

## Risanamento dell'Assicurazione contro la disoccupazione

L'Assicurazione contro la disoccupazione (AD) ha accumulato debiti per oltre 7 miliardi di franchi. Aumentare sempre e

solo le trattenute salariali non è una soluzione sostenibile. Gli argomenti a favore del Sì possono così essere riassunte.

### Per un Sì

Per la votazione popolare del 26 settembre 2010 sulla revisione della legge sull'Assicurazione contro la disoccupazione (AD), il Comitato centrale dell'ASMPP e la Conferenza delle sezioni USMC, raccomandano di votare Sì.

■ In caso di «No» il 26 settembre, le trattenute salariali aumenteranno di più del doppio rispetto a quanto proposto nella revisione.

■ Aumentare in continuazione le deduzioni salariali non è una soluzione. Le cittadine e i cittadini svizzeri sono già chiamati a pagare dall'anno prossimo maggiori contributi per l'Assicurazione invalidità (AI), per le In-

dennità perdite di guadagno (IPG) e per le Casse malati.

### Tre ragioni per votare Sì

Il Sì per limitare le trattenute salariali, significa che ci restano più soldi nel portafoglio.

Un Sì per frenare l'indebitamento, significa che l'AD sarà garantita anche durante le prossime crisi a coloro che perdono il lavoro.

Un Sì per ridurre i falsi incentivi, significa combattere gli abusi e rendere più equa l'AD.



**Limitiamo**  
le trattenute salariali

26 settembre 2010:

Per un'assicurazione  
disoccupazione  
sicura e solidale

**Sì**

www.ad-garantita.ch

## Successione assicurata

E' quella che si profila per il mulino di Maroggia. Alessandro Fontana già lavora a fianco del padre Luigi; che avrà così più tempo da dedicare al golf, per rappresentare magari in futuro il Ticino all'annuale Swiss Baker Golf Trophy (cfr. «panissimo» 29/30, pag. 9). Alessandro, di fresco diploma ottenuto alla Schweizerische Mùllerei di San Gallo e a Stoccarda, con voto d'eccellenza per quanto della formazione atteneva alla panetteria in generale, ha da poco compiuto 26 anni.

Dopo aver staccato la maturità al Liceo 2 di Lugano, ha indossato il grigioverde fino a ottenere il grado di 1° tenente. Subito dopo ha fatto parte, in veste d'ufficiale,

del 15esimo contingente svizzero in Kosovo. Nel 2008 ha seguito un corso specialistico di tecnica molitoria all'OCRIM di Cremona quindi, dopo un prolungato stage nel mulino di famiglia, s'è recato per 6 mesi in Australia per uno stage presso il Manildra, un colosso dell'industria molitoria.

Durante la permanenza a Maroggia ha seguito un corso di soccorritore volontario del servizio d'ambulanza alla Croce Verde di Lugano, presso la quale continua a prestare collaborazione.

Alessandro, piano piano, avrà modo di farsi meglio nel nostro settore; intanto: schietti auguri di buon lavoro.

*Nereo Cambrosio*



Alessandro Fontana, il nuovo mugnaio diplomato pronto a continuare il percorso professionale del padre e del nonno.

## Pane sotto tiro

E con esso il sale, ormai compagno di sventura inseparabile nelle periodiche campagne di sensibilizzazione miranti a farne calare il consumo.

A riproporli all'attenzione dei consumatori ci ha pensato il dottor Luca Gabutti – nefrologo e primario del reparto medicina all'ospedale La Carità di Locarno – intervistato al riguardo da Patrizia Guenzi (cfr. *Il Caffè* del 22 agosto, pagina 35), che entra in materia con un perentorio: «Oggi giorno il sale è il più importante inquinante dell'alimentazione umana».

Se la sentenza è volutamente gonfiata allo scopo d'attirare l'attenzione del lettore, lo scopo è raggiunto; perciò avanti a leggere. Le argomentazioni proposte di seguito sono di spessore e comprovabili; e quando il dottor Gabutti afferma, anche se in quel grido mette un po' troppa enfasi: «Ma ci rendiamo conto! Il pane può contenere fino a 10 g di sale al chilo», si avverte l'impatto che la notizia può suscitare. Andiamo avanti allora: addirittura anche 12 g, in taluni casi fino a 15 g, aggiungo io per conoscenza di causa. Ma per consumare 1 chilo di pane – stando alle statistiche sempre aggiornate fornite dall'Associazione di categoria e dall'Informazione svizzera sul consumo

di pane – occorre mettersi a tavola almeno in otto.

Quale complemento d'informazione, mi permetto di segnalare ai consumatori che i fornai legati alla propria Associazione cantonale, sono impegnati a ridurre progressivamente la dose di sale – stimata attualmente attorno ai 20 g per chilo di farina, quantità questa che fornisce all'incirca 1350 g di pane – fino a scendere sui 15 g senza penalizzare troppo il sapore del pane. Ciò porterebbe la dose di sale a circa 1,1 g per la razione di pane quotidiana di 120–125 g.

Un'ultima aggiunta riguardante il ruolo del sale: ma perché chi ne possiede le qualifiche, non parla in maniera dettagliata delle sue insostituibili doti e irrinunciabile apporto alla vita?

*Nereo Cambrosio,  
Massagno*

## Informazione

Quello che segue è il testo della lettera spedita alla rubrica «Posta dei lettori» dei tre quotidiani ticinesi. Sono del parere che ogni volta il nostro settore viene coinvolto con interventi pubblici che lo riguardano, esso ha l'obbligo d'intervenire. Lo deve ai propri associati e ai consumatori.

## Proporsi o farsi cercare?

Il Giornale del Popolo di giovedì 26 agosto, con un articolo firmato da Nicola Mazzi si dà uno sguardo al mondo del Commercio al dettaglio cantonale, e proponendo un bilancio per il II trimestre, si evidenzia come la situazione dei negozi medio-grandi sia migliore di quelli piccoli.

Nell'analisi intervengono Roberto Poretti, vice-direttore della Federcommercio e Marcel Rügsegger, presidente della Società imprenditori di Ascona. Stando al dire di Rügsegger: «in Ticino ci sono sì tanti commerci, ma forse manca la qualità dei prodotti. Occorrerà lavorare di più in questo senso» – fa osservare.

E', la sua, un'osservazione che dopo aver toccato la suscettibilità di quei suoi colleghi certi già d'offrire il meglio, li può indurre in seconda battuta a un riesame.

### Convinti da fare il meglio?

Dando per scontato che è sempre possibile migliorare, e so-

prattutto innovare, quegli operatori del nostro settore che ritengono d'aver raggiunto un livello qualitativo ragguardevole, devono contribuire all'innalzamento generale del «buono», cercando rivenditori che possano far crescere il grado di visibilità acquisito dai loro prodotti. Penso che il progetto sia più facilmente realizzabile nei centri abitati d'una certa importanza; anche se sappiamo che taluni negozi di quartiere o di paese fanno conto sul benefico richiamo esercitato dai prodotti forniti dal panettiere-pasticciere artigianale.

Un esempio di simile collaborazione ben funzionante da decenni, ce lo fornisce la Gabbani di Lugano che almeno per quanto riguarda la clientela locale, ha contribuito in modo non stimabile – ma per certo importante – alla diffusione dei pani rustici. Che gli vengono forniti in provenienza anche dal Sopracceneri.

Nereo Cambrosio



Scomparsa la bancarella esterna, Lino Gabbani – Cavaliere d'onore del buon Pane – assegna alla vetrina il compito di promuovere il pane.

## Il Calendario del pane 2011

Il Calendario del pane 2011 è pronto. I soci dell'ASMPP hanno già ricevuto il tagliando d'ordinazione. Il Calendario del pane, grazie alle golose ricette, alle stupefacenti foto, al

pratico taccuino e all'apprezzato concorso, è amato dalla clientela. Usatelo anche voi come strumento ideale di legame con i vostri clienti.

12/13



Il clown d'ospedale, dott. Dada, esulta per il cospicuo assegno dei Fornai.

### Straordinario successo dell'azione «Pane Clown»

# Centomila franchi per distribuire sorrisi

L'iniziativa lanciata dall'ASMPP, sostenuta da più di 500 panetterie-pasticcerie ad essa affiliate, contribuirà a sostenere l'ammirevole opera dei dottori Sogno, dediti a portare momenti di gioia, ad almeno 5000 bambini degenti in ospedali.

Come evidenziato in copertina, l'azione «Pane Clown» ha fruttato alla Fondazione Theodora la bella somma di 100000 franchi. Il ragguardevole importo è stato conseguito grazie al prezioso contributo d'oltre 500 panetterie-pasticcerie artigianali dell'intero Paese, che hanno voluto marcare il 125esimo anniversario della loro Associazione di categoria – promotrice dell'azione «Pane Clown» – producendo accanto al pane portabandiera dell'evento molti lievitati dolci contrassegnati dal sorriso del clown.

artisti del sorriso, pronti a regalar loro momenti di gioia e spensieratezza.

A tutti coloro che hanno partecipato all'azione, testimoniamo il nostro grazie sentito e riconoscente.

ASMPP

## Grazie ai clienti

Le aziende coinvolte nell'evento ricevono in questo inizio di settembre i manifesti che illustrano l'entusiasmante esito dell'azione, così da poterlo mettere a conoscenza della clientela. Ogni partecipante potrà scegliere tra l'annunciare il montante complessivo raccolto dalle panetterie-pasticcerie nazionali, oppure iscrivere personalmente quanto raccolto nella propria impresa. Il comunicato stampa (in f. e t.) da inviare ai media locali, è disponibile sul sito [www.swissbaker.ch](http://www.swissbaker.ch).

### Un pò di letizia per tanti piccoli degenti.

La parte del ricavato, e le offerte spontanee di mastri panettieri-pasticcieri e loro clienti devoluta a favore della Fondazione Theodora, farà beneficiare circa 5000 bambini ospedalizzati della visita di clown professionisti e altri