



CORONA DEL FORNAIO

NON SOLO
INGREDIENTI
SELEZIONATI...



...ma anche una miriade
di idee creative.

Iscriversi ora:
www.coronadelfornaio.ch

Panvicalife: capitale garantito in sufficienza

Il 20 dicembre, la PCS ha pubblicato in tedesco su «panissimo», informazioni sulla procedura di fallimento aperta dall'autorità federale di sorveglianza dei mercati finanziari (Finma), in opposizione di Panvicalife. Eccovi alcune spiegazioni sul modo di procedere della Finma e sullo stato delle cose.

Il 17 dicembre, la Finma ha aperto una procedura di fallimento nei confronti della cooperativa Panvicalife e ingaggiato Transliq AG per liquidare il fallimento. I quasi 800 assicurati di Panvicalife dovrebbero vedersi rimborsare il loro capitale.

soluzioni atte a ottenere l'autorizzazione della Finma. Parimenti, i contratti d'assicurazione non si sono potuti trasferire a un'altra istituzione.

Critica sul modo di procedere della Finma

Diciamo subito che la decisione della Finma è ben fondata. Certi punti d'attacco sono tuttavia evidenti; in particolare il lasso di tempo, rispettivamente l'attendismo di Finma che avrebbe avuto o potuto dover possedere conoscenza su gran parte delle informazioni, già dal 2012.

Rimborso degli averi

Allo stato attuale delle conoscenze, essendo il capitale garantito e disponibile in misura sufficiente, gli averi dovrebbero poter essere rimborsati integralmente a tutti gli assicurati. La Panvica è a disposizione per fornire ogni ragguglio complementare in casi di domande o d'incertezze. Kaspar Sutter, presidente della PCS
Beat Kläy, direttore della PCS

Gli altri settori della Cassa di compensazione Panvica, non sono coinvolti nel fallimento.

Tali settori vantano in effetti finanze sane e offrono delle buone prestazioni ai loro assicurati e agli imprenditori affiliati.

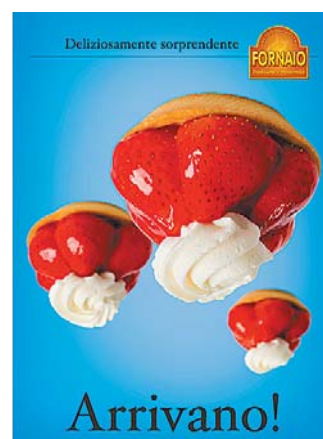
La cooperativa Panvicalife non ha malauguratamente potuto trovare

Nuove serie di manifesti primaverili

Dando seguito alla richiesta generale, la PCS ha ampliato la sua linea di supporti pubblicitari «Deliziosamente sorprendente». Sono due i nuovi soggetti posti in evidenza: le torte pasquali e le tartellette alle fragole. I freschi e divertenti nuovi rotair e manifesti sono a disposizione degli artigiani. I soggetti sono stati scelti durante l'assemblea dei responsabili cantonali della pubblicità. UFO o mon-

golfiere, le tartellette lasciano libero corso all'interpretazione.

In origine la linea promozionale «Deliziosamente sorprendente» recava solo il logo dei panettieri. Ora l'insieme dei manifesti è disponibile anche con quello dei confettieri. I membri della PCS hanno di recente ricevuto il tagliando d'ordinazione; che si può inviare anche online sul sito www.swissbaker.ch
> Marketing/communication.



Torte pasquali e Tartellette al menu dei nuovi manifesti PCS.

Osare dire NO

La gestione dei clienti difficili

Avete clienti che non vorreste avere? Personaggi maleducati, complicati e scortesi?

No? Tutti i vostri clienti sono curati e distinti? Felicitazioni!

«Ma credetemi: clienti difficili ce ne sono!»

Il tale, ad esempio, che si avvicina troppo e si esprime in linguaggio greve? La tale, che critica tutti in continuità e pesantemente? O è l'altra che vorrebbe raccontarvi tutti i pettegolezzi del quartiere? Oppure l'inconsolabile - per la morte del gatto - che vi subissa di gemi interminabili? Il campionario è vasto, e allora, come reagire? Ecco alcuni suggerimenti.

■ **Prima variante** (spesso considerata): piegarsi sotto il banco fingendosi indaffarata; staccare il ricevitore e iniziare una discussione interminabile, così che l'apprendista vi subentri a servire il cliente.

■ **Seconda variante**. Affrontare il cliente con decisione, sorridere con una certa sufficienza, chiedere

gentilmente e fermamente al cliente cosa desidera; agire rapidamente, restare cortese e incassare rapidamente; non

entrare nelle chiacchiere e sbarazzarsi in fretta del cliente. Questa sarebbe la soluzione migliore, ma non protegge dai clienti difficili e, in più, per padroneggiare la situazione ci vuole forza ed esperienza.

■ **Un minuto di yoga**. Raccomandato in casi estremi, per riflettere e interrogarsi. I propositi del cliente sono giustificabili? Se la risposta è affermativa occorre rimettersi in



La cliente che critica malevolmente i prodotti.



Dove si può spingere il cliente intraprendente!

3. Occorre fissare dei limiti. 4. Proteggersi dalle aggressioni; esaminiamo le posizioni che riguardano tale atteggiamento.

Barbara Lienhart/nc

Dimenticati indimenticabili

Mi si passi l'ossimoro per porre rimedio e completare i ricordi sui: Passatempi, passioni e attività insolite, pubblicati sulle pagine 22 e 23 di «panissimo» no. 4.

A rinfrescarmi la memoria è stato il pronto intervento di Kiko e Paola Peverelli riguardante la figura di Ennio Peverelli. Intanto cominciamo con il rammentare che il panificio aperto dal nonno di Kiko Francesco Peverelli nel 1888 - 125esimo festeggiato l'anno scorso, mi pare senza particolare rilievo - figurava nell'elenco dei 163 soci raggruppati nella primitiva SMPP fondata nel 1917.

Ennio Peverelli - detto Bubul, o Bou Boule alla francese - fu ala velocissima del FC Lugano vincitore della Coppa svizzera nel 1939, e poi per vari anni nella purtroppo defunta ACB (Associazione Calcio Bellinzona).

Con lui feci una memorabile trasferta a Ginevra nel 1967, per

visionare una delle prime panetterie svizzere a usare la tecnica della lievitazione controllata grazie al freddo. Il fornaio ginevrino ci invitò poi nel suo «cantinino» dove conservava come reliquie, molti palloni firmati dai giocatori del Servette. Quando Ennio si qualificò - e il collega fornaio si ricordava di lui - si diede il via ai ricordi e ai brindisi. Ennio riuscì comunque a firmargli un pallone.

Altri ricordi

Restando a Bellinzona, come non citare Mario Gambetta, l'estroso fornaio-pasticcere più informato del Ticino (diurno e notturno) e abile comunicatore/venditore.

Poi Valentino Balestra di Minusio; aveva quasi addossati al muro di casa, due rigogliosi aranci che curava amorevolmente e loro lo ripagavano con meravigliosi, incredibili frutti.

questione e analizzare la situazione. Quello che il cliente difficile spende è importante? Il cliente potrebbe migliorare sul piano umano? Si tratta di un caso unico? Si può perderlo come cliente? Qui entriamo nel vivo del problema; confrontiamoci.

A un cliente che esageri si può dire NO! 2. Il NO diventa materia di giudizio del datore di lavoro.



Ennio Peverelli, valente attaccante del FC Lugano, vincitore della Coppa svizzera nel 1939!

E Mario Turuani - volevo tenerlo in serbo per un prossimo evento programmato dal figlio Massimo - ma tant'è: Mario, appassionato e profondo conoscitore di pittura, organizzò a Gentilino mostre memorabili e aprì anche una Galleria d'Arte che ospitò personali d'artisti molto noti. Nereo Cambrosio

Protegetevi e proteggete i vostri collaboratori

- Sono necessarie regole chiare.
- Esaminare le possibili situazioni critiche.
- In determinate situazioni i collaboratori devono difendersi.
- Occorre solidarizzare con i collaboratori e sostenerli.
- Se una filiale è gestita da una sola persona, bisogna definire le competenze.
- Per principio: non immischiarsi in discussioni che non hanno rapporto con il ramo.
- Occorre - almeno apparentemente - mantenersi calmi.
- In negozio non si deve parlare di politica, di religione o di sesso. Bisogna sempre tagliar corto ad ogni tentativo di approccio.
- Le molestie sessuali sono inaccettabili! Se del caso occorre chiedere aiuto per espellere il cliente.
- Gli insulti pesanti e offensivi non vanno tollerati. E' necessario allontanare il cliente insolente ingiungendogli di lasciare immediatamente il negozio.
- Occorre ignorare i termini pesanti; mai replicare alle volgarità.
- Sbarazzarsi al più presto dei clienti ubriachi.
- Non si deve lasciare che la situazione degeneri, bensì agire in modo calmo e posato.