

## Prossima l'assemblea ordinaria della SMPPC

La convocazione è nelle mani di tutti i soci; gli organizzatori dell'avvenimento si augurano di poter contare su una partecipazione folta e qualificante. Nella prima parte sarà trattato l'importante argomento delle nomine del vertice, cioè: il Presidente e i membri del Comitato cantonale.

Di grande interesse s'annuncia la penultima trattanda, ovvero: la presentazione del nuovo progetto Allianz Assicurazioni, presentato dall'agente generale Simone Quadri.

Nella seconda parte spicca l'intervento del prof. Alberto Nessi, già docente di letteratura italiana, che proporrà il suo «Omaggio al Pane». Nessi ha esordito come poeta nel 1969, con la raccolta «I giorni feriali» seguiti da «Il colore della malva» e «Blu cobalto cene-

re», si afferma anche quale prosatore con i tre racconti «Terra Matta» (1984).

Nessi vive a Bruzella, valle di Mugello; viaggia spesso, anche all'estero, poi si ritempra con lunghe passeggiate nei boschi.

Il pomeriggio si concluderà con la cena al ristorante Montalbano di Stabio, sempre tra i più rinomati del Sottoceneri. Il titolare, Claudio Croci-Torti fu il primo, a mia memoria, a inserire il nome dei pani serviti accanto ai piatti, iniziativa che gli valse il premio «Prestige du Pain».

### Riconoscimento autorevole per la «Al Porto Café Lago»

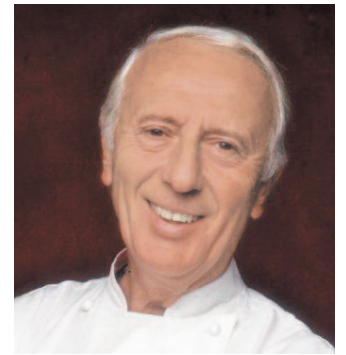
Nel recente comunicato messo in rete dalla Al Porto, si informa sull'attribuzione del premio «Best of Swiss Gastro 2012» nella catego-

ria «Coffee». Così, a pochi anni dall'apertura, il «Café Lago» di Muralto, s'è aggiudicato questo premio assegnato a giudizio del pubblico, uscendo vincitore da una selezione effettuata sull'intero territorio nazionale.

La conduzione del locale, gestita quotidianamente all'insegna di dare il meglio sostenuta dal direttore Anton Froschauer e messa in pratica dai suoi collaboratori, ha condotto a mettere in bacheca il qualificante trofeo.

Nello scritto che informa sul premio, Anton Froschauer chiude ringraziando tutti coloro che hanno contribuito al successo – anche delle Boutique Al Porto gestite nel Locarnese – elencando i nomi dei 65 collaboratori. Una citazione che non mancherà d'incitarli a perseverare. nc

## Editoriale



### Che ne pensate?

Questa domanda l'avevo posta sull'ultimo numero di «panissimo» del 2011; riguardava la vendita dei pregevoli lieviti natalizi prodotti da alcuni artigiani nostri, negli spazi privilegiati dei maggiori negozi della Migros.

La breve nota chiudeva con l'interrogativo: «Riprendiamo il discorso dopo le Feste?»

L'invito è rimasto senza risposta; neanche i quattro diretti interessati hanno ritenuto opportuno esprimere un giudizio a titolo preventivo, ben supponendo che il connubio artigianato – d'alto livello – e industria alimentare avrebbe suscitato discussioni tra chi doveva stare a guardare.

Con la Colomba pasquale l'intesa torna a riproporsi. A questo punto non voglio stare solo alla finestra, ma esprimere un mio parere.

Nel modo d'agire di Migros distinguo obiettivi in linea con un suo concetto: offrire prodotti di qualità a chilometri zero, valorizzare il lavoro di stampo artigianale – in due casi distinto da un marchio, tuttavia né citato né esibito – comunque attestante il valore del bene di consumo rinomato.

Poi, ma forse è solo una mia fissa: il riconoscimento del sapere professionale dell'artigiano, e la gratitudine per il settore che da decenni forma il personale qualificato di cui beneficia il suo settore produttivo (Jowa).

Per chiudere: fossi proprietario di una panetteria-pasticceria risponderci si alla richiesta di fornitura proflata, ponendo un'unica condizione: il prezzo di vendita dei prodotti richiesti non deve essere inferiore a quello praticato nel mio negozio. Nereo Cambrosio

## Uova e colombe pasquali

Un tempo la domenica di Resurrezione era chiamata anche Pasqua d'Uovo perché la si festeggiava mangiando uova sode colorate, che erano state benedette in chiesa. Oggi l'usanza è tramandata col costume di donare quelle di cioccolato che giungono dalle pasticcerie, senza passare per la chiesa. Resta il fatto, ancorato in ogni tradizione, che l'uovo è simbolo di nascita e resurrezione. Pure la colomba affonda le sue radici nella cristianità, e simboleggia sia il



Le due uova esposte allo stand di Pasticceria Internazionale del Sigep, sono opera di Eliseo Tonti. La tecnica decorativa da lui lanciata oltre trent'anni fa, s'è fatta ancora più spoglia, essenziale, inconfondibile; lascerà un segno nel settore.

Cristo che lo Spirito Santo. Ma quanti, degustandola, le attribuiscono questo ruolo di messaggera?

### Voli anticipati

Quest'anno le colombe hanno lasciato presto il nido; le prime già si potevano assaggiare in febbraio. Poi hanno affollato tutto marzo riempiendo il mese di bontà.

Però mi pare che con la dose di burro si stia eccedendo; quando la

golosità mi spinge alla seconda fetta, poi pago con difficoltà di gestione. Vero che il burro, in specie quello che ha superato durante la cottura della colomba a 90°C, non mi è amico, ma mi chiedo: succederà ad altri? Nella cerchia familiare, anche tra i membri giovani qualcuno avverte pesantezza e gli sbadigli lanciano segnali. Quanto qui esposto trova seguaci tra i lettori? nc

**Assemblea generale  
2 maggio 2012**  
Inizio ore 10.15  
(caffè di benvenuto a partire dalle ore 9.30)  
e successivamente pranzo  
Gli inviti verranno spediti  
a metà aprile

**PISTOR**  
HOLDING

Tavola rotonda di grande rilevanza

## Dove sta andando l'evoluzione economica?

I vertici dell'ASMPP, dell'USMC, della Scuola professionale Richemont, di Pistor e di Proback riuniti a Rothenburg (LU), hanno preso in esame l'evoluzione economica e la situazione generale del nostro settore. Dalla discussione sono emersi tre punti principali; ora si tratta d'assicurarne la messa in opera a livello operativo.



Brainstorming dei partecipanti sulla situazione attuale.



I rappresentanti dell'ASMPP: Bruno Ghilardi, Fritz Strassmann, Kaspar Sutter, Beat Kläy, poi il responsabile di Proback Bruno von Rotz.

Introducendo il dibattito, Willi Suter – presidente del CdA di Pistor – ha chiarito lo scopo dell'incontro, cioè: discutere sui problemi d'attualità allo scopo di sortirne un processo dinamico avente efficacia duratura.

### A che punto siamo?

Markus Lötscher, CEO di Pistor, ha da par suo evocato gli importanti mutamenti ai quali deve confrontarsi il nostro settore in momenti assai incerti: «Tutte le imprese artigianali sono sottoposte a pressione crescente. Malgrado la sua capacità innovativa, il settore annuncia cali del fatturato e problemi in materia di successione legati al valore aggiunto. La Pistor, d'altro canto, continua a crescere, anche nel comparto panetteria. Tale risultato va ascritto alla crescita dei grandi clienti – nettamente superiore alla media – e allo sviluppo delle competenze di panetterie-pasticcerie-confetterie in materia di ristorazione».

«Numerose imprese manifestano un cauto ottimismo – malgrado la situazione economica preoccupante – unito all'alto potenziale d'adattamento». Così la pensa Kaspar Sutter, presidente dell'ASMPP, che aggiunge: «Anche l'Associazione è chiamata a conformare i suoi servizi alla presente situazione del mercato; fermo restando che

la formazione d'entrata e permanente è, e resta, un tema centrale». Stefan Romang, presidente dell'USMC, ha espresso la propria soddisfazione riguardo alla realizzazione della nuova Ordinanza sulla formazione professionale e sul progetto di fusione tra ASMPP e USMC prossimo alla decisione. Romang considera cruciale la garanzia della successione: «Occorre mostrare ai giovani professionali le opportunità di ripresa delle imprese, e facilitar loro il passaggio all'indipendenza».

Beat Kläy, direttore dell'ASMPP, ha evidenziato il margine di manovra del settore a fronte della propria situazione economica; «Il cash-flow è spesso insufficiente a costuire le riserve. La tendenza va verso il moltiplicarsi delle unità di produzione e alla rarefazione delle succursali:



Markus Lötscher e Theo Meier.

**Il nostro settore deve valorizzare al meglio le sue opportunità ancorate alla produzione artigianale d'eccellente qualità e alla personalizzazione del servizio e della vendita».**

Willi Suter individua un altro aspetto del problema; quello della mancanza di tempo degli imprenditori a occuparsi di mosse strategiche. «Occorre riconoscere le proprie forze come le debolezze, al fine di trarne le dovute conclusioni».

Bruno von Rotz, responsabile di Proback, ha sottolineato la scarsa inclinazione di poche imprese alla crescita, e alla forte stagnazione in molte altre. Von Rotz richiama poi l'attenzione su altri aspetti del tema.

### Le tre priorità

La Pistor e le due Associazioni vogliono dare precedenza ai punti seguenti:

- sostegno finanziario e aiuto alle cessioni/ripresе;
- ottimizzare la formazione dei capi d'impresa, coaching individuale;
- aiuto allo sviluppo di strategie a livello delle imprese.

**«I mutamenti del mercato sono più rapidi della mobilità del settore».**

In fatto di cessioni/ripresе, la richiesta è buona; i candidati alla ripresa hanno idee precise, però le loro esigenze sono sovente troppo alte. L'assenza di flessibilità impedisce loro di considerare altre opportunità del mercato, ma pure il finanziamento si palesa spesso problematico.»

### Che fare?

Nel quadro d'un gruppo di lavoro, i presenti si sono chiesti come risolvere congiuntamente i problemi riguardanti l'imprenditorialità e l'economia aziendale rispetto all'immagine e garanzia delle ripresе. La conclusione è stata: esiste un'ampia offerta di servizi – sovente poco nota ai membri – anche perché accedervi pone a volte problemi.

Dall'incontro non è nato alcun insegnamento fondamentale; ha però permesso di fare il punto e definire le priorità (vedi riquadrato) da coordinare e rendere operative.

Il dibattito ha inoltre evidenziato quanto sia prioritario difendere, insieme, gli interessi del settore.

Markus Tscherrig