnica detta Cristiania, dal nome della regione di Oslo in cui si sviluppò. Grazie a nuovi attacchi che bloccavano il tallone, le curve erano ora condotte con gli sci paralleli. Era nato quello che oggi noi chiamiamo sci alpino. Il telemark pareva ormai una tecnica superata, invece negli anni '70 in Colorado ci si rese conto che essa era perfetta per lo sci escursionismo: permetteva infatti di avere stabilità anche in discesa, punto dolente di ogni sci escursionista. Inoltre ci si accorse che, con la stessa attrezzatura, si poteva fare fondo, discesa, sci alpinismo e camminare comodamente. Nel 1983 il telemark fu riproposto dai maestri americani in Europa e in Italia, dando un nuovo impulso a questa splendida disciplina sportiva.

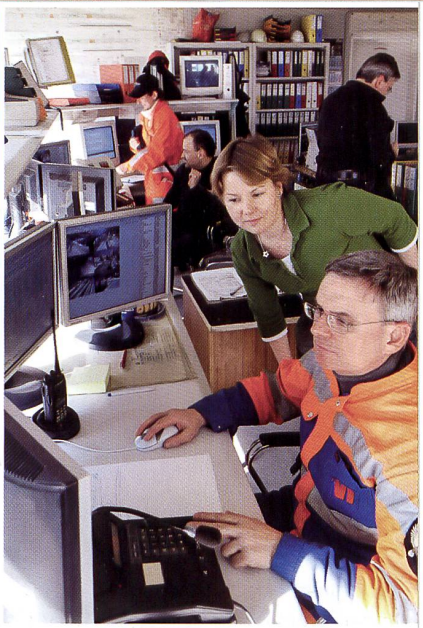
TRA PASSIONE E NOSTALGIA

Il Telemark Ticino è un club che annovera una quarantina di simpatizzanti, tutti mossi dalla passione e fors'anche da un pizzico di nostalgia. Sciare con la tecnica del tallone libero non è semplice: questa pratica richiede forza e resistenza, capacità di coordinazione ed equilibrio. Ma garantisce, a detta dei cultori del telemark, divertimento e sensazioni diverse rispetto al tradizionale sci alpino. Chi volesse cimentarsi con questa tecnica può rivolgersi alla Scuola svizzera di sci del Nara (tel. 091 871 15 61), di Airolo (079 311 48 09) o di San Bernardino (091 832 13 44). Nelle tre stazioni sciistiche, infatti, vengono impartiti corsi di telemark. Il divertimento è assicurato!

■ **LORENZA STORNI**







La scheda

Nome Judith
Cognome Däumigen
Nata il 16.03.1976 a Wiesbaden/Germania
Domicilio Bellinzona/Baden
Stato civile coniugata
Professione ingegnere edile, attualmente disponente nel comparto di Bodio di Alptransit
Lingue tedesco, francese, inglese e un po' di italiano
Sport jogging e fitness
Hobby restauro insieme al marito di una vecchia auto Triumph Spitfire del 1967

«Qui centrale di comando»

Torniamo sul cantiere del secolo per incontrare, questa volta, una giovane donna che è impiegata nel settore della logistica in qualità di disponente. Dalla centrale di comando organizza e coordina le entrate e le uscite dei trenini merci all'interno del tunnel, i carichi e gli scarichi, come pure le riparazioni dei convogli.

Il lavoro di Judith Däumigen, 30 anni, ingegnere edile (impiegata della Zschokke Bau AG, una delle quattro ditte del consorzio TAT) si svolge nella centrale di comando sul cantiere Alptransit di Bodio e non è quel che si definisce un'attività regolare con i canonici orari d'ufficio. Sull'arco di un mese lavora otto giorni filati dalle 6 del mattino alle 18, ai quali seguono sei giorni di libero, poi altri otto giorni di lavoro notturno succeduti da altri sei di riposo. Nel cantiere del secolo, dove solo raramente il lavoro si ferma, questi sono ritmi ai quali si fa l'abitudine.

E a Judith non dispiacciono affatto. Nei periodi di riposo raggiunge casa sua e il marito – anch'esso ingegnere, ma con un'attività più regolare – a Baden nel canton Argovia. Per il momento questa vita divisa tra Svizzera tedesca e Ticino, tra giorno e notte, tra la lingua tedesca e quella italiana, le piace molto. Ed è ben cosciente che essere ingegnere significa, a volte, essere nomade. Nel comparto di Bodio, in qualità di disponente alla centrale di comando è una sorta di «capostazione» moderna con un occhio sempre vigile ai monitor dei computer e l'orecchio teso alla ricetrasmittente e al telefono che squilla di continuo. Il suo lavoro è essenzialmente quello di coordinare le entrate e le uscite dei trenini merci e treni personale sui e dai cantieri all'interno del tunnel ferroviario più lungo al mondo. Nell'ingranaggio organizzativo di quest'opera titanica è una delle tante pedine fondamentali che con questi reportage intendiamo far conoscere al grande pubblico.

Judith, come è approdata al cantiere di Alptransit?
Lavoravo nella Svizzera tedesca come assistente del capo progetto per i cantieri di Bodio, Faido e San Bernardino. Ho così espresso il desiderio di continuare ad operare su un cantiere ed eccomi accontentata!

Da che tipo di formazione proviene?
Sono diplomata in ingegneria edile ed ora sono disponente a Bodio, lavoro nel quale mi alterno con un altro collega.

Da quanto tempo lavora qui e come si trova?
Sono sul cantiere di Bodio da circa due anni e da un mese nella centrale di comando. Mi trovo molto, molto bene. Sono davvero contenta di questa occupazione, ho dei buoni rapporti con i colleghi e mi sento parte integrante dell'organizzazione. Posso godere di una certa autonomia e sono felice di poter lavorare «sul terreno» e non solo dietro una scrivania.

Strade per uscire dalla povertà

Creiamo possibilità

Milioni di persone in Paesi in via di sviluppo e in transizione vivono come sempre in condizioni di povertà. Circa 300 tra collaboratori e collaboratrici di Swisscontact si impegnano in 25 Paesi per lo sviluppo dell' economia privata e sociale in stretta collaborazione con i loro partner locali, sulla base del principio dell'aiuto ad aiutarsi. Con la Sua donazione può sostenere la strada per uscire dalla povertà. Un grazie di cuore.
Conto postale 80-29768-1 / www.swisscontact.org

ZEWO

swisscontact

Ci descrive la sua giornata tipo?
Dipende se lavoro di notte o di giorno. Il turno che inizia al mattino alle 06.00 prevede più che altro l'organizzazione del turno delle 11.00 con la preparazione del materiale che deve entrare in galleria con i trenini, le ordinazioni della merce, come pure il controllo dei veicoli che sono passati in officina e al lavaggio. Tutte le mattine devo anche coordinare la manutenzione all'interno del tunnel. Alle 11.45 i treni carichi di calcestruzzo entrano in galleria e si verifica il primo cambio tra i minatori e i revisori. Allorquando l'avanzamento degli scavi procede, devo iniziare a gestire anche l'uscita del materiale. È importante avere sempre un quadro generale dei treni a disposizione per evitare momenti morti o «ingorghi», poiché all'interno del tunnel ci sono fra cinque e sette cantieri. Il pomeriggio e la notte escono i treni con gli inerti

e bisogna smistare il tutto. Un altro mio compito è quello di verificare se ci sono delle eventuali riparazioni da fare ai treni. Il turno notturno prevede più che altro tanto lavoro di «scartoffie» dove vengono registrate le diverse ore impiegate per l'uno o l'altro cantiere, oltre all'osservazione dell'avanzamento degli scavi.

Sente il peso della responsabilità, lavorando alla centrale di comando?
Responsabilità nel senso che devo garantire che tutto funzioni e sia ben coordinato affinché non si verifichino intoppi. Se ad esempio mi sbagliassi, inviando un treno nel cantiere sbagliato all'interno del tunnel, questo comporterebbe uno stop dei lavori che farebbe lievitare i costi. È comunque una responsabilità che mi sento di poter sopportare.

Sicurezza sul lavoro e prevenzione degli incidenti sono tra i punti cardine del cantiere. Come ne è confrontata?
Chiaramente la prevenzione, come anche la sicurezza sul posto di lavoro, ha una grande importanza su un cantiere come questo. D'altra parte è responsabilità e coscienza del singolo di proteggersi ed evitare imprudenze. Noi diamo delle direttive e cerco di farle seguire responsabilizzando le gente e non adottando la linea dura.

Cosa le piace di questo lavoro?
Il fatto di fungere da coordinatrice e di poter fare qualcosa direttamente per la produzione. È bello essere un elemento di questo ingranaggio dell'organizzazione e mi piace il contatto con le persone.

Quali sono i problemi più grossi da gestire?
Spesso sono piccolezze e non grossi problemi. Come detto il mio compito è assegnare nel modo corretto i treni che entrano nei cantieri del tunnel, gestire quelli che vanno in officina e trovare i rimpiazzi.

Sicuramente ci sono momenti di stress. Quali sono e come riesce a risolverli?
I momenti di stress sono dovuti ad un accumulo di situazioni. Le faccio un esempio: ultimamente è successo che tre treni inerti sono dovuti andare in officina, due altri treni merci erano fuori uso, ed ero sollecitata da alcuni operai che avevano piccoli problemi da risolvere. Lo stress è quando tutto, all'improvviso, diventa urgente. Ma bisogna imparare ad affrontare un problema dopo l'altro fino alla loro soluzione. È importante non farsi prendere dal panico e mantenere sempre e comunque un orecchio vigile sulla ricetrasmittente e sui canali radio del cantiere. In ogni caso vivo questo lavoro come una sfida.

Il cantiere è un ambiente prettamente maschile. Ha avuto difficoltà ad ambientarsi?
No, perché? Io lo trovo un fatto estremamente positivo e non mi sento per niente a disagio in quanto donna.

Il cantiere Alptransit è anche un piccolo mondo nel mondo con etnie e lingue diverse. Come vive questa realtà?
È chiaro che su un cantiere ci siano varie etnie con persone che parlano lingue diverse e che provengono da culture diverse. Nel mio settore la lingua ufficiale è il tedesco, perciò non ho alcun problema a farmi capire. Inoltre parlo francese, inglese ed anche un po' di italiano. Sono estroversa di natura e quando faccio i miei giri di controllo sul cantiere scambio sempre un paio di battute con tutti quelli che incontro.

Conosceva già il Ticino, prima di arrivare a Bodio?
Molto poco. Quello che mi piace maggiormente sono le montagne, i laghi e il clima mite. Quando posso organizzo delle escursioni.

■ **LORENZA STORNI**

Foto: BBS

Friends 4 ever

Chi trova un amico trova un tesoro. A qualunque età. Con un amico possiamo parlare di tutto e di più, possiamo litigare per la più piccola stupidaggine per poi riconciliarci tra le lacrime, oppure parlar male degli altri. Perché sì, diciamoci le cose come stanno: alle ragazze piace spettegolare spesso e volentieri! Ma non lo facciamo mai con cattiveria, è solo così, tanto per fare.

Tra amiche ci si ascolta cercando di tirar fuori qualche consiglio utile dal cappello della propria esperienza, e si definisce quel tipo là, quello che ha osato tradire la nostra più cara amica, come il più grande porco di tutti i tempi. Ed è proprio questo che, in quel momento, vogliamo sentirci dire! Tante volte le mamme non capiscono perché, quando abbiamo un problema, non andiamo a parlarne con loro. Bella domanda, davvero. E la risposta è molto semplice: perché anche se cercano di comprenderci, il più delle volte non ci riescono.

Quando andiamo dalla mamma a lamentarci di quanto stressante sia la nostra vita di teenager sopraffatta dal peso di un duro lavoro (anche fare shopping e passare ore al telefono con le amiche è pur sempre un lavoro) non ci piace affatto sentirci rispondere: «Ai miei tempi non andavamo tanto in giro a lamentarci, piuttosto stringevamo i denti!» E poi si chiedono perché ci diano sui nervi...

Purtroppo però, anche le amicizie si rompono, con la stessa facilità con cui sono nate. Si fa presto a dire «Friends 4 ever» (amici per sempre, ndr.), ma riuscire a conservare un'amicizia per tutta la vita è davvero un'impresa. Basta poco per litigare: un commento poco gradito sul nostro nuovo vestito, o magari qualche altra ragazza, gelosa della nostra amicizia, che si mette in mezzo. Purtroppo però il motivo più ricorrente è uno solo: i ragazzi.

Le ragazze non possono vivere con, ma neanche senza di loro. E non c'è niente di peggio di quando due amiche si innamorano dello stesso tipo. Io stessa ho vissuto tante volte situazioni simili, in cui le ragazze litigano per le attenzioni di un loro coetaneo al punto di rompere la loro amicizia. È per questo che tra me e le mie amiche vige una regola ferrea: nessun ragazzo potrà MAI separarci!

Fortunatamente, la razza maschile è formata anche da rappresentanti più normali che accogliamo volentieri nella cerchia delle nostre amicizie, anche se con loro non possiamo certo parlare di scarpe, trucchi o ragazzi, ma solo di calcio e giochi al computer (ma cosa ci troveranno poi di tanto bello? Andare in giro a sparare alla gente. Un vero sballo...)

Insomma, gli amici sono importanti, al di là di ogni altra considerazione. Anche se sono maschi!

■ **NATALIE MARRER**

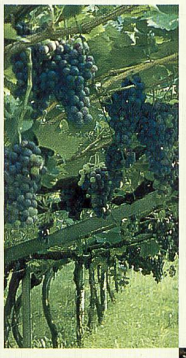
IMPRESSUM | **Editore:** Unione Svizzera delle Banche Raiffeisen | **Redazione:** Pius Schärli, caporedattore; Philippe Thévoz, redattore, edizione francese; Lorenza Storni, edizione italiana | **Concetto, grafica e anteprima di stampa:** Brandl & Schärer AG, 4601 Olten, www.brandl.ch; Foto di copertina: Marc Wetli | **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 Druck AG, Gutenbergstrasse 1, 4552 Derendingen | **Periodicità:** Panorama esce 8 volte all'anno | **Edizione:** 334000 esemplari tedesco, 70000 esemplari francese, 46000 esemplari italiano | **Pubblicità:** Jean Frey AG, Fachmedien, Casella Postale, 8021 Zurigo, Telefono 043 444 51 07, Fax 043 444 51 01, panorama@jean-frey.ch, www.fachmedien.ch | **Abbonamenti:** Panorama è ottenibile tramite le Banche Raiffeisen. Riproduzione, anche parziale, solo con l'autorizzazione della redazione. | **Nota giuridica:** le informazioni in questa pubblicazione hanno uno scopo puramente informativo e non vanno intese come offerte o consigli per l'acquisto/la vendita dei prodotti finanziari descritti. La performance fatta registrare in passato non rappresenta una garanzia per l'andamento nel futuro. |

Cambiamenti di indirizzo: le modifiche vanno annunciate direttamente alla Banca Raiffeisen di fiducia.

Possono i vini Bio avere un sapore così buono?!

La natura si può vedere ...

Voglia di vino genuino? Dica allora sì al servizio di degustazione Delinat. Esso Le porta direttamente a casa vini rossi pregiati delle migliori regioni vinicole bio d'Europa ... e caratterizzati da un ottimo sapore!



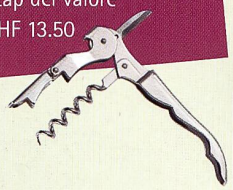
... sentire ...

Il WWF e le organizzazioni svizzere di tutela dei consumatori danno a questo marchio di qualità il punteggio migliore, cioè *** molto raccomandabile. Tale qualifica garantisce infatti l'osservanza, con controlli ripetuti, delle direttive Delinat di coltivazione.

... e gustare!

Tutti sono coltivati in modo biologico, controllati e selezionati con cura per Lei. Sappia riconoscere le piccole differenze. La Sua confezione di benvenuto è pronta per Lei ... con una riduzione di prezzo di oltre il 40%.

L'aggiunta gratuita per Lei:
1 cavatappi professionale Pulltap del valore di CHF 13.50



Si prepari ad assaporare questa selezione di vini:
Château Soulieres, Bordeaux 2003. Molto raffinato e ricco di aromi con un'armonia di frutti come prugne, frutti di bosco, sambuco e liquirizia. **Vinya Laia, Catalunya DO 2002**. Frutto succoso, gusto pieno e armonico con una nota piacevole di Cabernet in uscita. **La Sora, Chianti DOCG 2002**. Fresco e morbido con magnifico bouquet di more e fragole. Un grande Chianti.

La Sua confezione di benvenuto a soli CHF 25.– invece di 42.40 **Risparmia CHF 17.40!**

Il Suo tagliando di degustazione

Art.-Nr. 9001.77
Valido fino al 31-05-2006. Offerta fino ad esaurimento scorte.

Subito ritagliare, compilare e spedire a: Servizio clienti Delinat, Kirchstrasse 10, 9326 Horn.

I vantaggi per Lei!

- **3 vini scelti**
- **oltre il 40% di risparmio**
- **aggiunta gratuita**

☑ **Si!** Speditemi la mia confezione di benvenuto al prezzo molto favorevole di soli CHF 25.– (invece di CHF 42.40). Risparmio così oltre il 40% e ricevo anche una preziosa aggiunta gratuita. Per spedizione e confezionamento, Delinat mi addebita solo CHF 6.50.

Attenzione! Non consegnamo vino ai minori con meno di 18 anni! Ogni famiglia può ricevere non più di una confezione di benvenuto.

Cognome/Nome

Via/Numero civico

595.886

NAP/Località

Telefono

Dati facoltativi:

E-mail

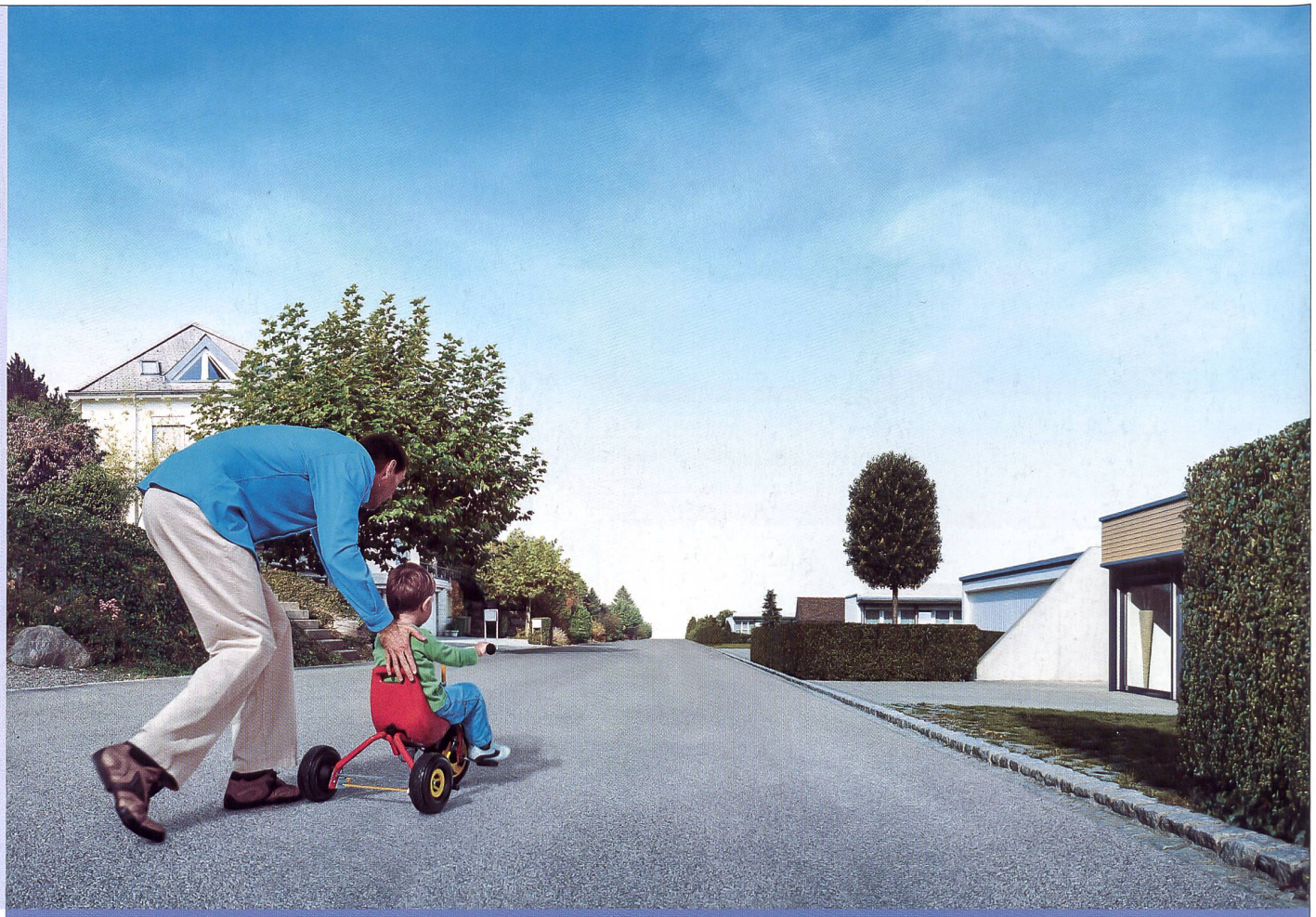
Data di nascita

Servizio degustazione Delinat con il vantaggio del risparmio – Modalità d'ingresso: quattro volte l'anno riceverà i pregiati vini rossi. Vi saranno inoltre informazioni sul vino e ricette gratis. A seconda della selezione, per ogni confezione pagherà tra CHF 30.– e CHF 45.– massimo. Non avrà nessun altra incombenza e potrà interrompere la fornitura in qualsiasi momento. Basterà una telefonata!

Ordini ora! La corrispondenza si svolge attualmente solo in tedesco – Grazie per la Sua comprensione.
Per telefono: 071 227 63 00
Per fax: 071 227 63 01
In Internet al sito www.delinat.ch
Oppure con il tagliando.

DELINAT

Vino da natura genuina



FINANCEEXPERT – Consulenza globale per la vostra casa.

Realizzate il desiderio di una casa tutta vostra. Vi assistiamo con FinanceExpert, la consulenza a tutto campo. Dalla progettazione al trasloco e anche oltre. Fissate subito un appuntamento con la vostra Banca Raiffeisen.
www.raiffeisen.ch

Con noi per nuovi orizzonti

RAIFFEISEN