

Zeitschrift: Panorama / Raiffeisen
Herausgeber: Raiffeisen Svizzera società cooperativa
Band: - (2014)
Heft: 4

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: 17.07.2025

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

PANORAMA

LA RIVISTA DELLE BANCHE RAIFFEISEN

UN SOLO INVESTIMENTO, IL DOPPIO GUADAGNO

Nell'impact investing, il capitale d'investimento deve ottenere due effetti in una volta. Ecco come funziona. Inoltre: riuscirà Raiffeisen a realizzare il doppio effetto? *pagina 6*

- 1 -

L'interconnessione tra le imprese svizzere al centro

Urs Wehrle, RCI

- 2 -

Il calcio d'élite svizzero è un fattore economico

Claudius Schäfer, CEO di Swiss Football League

- 3 -

Tutelare il clima con progetti svizzeri innovativi

Vincent Eckert, Direttore della Fondazione svizzera per il clima

- 4 -

Come i successori svizzeri finanziano la nuova azienda

Peter Wüst, titolare di Investnet

- 5 -

La Svizzera in prima linea nell'Impact Investing

Klaus Tischhauser, CEO ResponsAbility

1



2

3



4



5





APPARTAMENTI DI LUSO

A LUGANO CON SERVIZI ALBERGHIERI



AFFITTIAMO E VENDIAMO

appartamenti con SPA, ristorante, piscina interna ed esterna, anche per brevi periodi.

A pochi minuti dal centro di Lugano, con vista mozzafiato sul lago.

Privacy e comfort in un contesto unico ed esclusivo.

WWW.RESORTCOLLINADORO.COM

RESORT COLLINA D'ORO
VIA RONCONE 22, 6927 AGRA, LUGANO | Tel. +41 91 641 11 11
INFO@RESORTCOLLINADORO.COM

LA CATENA DI MONTAGGIO DELLA CREATIVITÀ



Poco più di cent'anni fa Henry Ford, il fondatore della casa automobilistica americana, ebbe un'idea ingegnosa. Nel 1913 i suoi tecnici misero in funzione il primo nastro trasportatore della storia dell'umanità. Il tempo di lavoro per la fabbricazione di un'automobile si ridusse in tal modo da 12 ore e otto minuti a due ore e 35 minuti: era nata la catena di montaggio, la spina dorsale della società industriale moderna.

Circa 55 anni fa a Zurigo avvenne un evento straordinario: l'11 settembre 1961 l'avvocato zurighese Hans Hüsey costituì una fondazione su incarico di alcuni ornitologi britannici. Nacque così il World Wildlife Fund. Oggi il WWF è un ente attivo in tutto il mondo, un'organizzazione non governativa (ONG), molto influente a livello sociale, politico ed economico.

Due esempi che dimostrano due cose: primo, solo la moderna divisione del lavoro ci pone nella condizione di risolvere in modo sostenibile questioni complesse e multidimensionali; secondo, oltre agli enti tradizionali, come gli Stati o le imprese, oggi esistono organizzazioni sorte più di recente e cresciute al di fuori delle strutture convenzionali. Solo grazie a loro è possibile avere una visione alternativa e autentica delle questioni urgenti e delle strategie

per risolverle. Nel caso del WWF si tratta della protezione della natura, un obiettivo che nel 1961 di certo non era ancora entra-

«Più cervelli producono maggiore creatività di uno solo».

to nella coscienza collettiva.

I due esempi dimostrano anche i presupposti per la nascita e la diffusione dell'innovazione: la collaborazione di tante persone intelligenti che mettono le loro idee sul nastro trasportatore della catena di montaggio della creatività. Di norma l'innovazione non nasce dove schemi pre-costituiti costringono la creatività, ma dove strutture flessibili permettono una sufficiente libertà d'azione: «duttili» potremmo definire le strutture delle ONG. Per capire il futuro prima degli altri, bisogna saper guardare lontano, oltre i limiti del proprio orticello.

Fin qui, tutto chiaro. Ma che cosa c'entra questo discorso con una Banca, in particolare con Raiffeisen? Personalmente sono convinto che più occhi vedano meglio di due e che più cervelli dispieghino una maggiore creatività. E per rimanere nella metafora della catena di montaggio:

noi tutti dobbiamo lavorare al flusso delle idee, poiché questo sforzo collettivo è il fondamento della fiducia della clientela. E

siccome sappiamo che l'attività bancaria, come tutto il resto, diventa sempre più complessa, impegnativa, ma anche varia e interessante, dobbiamo spingere lo sguardo oltre i limiti imposti dalla nostra organizzazione. Solo allora intuiremo in che direzione vanno le esigenze della clientela e solo allora saremo in grado di rispondere con soluzioni adeguate.

Per tale motivo il nostro Gruppo bancario ha realizzato una solida rete di partner: Fondazione per il clima, partner di sponsorizzazione o anche partnership nell'attività d'investimento. Questo è il motivo per cui collaboriamo anche con le ONG. Solo così, insieme, vediamo abbastanza lontano.



Pierin Vincenz
Presidente della Direzione
del Gruppo Raiffeisen

SOMMARIO



- Pomy -

26

Fotografia



- San Gallo -

06

Doppio impatto



- Berna -

18

Truffa su donazioni



- Svizzera italiana -

44

Prodotti locali

PANORAMA per voi in tutta la Svizzera

© Andrea Cugnet

Collaboratori

Head Editorial

Dr. habil. Nikodemus Herger

Caporedattore

Pius Schärli

Membri della redazione

Nicoletta Hermann

Jill Mauerhofer

Philippe Thévoz

Sylvie Pidoux

Lorenza Storni

Agentur Paroli AG:

Tanja Hollenstein, Oliver Suter

Progettazione, layout

Agentur Paroli AG:

Tanja Hollenstein, Oliver Suter,

direzione progetto/produzione

Christoph Schiess, Art Director

Weblayout

coUNDco

Autori

Domagoj Arapovic, Zurigo

Michel Berset, Zurigo

Urs Dütschler, San Gallo

Dave Hertig, Zurigo

Kilian Kessler, Zurigo

Oliver Klaffke, Olten

Roland Kläger, Zurigo

Alexander Koch, Zurigo

Iris Kuhn-Spogat, Winterthur

Martin Neff, Zurigo

Peter Pfrunder, Winterthur

Richard Reich, Zurigo

Alexander Saheb, Zurigo

Thomas Steiner, Zurigo

Alessandro Sgro, San Gallo

Nicolas Samyn, San Gallo

Mirjam Steuble, San Gallo

Robert Wildi, Zurigo

Claudio Zemp, Zurigo

Fotografia

Claudio Bader, Lugano

Guido Baselgia, Malans

Laurent Burst, Zug/Berlin

Tanja Demarmels, Zurigo

Nicolas Faure, Ginevra

Manuela Jans, Lucerna

Kilian Kessler, Zurigo

Willy Spiller, Zurigo

Illustrazione/Infografica

Andrea Caprez, Zurigo

Orlando Hoetzel, Berlino

Andrea Klaiber, Stetten

Gabi Kopp, Lucerna

Anne Seeger, Winterthur

Anna Sommer, Zurigo

Davide Zamberlan, Vicenza IT

Vincete l'oro!

Diteci la vostra opinione su
raiff.ch/survey



- Rütli -

12

Previdenza



- Valle di Muggio -

28

Ospiti di...



MemberPlus – I più bei
 comprensori sciistici a metà prezzo.

EDITORIALE

- 03 **La fucina delle idee** – Pierin Vincenz, Presidente della Direzione del Gruppo Raiffeisen.

FOCUS

- 06 **Doppio impatto** – Gli investimenti ben riusciti portano svariati frutti.

DENARO

- 12 **Previdenza** – Curatori e mansioni. Tre ritratti.
 18 **«Dark side of money»** – Benefattori raggirati

INVESTIMENTI

- 20 **Investimenti, analisi e tendenze**
 Svizzera competitiva con difese limitate, rendimenti in borsa, verifica dei depositi 2015, BNS in modalità crisi.
 25 **Commento di Martin Neff, economista capo di Raiffeisen Svizzera**
 Fiducia nella crescita.

SWISSNESS

- 26 **Serie fotografica** – In alto e in basso.
 28 **Ospiti** – ... nella Valle di Muggio. L'impareggiabile zincarlùn.
 32 **Incontro** – Intervista con Paola Ghillani, esperta di sostenibilità.
 35 **Storie** – Richard Reich, autore e pubblicitario.
 Gli Urbano in attesa per Natale.
 36 **Nuova campagna Raiffeisen** – «Sempre con voi, ovunque ci siano numeri».
 40 **Sharing economy** – Parola d'ordine: condividere.
 44 **Prodotti locali** – Il gusto del territorio.

REGIONALE

- 48 **Svizzera italiana** – Visite guidate sul monte San Giorgio, Premio Raiffeisen a Casa Astra e 20 anni con i Folletti della FSSI.



DOPPIO IMPATTO

– San Gallo –

Gli investimenti particolarmente riusciti danno frutti su diversi fronti. Cinque esempi tratti dal Gruppo Raiffeisen spiegano come utilizzare il denaro in modo intelligente.

Autori Oliver Klaffke, Dave Hertig
Illustrazione Orlando Hoetzel

Pagare una volta, beneficiarne due: quando si parla di investimenti monetari sostenibili, ci si imbatte spesso nel termine «Impact Investing» (vedi definizione a lato). Esiste tuttavia l'investimento a doppio impatto anche nelle decisioni strategiche di interi gruppi aziendali? In una forma leggermente diversa di «Impact Investing» questo approccio esiste davvero. Primo esempio Raiffeisen: l'RCI.

Immagine e nuovi affari

Dalla primavera 2014 a Gossau (SG) è operativo il primo dei sei Centri Imprenditori del Gruppo Raiffeisen (RCI). Il capitale

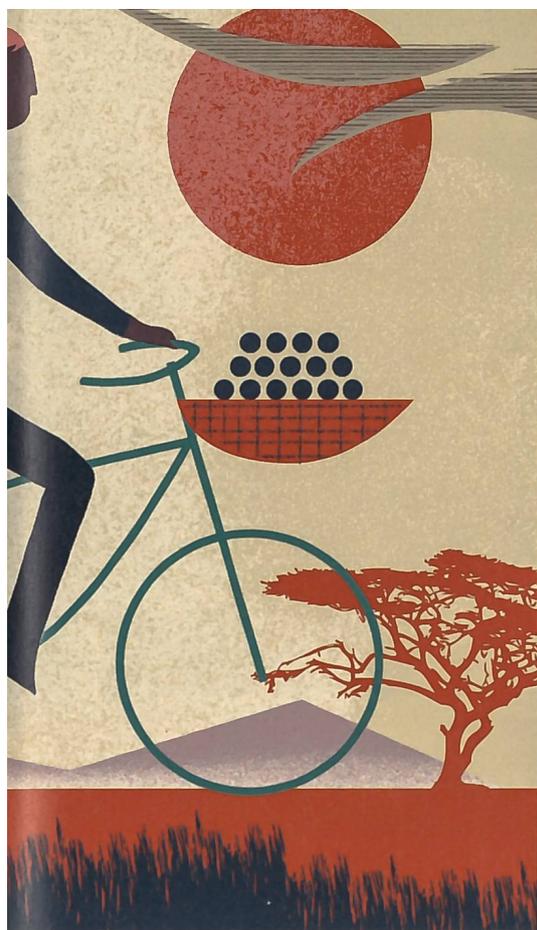
sociale dell'affiliata al 100 per cento di Raiffeisen ammonta a 5 milioni di franchi e per ogni sede sono necessari finanziamenti iniziali. Che provento si aspetta la Banca? «Una parte importante della nostra missione consiste nel rafforzare le attività dei clienti aziendali di Raiffeisen, ponendoci come piattaforma di marketing», dice il direttore dell'RCI Urs Wehrle. «La grande barca di Raiffeisen viene regolamentata sempre più. Noi rappresentiamo la barca piccola ma veloce che, con semplicità, mantiene il contatto con i clienti esistenti e potenziali».

Workshop, colloqui informali e consulenza fanno parte dell'offerta. Per quanto riguarda la consulenza, l'RCI si basa sul principio «Per gli imprenditori. Dagli imprenditori» e tutti gli esperti della rete vantano esperienze professionali con le proprie aziende. Attraverso l'intermediazione dei mandati di consulenza, il Centro Imprenditori genera fatturato. Uno degli obiettivi è infatti quello di poter

raggiungere in futuro l'autonomia finanziaria. L'effetto principale degli investimenti di Raiffeisen consiste tuttavia nel potenziare la fama della Banca tra gli imprenditori.

«Impact Investing»

Il termine significa investire «con impatto», ottenendo effetti che vanno oltre il raggiungimento di un rendimento finanziario. «Impact Investing» è una forma di investimento responsabile sul piano sociale. Chi desidera impiegare il proprio capitale in questo modo pretende oltre al profitto economico anche un impatto positivo misurabile a livello sociale o ambientale.



L'impegno è un interessante esempio di doppio provento. Avvicina i clienti aziendali alla Banca, infilando «en passant» operazioni bancarie e rimandando le persone interessate a Raiffeisen. «L'imprenditore non pensa sempre alla Banca. Ma quando si comincia a parlare di servizi finanziari, allora Raiffeisen entra in gioco come possibile fornitore», aggiunge Urs Wehrle. Con questo atteggiamento discreto, l'RCI agisce in funzione di investitore: rafforza l'economia reale con servizi attrattivi e nel contempo convenienti e supporta Raiffeisen sul piano della comunicazione e della gestione della clientela.

Differenziazione e branding

Klaus Tischhauser ha girato l'Africa in bicicletta e ha deciso di promuovere l'imprenditoria locale. Ha dato vita a un'associazione che in 11 anni è diventata una società anonima in rapida espansione, che conta oggi 170 dipendenti. Solo nel 2013 si sono aggiunti 40 nuovi dipendenti. «In molti paesi in via di sviluppo l'approvvigionamento idrico ed elettrico, i servizi bancari o medici per esempio non sono disponibili», spiega il

fondatore e CEO. Anziché inviare donazioni, responsAbility investe in aziende che offrono queste prestazioni come business. L'azienda gestisce un patrimonio clienti di circa 2,2 miliardi di dollari US.

Raiffeisen è presente sin dalla fondazione dell'associazione e detiene una quota di minoranza di responsAbility. Il primo effetto: arricchimento della gamma di prodotti per i clienti investitori. L'assortimento, impreziosito con la microfinanza e il Fair Trade, vanta uno strumento il cui andamento del valore è sganciato dagli investimenti di borsa correnti. I fondi di responsAbility contribuiscono pertanto alla creazione di portafogli clienti solidi. Secondo beneficio: Raiffeisen punta sullo sviluppo sostenibile. Questo impegno è centrale per la Banca in virtù della sua filosofia imprenditoriale. Inoltre, contribuisce alla cura del marchio Raiffeisen.

Aiuto e posizionamento

L'affiliata di Raiffeisen Investnet finanzia la successione delle aziende. «L'insufficienza di fondi propri di chi subentra a un'azienda è spesso il problema principale», afferma Peter Wüst, a capo di Investnet. Le aziende trovano una persona adatta alla successione dal punto di vista tecnico, ma a questa manca il capitale necessario per l'acquisizione. Investnet ha sviluppato un nuovo modello di finanziamento. «Riceviamo il Free Cashflow, finché i nostri diritti sono saldati. Allora l'azienda passa definitivamente in possesso del nuovo imprenditore», spiega Wüst.

In parole semplici, il Free Cashflow corrisponde più o meno al profitto aziendale. La soluzione Investnet sblocca le situazioni in cui la regolamentazione successoria che si era profilata finisce in un vicolo cieco. Il tema della successione interessa migliaia di aziende nel panorama delle PMI svizzere. Per questo motivo questo modello di finanziamento davvero unico ha schiuso a numerose aziende la strada verso il futuro e Investnet si è dimostrata in grado di risolvere un problema centrale delle PMI. È questo il primo effetto dell'impegno di Raiffeisen. Il secondo effetto consiste nel fatto che

Raiffeisen rafforza il suo posizionamento in quanto Banca svizzera per le PMI, aumentando così la propria attrattività nei confronti dei clienti aziendali.

Notorietà ed economia

Raiffeisen sostiene il calcio ed è sponsor titolare della Super League, la massima divisione svizzera. Questo aumenta la notorietà, contribuisce a creare un'immagine positiva della Banca e a posizionare il marchio. Tramite il programma riservato ai soci «MemberPlus», Raiffeisen può offrire biglietti di ingresso agevolati e talvolta la possibilità di ottenere biglietti per match dal tutto esaurito. Anche l'impegno per il calcio ha un doppio impatto: «La Raiffeisen Super League è un universo di aziende che creano valore all'interno della società ben oltre il gioco del calcio e danno vita complessivamente a migliaia di posti di lavoro», dice Claudius Schäfer, CEO della Swiss Football League. Da uno studio condotto nel 2014 sulla creazione di valore, i club della massima serie nelle ultime stagioni hanno generato un fatturato di circa 800 milioni di franchi e portato nelle casse della Confederazione circa 42 milioni di franchi. Circa 3300 posti sono stati creati grazie alla Raiffeisen Super League.

Ambiente e fidelizzazione della clientela

Un quinto e ultimo esempio: Raiffeisen è cofondatrice della Fondazione svizzera per il clima. I partner donano alla Fondazione il rimborso che spetta loro dalla tassa d'incentivazione CO₂, che viene quindi utilizzato per sostenere progetti di aziende svizzere e del Liechtenstein finalizzati alla protezione del clima. «L'interesse delle aziende a impegnarsi a favore della protezione del clima è enorme», dice Vincent Eckert, amministratore della Fondazione. Il primo impatto dell'investimento Raiffeisen lo definisce così: «La nostra Fondazione riduce le emissioni di CO₂, rende le PMI più sostenibili e fa del bene all'economia svizzera». Anche qui c'è un secondo effetto: l'accesso alla Fondazione rafforza la fidelizzazione delle aziende sostenute.

5 INVESTIMENTI SMART

Panoramica del doppio impatto delle attività di Raiffeisen



Urs Wehrle, RCI

RCI

Il Raiffeisen Centro Imprenditori (RCI) è una start-up che contribuisce a dare ulteriore vigore alle attività relative ai clienti aziendali. L'affiliata al 100 per cento di Raiffeisen pone al centro i proprietari delle piccole e medie imprese. L'RCI agisce come Club locale degli imprenditori con un network nazionale e funge da mediatore per prestazioni di consulenza difficilmente reperibili altrove a tariffe così convenienti. Il principio «gli imprenditori forniscono consulenza agli imprenditori» è davvero unico. La visione di Raiffeisen: trasformare l'RCI nel maggiore club di industrie e PMI della Svizzera. L'iniziativa è stata lanciata la scorsa primavera a Gossau (SG). Nel 2015 sarà estesa alla Svizzera centrale.
centro-imprenditori.ch



Klaus Tischhauser, responsAbility

responsAbility

Raiffeisen detiene una quota di minoranza di responsAbility. Il gestore patrimoniale (170 dipendenti, circa 2,2 miliardi di dollari US di patrimonio gestito) investe in paesi in via di sviluppo in aziende che offrono per lo più alle persone più povere prodotti e servizi importanti del fabbisogno quotidiano (conto bancario, corrente elettrica, ausili per l'agricoltura, formazione, cure mediche, ecc.). responsAbility si procura il capitale mediante fondi d'investimento autogestiti, che sono accessibili ai privati e agli investitori professionisti.

responsability.com



Peter Wüst, Investnet

Investnet

La successione aziendale è spesso difficile da regolamentare. A molte figure professionalmente qualificate manca il

denaro necessario. Chi fa salire a bordo investitori a fronte della loro partecipazione non è più imprenditore nel vero senso della parola. Di rado il finanziamento è possibile mediante crediti. E se ciò è possibile, è costoso e rischioso. Investnet finanzia gli acquisti aziendali con un modello innovativo, che prevede che i nuovi proprietari diventino proprietari a tutti gli effetti entro un breve periodo di tempo. L'impresa è una partecipazione di Raiffeisen.

investnetag.ch



Claudius Schäfer, Swiss Football League

Raiffeisen Super League

Dal 2012 Raiffeisen è sponsor titolare della massima divisione del calcio svizzero. Decine di migliaia di fan si recano allo stadio o seguono in televisione lo sport svizzero per eccellenza. Grazie a «MemberPlus» i soci Raiffeisen beneficiano di diverse agevolazioni. Il calcio è anche un fattore economico: secondo un attuale studio sulla creazione del valore la Raiffeisen Super League genera un fatturato di circa 800 milioni di franchi. Circa 3300 posti sono stati creati grazie alla lega.

sfl.ch



Vincent Eckert, Fondazione per il clima

Fondazione per il clima

Le aziende di servizi ricevono spesso rimborsi superiori a quanto effettivamente versato provenienti dalle tasse sul CO₂. Attualmente, 24 aziende partner devolvono questo denaro alla Fondazione svizzera per il clima. Raiffeisen partecipa all'iniziativa sin dalla fondazione nel 2008 e ne detiene la presidenza affidata a Gabriele Burn. La Fondazione promuove progetti delle PMI svizzere e del Liechtenstein che si adoperano per la protezione del clima. Si tratta ad esempio di investimenti in nuovi macchinari, grazie ai quali è possibile produrre con meno risorse.

klimastiftung.ch

IMPATTO NEI PAESI IN VIA DI SVILUPPO

– Zurigo –

Impact Investing significa ottenere un effetto misurabile che va oltre il puro risultato finanziario. Thomas Streiff parla degli sviluppi.

Intervista Oliver Klaffke Foto Tanja Demarmels

PANORAMA: *Thomas Streiff, sono soprattutto le donne a portare avanti i paesi in via di sviluppo?*

Sì, perché si adoperano per le loro famiglie e svolgono attività economiche in modo più affidabile. Solo il due per cento dei microcrediti assegnati alle donne non viene rimborsato. Tra gli uomini la percentuale è molto superiore. Spesso fanno autocritica: «Gli aiuti allo sviluppo ci hanno impigrito. Dobbiamo cambiare».

Lei si occupa di sostenibilità da quasi 25 anni e il Club of Rome ci ha avvertiti 50 anni fa che i limiti della crescita sarebbero stati raggiunti. Quale bilancio ne trae?

Abbiamo fatto tanto e la discussione sulla sostenibilità ha indotto le istanze decisionali a una riflessione. Senza i lunghi e complessi dibattiti – per esempio sugli obiettivi climatici – sarebbero stati fatti pochi progressi. Dal punto di vista tecnologico siamo molto avanti e nell'industria è cresciuta molto la consapevolezza di dover gestire le risorse e l'energia in modo parsimonioso, poiché la domanda soprattutto da parte di mercati affamati come la Cina aumenta notevolmente e con essa aumentano anche i costi. A livello sociale il mondo è rimasto indietro, sebbene anche in questo ambito la consapevolezza cominci a farsi spazio.

Come si può convincere le aziende ad agire anche in modo sociale?

In passato era uno stimolo produrre in modo più efficiente o evitare costosi rischi ambientali. Ora le aziende devono differenziarsi. Uno stimolo è costituito per esempio dalle buone condizioni di lavoro e dai servizi sociali dei paesi

emergenti o in via di sviluppo. Chi si dà da fare conquista clienti. Inoltre, sempre più consumatori vogliono prodotti realizzati in modo equo.

Cosa possono fare le persone stesse dei paesi emergenti e in via di sviluppo?

Molte cose sono già cambiate, perché ora le persone hanno accesso alle informazioni. In Tanzania, per esempio, la rete di telefonia mobile e quindi anche Internet sono molto diffusi. Un coltivatore di cacao ha oggi accesso alle informazioni sui mercati e sa a quanto è il prezzo del cacao. Può pertanto avere la meglio su un acquirente che vuole pagare troppo poco. Sono nate nel frattempo anche numerose cooperative che danno ai produttori maggiore potere di mercato. Il balzo tecnologico ha inoltre introdotto nuovi sistemi



di finanziamento – come il microfinanziamento – e l'e-banking. Sono le basi per poter camminare con le proprie gambe.

Quale ruolo riveste l'Impact Investing?

Un ruolo importante, poiché è la base di molti sviluppi. A differenza di una donazione, da un investimento orientato verso l'effetto mi aspetto anche un rendimento finanziario.

Come investo denaro affinché questo generi un utile e stimoli nel contempo anche uno sviluppo sostenibile?

Devo osservare con attenzione i titoli di un portafoglio di investimento. E non si tratta solo di analizzarne il bilancio, bensì anche la loro configurazione in funzione dei criteri che ritengo personalmente importanti. Io voglio per esempio sapere qual è il suo bilancio a livello di effetto serra o com'è la sua impronta di carbonio, quanta forza lavoro è dislocata nei paesi del terzo mondo e come sono i servizi sociali in quei paesi. **Valutarlo è troppo impegnativo per me come privato. Chi mi aiuta a orientarmi?** Illustri al suo consulente agli investimenti i requisiti di sostenibilità che devono possedere le aziende in cui desidera investire. Esistono infatti fondi sostenibili con i quali è possibile diversificare anche un piccolo portafoglio in modo da ridurre il rischio. Bisogna chiedere al proprio consulente di fornire soluzioni di investimento che assicurino un ragionevole rendimento e che generino nel contempo uno sviluppo sostenibile sul posto.

Thomas Streiff

ha iniziato la sua carriera in Tanzania e in India ed è oggi partner di «BHP – Bruggen und Partner» per la consulenza in fatto di sostenibilità.

«IL BENEFICIO È SUBITO EVIDENTE»

Il CEO di responsAbility Klaus Tischhauser presenta quattro casi di Impact Investing. Gli investimenti nei paesi emergenti sono più efficaci rispetto a quelli sostenibili in occidente? Il CEO parla di approcci complementari. «Eppure il beneficio della conveniente energia solare dell'impianto di casa è subito evidente, se paragonato alla luce nociva e costosa della lampada a cherosene. Confrontare la sostenibilità di BP e Shell richiede invece conoscenze speciali».

TOILETTE PORTATILI NELL'ASIA DEL SUD

L'azienda indiana Saraplast produce toilette mobili usando materiali riciclabili. La Banca Mondiale ha calcolato che la carenza di strutture sanitarie igieniche aumenta sensibilmente i costi sanitari del paese ed esercita una pressione sul prodotto interno lordo pari al 6,4 per cento. Attualmente, la metà degli 1,25 miliardi di indiani non ha accesso a tali strutture. Saraplast gestisce ora 3800 toilette portatili in sette città indiane. La quota di mercato ammonta solo all'1 per cento, tuttavia il potenziale di crescita è notevole. Entro il 2016 la piccola azienda punta a triplicare il fatturato passando a 7,7 milioni di dollari.

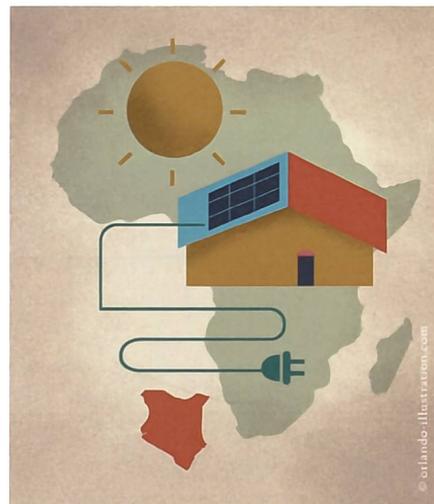
AGRICOLTURA IN AMERICA LATINA



La cooperativa Manduvirá, fondata in Paraguay 14 anni fa, conta 1500 piccole aziende, di cui 800 producono su base ecologica e biologica canna da zucchero, sesamo, cotone, stevia, frutta e verdura. La cooperativa, che esporta canna da zucchero con il marchio Fairtrade in 17 paesi, supporta le aziende nella produzione, distribuzione e vendita. Offre inoltre un sostegno finanziario, tecnico e professionale. L'obiettivo è che tutti i protagonisti attivi nella catena alimentare agiscano in modo sostenibile dalla coltivazione all'esportazione, fino alla vendita.

ENERGIA SOLARE PER L'AFRICA

Con piccoli sistemi di energia solare per il consumo domestico, l'azienda keniana M-Kopa Solar vuole conquistare il continente africano. L'azienda offre un finanziamento interessante in dodici rate mensili mediante il mobile banking. Il mercato per le soluzioni di pagamento mobile in Africa è enorme: solo in Kenya oggi 20 milioni di persone pagano in questo modo. Eppure, 590 milioni di neri africani non hanno accesso all'elettricità. L'offerta di M-Kopa Solar è pertanto una manna dal cielo. In Kenya l'azienda vanta già 100.000 clienti e ogni settimana se ne aggiungono altri



2500. Entro il 2018 M-Kopa Solar vuole rifornire in Africa oltre un milione di famiglie.

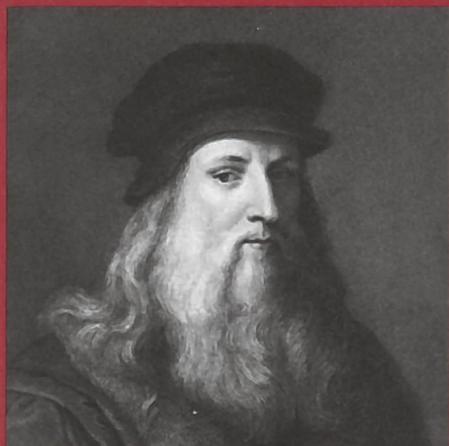
SERVIZI FINANZIARI IN ASIA ORIENTALE

La cambogiana Hattha Kaksekar Limited (HKL) è uno dei quattro maggiori istituti microfinanziari in Asia orientale ed è pertanto un importante motore economico. HKL offre crediti, prestiti e trasferimenti monetari e aiuta i piccoli clienti a realizzare le loro idee imprenditoriali e a lanciarsi nel mondo degli affari. L'intento è portare avanti lo sviluppo sostenibile della Cambogia. A fine 2013 HKL aveva oltre 140.000 titolari di conto e



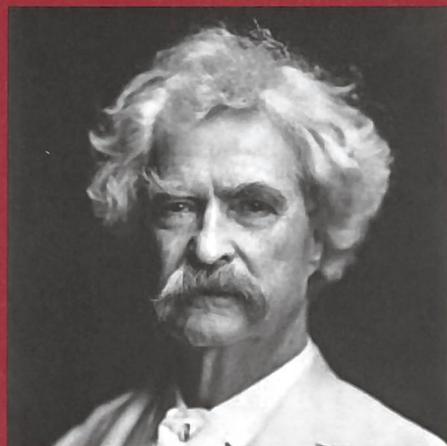
circa 83.000 beneficiari di credito. Di recente ha ampliato molto la sua quota di mercato.

Per rimanere al passo coi tempi ...



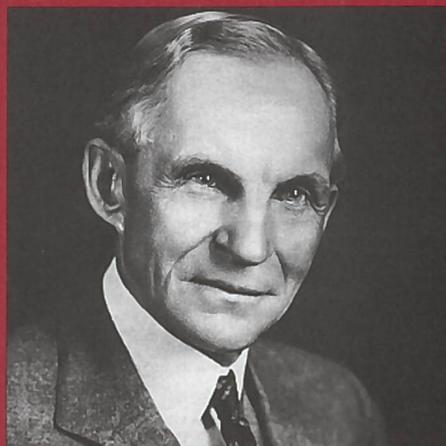
Il mezzo più efficace di ottener fama è quello di far credere al mondo di esser già famoso.

Leonardo da Vinci



Molte cose piccole sono diventate grandi con un appropriato uso della pubblicità.

Mark Twain



Chi smette di fare pubblicità per risparmiare soldi è come se fermasse l'orologio per risparmiare il tempo.

Henry Ford

Editoria
Pubblicità
Grafica

Lugano
+41 91 970 24 36
www.edimen.ch

1994 - 2014 | **20 ANNI**

eM
edimen



«C'era molto più da gestire e organizzare di quanto avessi pensato».

Roland Heuscher, San Gallo

DA PERSONA A PERSONA

– San Gallo, Rüti, Feldmeilen –

L'Autorità di protezione dei minori e degli adulti si avvale del servizio dei curatori. Chi sono le persone che svolgono questo incarico? Tre ritratti.

Autrice Iris Kuhn-Spogat Foto Laurent Burst

L'Autorità di protezione dei minori e degli adulti esiste dall'inizio del 2013. È suddivisa in 146 uffici presenti in tutto il paese e sostituisce l'autorità per la tutela che un tempo decideva a chi assegnare una curatela oppure se un bambino doveva essere affidato a terzi. Oggi queste decisioni non sono più affidate a persone estranee, bensì a team di specialisti formati da giuristi, psicologi e assistenti sociali.

L'idea alla base dell'introduzione dell'Autorità di protezione e dell'impiego di specialisti è il rafforzamento di professionalità e neutralità nella valutazione di queste problematiche spesso complesse. Tuttavia, fin dalla sua introduzione l'Autorità ha incontrato delle difficoltà: qualcuno lamenta «esorbitanti spese aggiuntive», altri criticano le decisioni dell'autorità di protezione come «disposizioni di lusso». Ha sollevato un gran polverone, ad esempio, la decisione di pagare un anno in nave per un giovane (con un costo di 142.000 franchi). A suscitare clamore, oltre a singole disposizioni, anche il fatto che le decisioni dell'Autorità di protezione devono essere finanziate dal comune nel quale vivono le persone interessate: un affronto per una società che si è accordata sulla regola «chi paga, comanda».

Incuranti di tutte le polemiche, migliaia di curatori impiegati dall'Autorità di protezione si prendono cura dei loro protetti. Tre di loro raccontano la loro

storia. Il comun denominatore? Diventare curatore è facile, ma svolgere il compito può essere molto difficile.

Roland Heuscher, 52 anni, San Gallo

Da oltre due anni Roland Heuscher è il curatore della signora Müller (nome modificato). Prima di allora era stato per molti anni il suo consulente patrimoniale. Ha assunto questo nuovo ruolo quando alla signora Müller, a seguito di un'operazione al cuore, è stata assegnata una curatela per il disbrigo delle faccende quotidiane. «La richiesta mi ha molto sorpreso e anche colto alla sprovvista» - ricorda Heuscher - «ho fatto visita alla signora Müller in ospedale e ho subito deciso di accettare».

Questo «incarico» si è rivelato dall'inizio una sfida difficile, tanto dal punto di vista temporale, quanto da quello emotivo. «C'era molto più da gestire e organizzare di quanto avessi pensato», dichiara.

La vita quotidiana della sua mandante convalescente aveva appena ritrovato un certo equilibrio, quando la donna restò vittima di una caduta in casa propria. Dovette essere nuovamente trasportata in ospedale, questa volta senza la prospettiva di poter tornare nella sua abitazione, non adatta a persone in sedia a rotelle. Bisognava dunque cercare una nuova sistemazione per la signora Müller, dare via tutto, vendere l'immobile: «C'è stato molto da fare», ricorda Roland Heuscher, «ma ne è valsa la pena».

Ora è tornata la calma: per la signora Müller ma anche per lui stesso, che afferma: «Oggi la curatela è come l'avevo immaginata all'inizio; mi occupo delle questioni amministrative e finanziarie

e faccio visita alla signora Müller di tanto in tanto».

Doris Rohner, 50 anni, Rüti ZH

Alla nascita, il fratello di Doris Rohner aveva il cordone ombelicale intorno al collo. Solamente anni dopo si è scoperto che il suo cervello ne era stato danneggiato, in modo tale da rendere necessaria un'assistenza quotidiana per tutta la vita. Fino a un paio di mesi fa erano i genitori a occuparsi della vita del loro figlio, ora la responsabilità è di Doris Rohner. «Per me era naturale che un giorno avrei dovuto farmi carico di questo ruolo». Lo fa volentieri ma, come dice lei stessa: «Non è facile, non ancora».

Le faccende di tipo amministrativo (la gestione delle finanze e tutte le questioni assicurative) non rappresentano «un grande problema». Sul piano personale, però, deve costantemente fronteggiare situazioni simili a quelle che le sono capitate tempo fa con i suoi figli: stare al suo fianco quando si verificano situazioni conflittuali, per esempio nell'istituto presso il quale lavora come giardiniere, oppure nella comunità di assistenza nella quale vive. Si occupa di gestire per lui tutto ciò che è al di fuori della normale routine quotidiana, ad esempio le visite mediche. E sta a lei stabilire i limiti e i gradi di libertà di suo fratello. «Per fortuna si fida molto di me», afferma. «Abbiamo una buona base ma c'è sempre da imparare, su di lui e su di me».

Ernst Brändli, 70 anni, Feldmeilen ZH

Quando divenne curatore per la prima volta, il ruolo aveva ancora il nome di tutore. Oggi questo pensionato gestisce due curatele affidategli dall'autorità di protezione. L'una riguarda un

quarantacinquenne autistico che lavora e abita in una fattoria e che nei fine settimana va a vivere nel suo appartamento. Essere presente, dargli una mano nella vita di tutti i giorni, per Ernst Brändli non significa solo dare, ma anche ricevere: «È arricchente». Ogni settimana il suo mandante registra una cassetta per lui con richieste, aneddoti e dettagli su ciò che ha scoperto. Il secondo è un ex panettiere pasticciere di

50 anni che 30 anni fa è sopravvissuto a un grave incidente motociclistico, ma da allora non è più riuscito a tornare a una vita normale. Dopo alcuni soggiorni presso istituti di cura è finito in psichiatria. È stato curato con farmaci fino a quando, circa 10 anni fa, è stato accolto presso una famiglia svizzera in Francia, dove ha trovato un nuovo equilibrio. «Ora riesce a cavarsela senza farmaci», dice Ernst Brändli. Ma c'è un problema:

«La sua rendita non basta e i suoi risparmi vanno esaurendosi». Brändli si è posto l'obiettivo di trovare i mezzi affinché la felicità del suo mandante non sia nuovamente compromessa a causa di mancanza di denaro. «Non deve essere costretto a tornare al punto di prima», dichiara. Per raggiungere questo obiettivo, in questo periodo sta facendo una maratona tra uffici e istituzioni, il tutto di propria iniziativa.



«Era naturale che mi facessi carico di questo ruolo, ma ancora non mi riesce facilmente».

Doris Rohner, Rüti (ZH)

«Ora riesce a cavarsela senza farmaci e vorrebbe continuare così. Non deve essere costretto a tornare al punto di prima».

Ernst Brändli, Feldmeilen

OFFRIRE AIUTO, PROTEGGERE LE PERSONE

Si chiama «Autorità di protezione dei minori e degli adulti» e il suo compito è quello di proteggere le persone che non sono autonomamente nelle condizioni di provvedere all'aiuto di cui hanno bisogno, ad esempio i minori i cui genitori non sono in grado di prendersi cura di loro. Altri esempi tipici sono quelli di persone con disabilità mentali, disturbi psichici o dipendenze patologiche. Risponde alle domande l'Autorità di protezione di Zugo.

Autori Mirjam Steuble, Dave Hertig

Quali sono le tre cose fondamentali che tutte le persone in Svizzera dovrebbero sapere sull'Autorità di protezione dei minori e degli adulti?

L'Autorità di protezione è sorta a seguito della revisione parziale del codice civile. Il concetto fondamentale della revisione parziale è la tutela individuale (su misura) dei soggetti interessati, nel rispetto dei principi di sussidiarietà, proporzionalità e responsabilità individuale. Ciò significa che un provvedimento dell'Autorità di protezione può essere emanato solamente quando le altre forme di aiuto non hanno sortito alcun effetto.

Quanto tempo occorre affinché sia presa una decisione?

In tutte le Autorità di protezione della Svizzera le risorse scarseggiano e di conseguenza i tempi di elaborazione dipendono dai criteri di urgenza e di complessità. Pericoli gravi e urgenti che riguardano l'incolumità fisica, i blocchi dei conti, i ricoveri a scopo di assistenza, ecc. vengono gestiti il giorno stesso mediante misure cautelative. Altre questioni vengono invece sbrigate in un periodo compreso tra uno e sei mesi.

Un provvedimento emanato rimane in vigore a tempo indeterminato?

No, i provvedimenti vengono periodicamente verificati per quanto concerne la loro necessità e proporzionalità. Anche le persone interessate possono presentare una richiesta di annullamento del provvedimento.

I provvedimenti hanno un costo?

Sì, gli indennizzi per i mandati e le relative imposte sono a carico delle persone

interessate, in base alla loro condizione economica. In caso di indisponibilità finanziaria, lo Stato si fa carico delle spese (come anticipo).

Posso assumere una curatela in qualità di parente?

Sì, in caso di idoneità e in assenza di conflitto di interessi ciò è persino auspicato.

Quali caratteristiche sono necessarie per chi vuole essere impiegato come mandatarario privato?

Una buona reputazione, una sana dose di empatia e l'interesse verso persone in situazioni difficili. Anche le competenze amministrative rientrano tra i presupposti per questo incarico.

Posso scegliermi un curatore?

Sì, in base all'art. 401 CC sussiste un diritto di proposta.

Posso andare in ferie anche in presenza di un provvedimento?

Sì, si può e si deve continuare a svolgere uno stile di vita adeguato. Non si applica alcuna tutela degli eredi.

Chi decide nei casi urgenti, quando non è possibile raggiungere alcun parente o persona con mandato precauzionale?

Quando è necessario intraprendere un'azione con urgenza ma non è possibile ricorrere a persone con apposito diritto di rappresentanza, viene nominata d'ufficio una curatela o ordinata un'azione sostitutiva.

Cosa possono fare le persone che cercano aiuto in situazioni di emergenza nel fine

settimana, quando l'Autorità di protezione è chiusa?

Offrono assistenza immediata la polizia, i servizi di emergenza psichiatrica, i medici di guardia e altre istituzioni quali ad esempio la «Casa delle donne».

Come collabora l'Autorità di protezione con le banche?

In prima linea sono i mandatari (ossia i curatori) a stare in contatto con le banche.

In quali casi una banca si deve rivolgere all'Autorità di protezione?

Non appena emerge il sospetto che vi sia un'incapacità di discernimento nell'ambito delle prescrizioni interne della banca per quanto concerne l'obbligo di diligenza, oppure se vi sono segnali di una gestione del mandato priva della dovuta diligenza.

Sostegno ai curatori

Raiffeisen sta in contatto quotidiano con i curatori e le curatrici. I suoi esperti saranno lieti di rispondere alle vostre domande.



Brigitte Blöchlinger

Consultant Consulenza patrimoniale
Centro regionale clientela investimenti
brigitte.bloechlinger@raiffeisen.ch
044 745 39 86



Mirjam Steuble

Consultant pianificazione finanziaria
Centro regionale clientela investimenti
mirjam.steuble@raiffeisen.ch
071 225 85 11

Titoli a dividendo: tutto dipende dalla selezione

VONTOBEL

I dividendi sono una fonte importante di reddito e, visto il loro forte stato di salute operativo, molte imprese attualmente sono generose. Tuttavia l'«acquisto alla cieca» di azioni con elevati rendimenti da dividendi non è molto sensato e nella selezione dei titoli occorre procedere in modo sistematico.

Il «Solactive European High Dividend Low Volatility Index» appena lanciato riflette la performance di una strategia intelligente su azioni europee: al centro della strategia figurano i titoli di imprese con un rendimento da dividendi elevato, che dovrebbero essere in grado di proseguire una politica dei dividendi sostenibile e stabile. Oltre a ciò, i prezzi delle azioni devono contenere un rischio di perdita relativamente basso. Nel processo di selezione vengono presi in considerazione anche altri criteri qualitativi e quantitativi. Con il VONCERT Open End (certificato Tracker) sul «Solactive European High Dividend Low Volatility Index» gli investitori partecipano pressoché alla pari a questa interessante strategia dell'indice – sia a potenziali aumenti del corso dell'indice sia a eventuali perdite.

Denominazione ASPS
Certificato tracker (1300)

Categoria
Partecipazione

VONCERT Open End sul «Solactive European High Dividend Low Volatility Index»

Nuove emissioni, termine di sottoscrizione: 05.12.2014, ore 12:00

N. di valore	Simbolo	Sottostante	Prezzo di emissione ¹	Durata
2417 3007	VZHDC	«Solactive European High Dividend Low Volatility Index»	CHF 101.50	Open End
2417 3008	VZHDE	«Solactive European High Dividend Low Volatility Index»	EUR 101.50	Open End

Composizione iniziale dell'indice al fixing iniziale (ponderazione al 5%)¹

Azioni	Valuta	Azioni	Valuta	Azioni	Valuta	Azioni	Valuta
Pennon Group Plc	GBP	Sampo Oyj	EUR	Imperial Tobacco Group Plc	GBP	BAE Systems Plc	GBP
British American Tobacco	GBP	Centrica Plc	GBP	Informa Plc	GBP	Pearson Plc	GBP
GlaxoSmithKline Plc	GBP	Swiss Re AG	CHF	IG Group Holdings Plc	GBP	Ericsson LM	SEK
Rubis	EUR	StatOil Asa	NOK	Next Plc	GBP	Standard Life Plc	GBP
Svenska Handelsbanken	SEK	Red Electrica Corporacion S.A.	EUR	Amec Plc	GBP	British Sky Broadcasting Group	GBP

Emittente Vontobel Financial Products Ltd., DIFC Dubai, garante: Vontobel Holding AG, Zurigo. Fixing iniziale 05.12.2014, Liberazione 12.12.2014, Quotazione: viene richiesta presso la SIX Swiss Exchange. Commissione di gestione 1,2% p.a. ¹Tutti i dati sono indicativi e possono subire modifiche. Prezzo di emissione inclusa commissione di emissione di CHF 1.50 o EUR 1.50.

Un investimento nel VONCERT (certificato Tracker [1300] tipo di prodotto ASPS) comporta in linea di massima gli stessi rischi di un investimento diretto nel sottostante, soprattutto i relativi rischi valutari, di mercato e di corso. I VONCERT non generano redditi correnti e non dispongono di garanzia del capitale. L'investitore si assume un rischio valutario, in quanto il prodotto è quotato in CHF e/o in EUR, tuttavia le singole componenti dell'indice sono negoziate in parte in altre valute.

I termsheets con le condizioni vincolanti per legge e ulteriori informazioni sono disponibili sul sito www.derinet.ch Vontobel Holding AG (S&P A-/Moody's A3) – Bank Vontobel AG (S&P A-/Moody's A2)

www.derinet.ch
Telefono 058 283 78 50

Performance creates trust

La presente pubblicazione svolge una funzione puramente informativa ed espressamente non è rivolta alle persone a cui le leggi vigenti vietano l'accesso a tali informazioni in virtù della loro nazionalità o luogo di residenza. Essa non costituisce in nessun modo un'indicazione di quotazione né un prospetto informativo ai sensi degli articoli 652a CO e 1156 CO, né un prospetto semplificato ai sensi dell'art. 5 della legge federale sugli investimenti collettivi di capitale (LICo) e non rappresenta in alcun modo un'offerta o un invito a presentare un'offerta né una raccomandazione all'acquisto di prodotti finanziari. La documentazione giuridicamente determinante dei prodotti (prospetto di quotazione) è costituita dal Termsheet definitivo comprensivo di Final Terms e dal programma di emissione registrato presso la SIX Swiss Exchange. È possibile scaricare tali documenti e l'opuscolo «Rischi particolari nel commercio di valori mobiliari» dal sito www.derinet.ch o richiederli gratuitamente a Bank Vontobel AG, Financial Products, Bleicherweg 21, CH-8022 Zurigo. I prodotti derivati non sono investimenti collettivi di capitale ai sensi della LICo e quindi non sono soggetti all'autorizzazione e al controllo dell'Autorità federale di vigilanza sui mercati finanziari (FINMA). Gli investimenti in prodotti derivati sono soggetti al rischio di inadempienza da parte dell'emittente/garante e ad altri rischi specifici, anche se una possibile perdita è limitata al prezzo di acquisto pagato. Prima di effettuare operazioni sui derivati gli investitori devono leggere la documentazione dei prodotti e inoltre si raccomanda di ricorrere alla consulenza di esperti. Non vi è alcuna garanzia delle informazioni contenute in questo annuncio pubblicitario. Per eventuali domande relative ai nostri prodotti siamo a vostra disposizione al numero +41 (0)58 283 78 50. Vi ricordiamo che le conversazioni su questa linea vengono registrate. © Bank Vontobel AG. Tutti i diritti riservati. Zurigo, 3 dicembre 2014.

BENEFATTORI RAGGIRATI

– Svizzera –

Sono truffatori quelli che per strada chiedono donazioni mostrando documenti falsi. Le organizzazioni umanitarie riconosciute non lo fanno. Talvolta sono addirittura borseggiatori.

Autore Alexander Saheb Illustrazione Gabi Kopp

Meglio se contanti. Negli anni passati sempre più passanti in Svizzera sono stati raggirati da truffatori che esibivano documenti falsi chiedendo donazioni. Anche le organizzazioni umanitarie più note devono fare i conti con queste truffe. Nel 2013 è toccato a Handicap International che sostiene persone disabili e bisognose in situazioni di povertà ed

emarginazione sociale. I malintenzionati copiavano il logo dell'organizzazione sugli elenchi delle donazioni e mendicavano così denaro nei centri commerciali, nelle stazioni o per strada. «Questi individui sono truffatori organizzati specializzati nelle donazioni. Le case per sordomuti, per le quali gli impostori dicevano di raccogliere denaro, non esistono», mette in guardia Handicap International sul suo sito web. Non si raccolgono donazioni in contanti per strada poiché va contro la propria politica e contro i requisiti richiesti dal servizio di certificazione Zewo. Segnalazioni simili provengono anche da Médecins sans Frontières (MSF), da marzo 2014

impegnati nella lotta contro l'epidemia di ebola in Africa, o dall'organizzazione Procap.

Assunti bambini disagiati

Un caso estremo si è verificato tuttavia già nel 2010, in Germania. Come riporta la testata «Westfälischen Anzeiger», un sedicenne assumeva bambini disagiati che in cambio di regali dovevano andare a caccia di donazioni, muniti di lettere falsificate di un liceo. Nei documenti si leggeva che le donazioni erano destinate a scuole gemellate in Argentina. Tutto inventato. In base alle informazioni della polizia, la truffa ha colpito diverse migliaia di persone.

Truffatori fantasiosi

Come spiega la viceresponsabile Chantal Billaud, la Prevenzione Svizzera della Criminalità conosce altri metodi adottati. Gli astuti ladri fanno finta di raccogliere donazioni ma in realtà sono



interessati a ben altro bottino. Coinvolgono i passanti in una conversazione per poi rubar loro il portafoglio oppure arrivano alla porta di casa e tentano di

sottrarre oggetti di valore. Questi individui cercano addirittura le loro vittime tramite telefono e Internet, ad esempio con mail di massa che contengono un mirato ricatto morale per i destinatari: «Questo bambino morirà se non farà una donazione...», cita la Prevenzione della Criminalità, leggendo una di queste mail. Non bisogna però farsi intenerire da richieste del genere. Anche Marco Bisa del Servizio stampa della polizia municipale di Zurigo fa appello alla prudenza. «Se qualcuno chiede di fare una donazione, è necessario affrontare tale persona con buon senso e una sana dose di diffidenza», sottolinea. Se si sospetta una truffa, non bisogna assecondare la richiesta bensì informare immediatamente la polizia.

La trasparenza è necessaria

Anche al di là dei casi criminali è d'uopo stare allerta quando si fa una donazione. La fondazione Zewo è l'Ufficio svizzero di certificazione per le organizzazioni di utilità pubblica che raccolgono donazioni ed elenca sul sito Internet tutta una serie di organizzazioni che non soddisfano i suoi requisiti di trasparenza nell'utilizzo delle donazioni raccolte e che quindi non ha ricevuto il marchio «Zewo». Viene riportata ad esempio la «Stiftung für das Pferd» (Fondazione per il cavallo) di Berna o «Les Greniers du Monde» di Ginevra. Zewo consiglia di farsi spedire materiale informativo e di studiare il rapporto annuale prima di fare una donazione a una di queste organizzazioni.

Svizzeri propensi alla donazione

Gli svizzeri amano fare donazioni. Nel 2012 sono stati destinati alle donazioni complessivamente 1,6 miliardi di franchi. Oltre un miliardo è entrato nelle casse di enti assistenziali certificati Zewo. Ancora più alta sembra essere la

«È meglio essere prudenti»

Martin Boess
Direttore della Prevenzione Svizzera
della Criminalità (PSC)

somma donata nel 2013 dalle famiglie svizzere. In base a quanto monitorato dai ricercatori di mercato di gfs Zurigo, si stima che ogni famiglia abbia donato circa 490 franchi. Le persone con più di 65 anni e quelle con un livello di formazione e un reddito elevati sono risultate essere le più generose.

Donare in sicurezza

Chantal Billaud è del parere che chi dona dovrebbe seguire alcuni semplici principi. È necessario verificare le organizzazioni che raccolgono donazioni per strada per opera di singole persone o con uno stand. Se non fosse possibile, sarebbe meglio non donare. Se singole persone o piccoli gruppi chiedono del denaro, non bisognerebbe farsi coinvolgere in una conversazione, ma è opportuno fare attenzione al portafoglio e proseguire. Inoltre non bisogna farsi mettere sotto pressione a donare assolutamente qualcosa subito, consiglia Zewo. Si sconsigliano altresì le organizzazioni che donano a favore di singoli bambini. Tali donazioni creerebbero tensioni nel contesto sociale del bambino perché è stato favorito. Pertanto è meglio sostenere un progetto.

Come donare in sicurezza

- Non donate mai sotto pressione.
- Verificate prima l'organizzazione che richiede donazioni per strada.
- Singole persone o piccoli gruppi possono anche essere borseggiatori. Attenzione!
- Informatevi prima di donare a un'organizzazione senza marchio Zewo.
- È meglio donare a un progetto rispetto che a un singolo bambino per non privilegiare nessuno.

Fonte: Prevenzione Svizzera della Criminalità, Zewo

IL DIRITTO DI DIRE «NO»

Martin Boess della Prevenzione Svizzera della Criminalità sa come evitare i truffatori delle donazioni. Inoltre bisognerebbe informare la polizia dei casi sospetti.

Intervista Alexander Saheb

PANORAMA: Quando si ha l'alta stagione di questo tipo di malfattori?

La loro attività più intensa si registra nel periodo d'Avvento e di Natale. In questo lasso di tempo molti enti assistenziali seri conducono le loro raccolte e i truffatori ne approfittano.

Da cosa li si riconosce di norma?

I truffatori delle donazioni sono normalmente in strada, fermano a caso i passanti oppure suonano alla porta di casa. Un ente serio si riconosce perché lo scopo della donazione è dichiarato in modo chiaro e i collaboratori portano un'uniforme oppure allestiscono uno stand informativo.

Non voglio fare una donazione. Come mi sbarazzo di chi mi chiede soldi?

Basta dire chiaramente «no», aiutandosi con un gesto della mano. Non fatevi coinvolgere in una conversazione e giratevi. Se un estraneo vi ferma per la strada, avete tutto il diritto di dire no.

Come posso proteggermi da queste truffe?

Mostrate una sana diffidenza quando venite fermati. È meglio donare a un'organizzazione che conoscete! Non fate subito una donazione, piuttosto fatevi dare una polizza di versamento. Fate attenzione che nessuno possa attentare al vostro portafoglio. Segnalate le persone sospette che raccolgono donazioni alla polizia al numero per le emergenze 117.

Martin Boess
Direttore della
Prevenzione Svizzera
della Criminalità (PSC)



BNS NUOVAMENTE IN MODALITÀ CRISI

– Internazionale –

La Banca centrale americana sta lentamente preparando i mercati al primo aumento dei tassi dal 2006. La politica monetaria della BNS al contrario è nuovamente in modalità crisi. Proprio come nell'Eurozona, anche qui in Svizzera i tassi rimarranno bassi ancora per molto.

Autore Domagoj Arapovic,
Infografici Andrea Klaiber

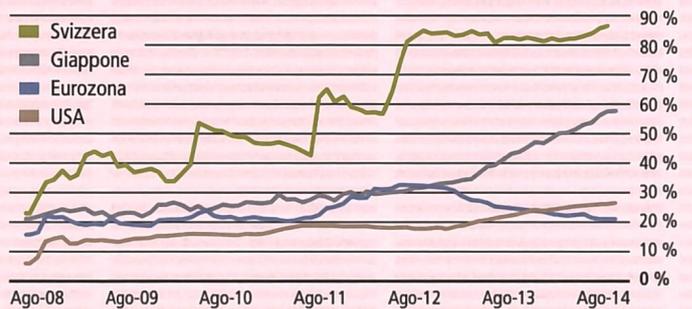
Sei anni fa la crisi immobiliare statunitense fece vacillare il sistema finanziario internazionale e l'economia mondiale. La Banca centrale americana (Fed) reagì con un ampliamento straordinario della liquidità per il settore bancario e marcate riduzioni dei tassi. Ma già poco dopo il fallimento Lehman i tassi di riferimento erano giunti a quota zero. La congiuntura peggiorò ancora drasticamente e il tasso di disoccupazione schizzò alle stelle. L'allora presidente della Fed, Ben Bernanke, che in qualità di economista aveva studiato a fondo la Grande Depressione, temette il ripetersi del drammatico scenario presentatosi negli anni trenta. Dopo il crollo delle borse alla fine del 1929 i banchieri centrali reagirono in modo molto passivo: un errore da non ripetere. Nel novembre del 2008 la Fed deliberò quindi l'allentamento quantitativo: iniziò con acquisti obbligazionari in grande stile, per arginare anche i tassi a lungo termine.

Inoltre, grazie all'aumento dei crediti delle banche centrali si voleva supportare la concessione dei crediti da parte delle banche. L'ultimo dei tre programmi di acquisto è appena terminato e ora si procederà, seppur lentamente, al primo aumento dei tassi dal 2006.

Quello che non tutti sanno è che durante la crisi anche la Banca nazionale svizzera (BNS) ha implementato un programma di acquisti obbligazionari, seppur di portata decisamente più ridotta. Inoltre la BNS ha acquistato obbligazioni societarie e non titoli di stato. La BNS è intervenuta però soprattutto con gli acquisti di euro sul mercato delle divise per fermare la rapida rivalutazione del franco. Proprio come negli USA, in tal modo gli averi in conto giro delle banche commerciali sono aumentati decisamente e, di conseguenza, si è ampliato il bilancio della BNS. Rispetto alla produzione, in Svizzera le misure di intervento hanno avuto effetti persino più profondi che all'estero (v. grafico 1).

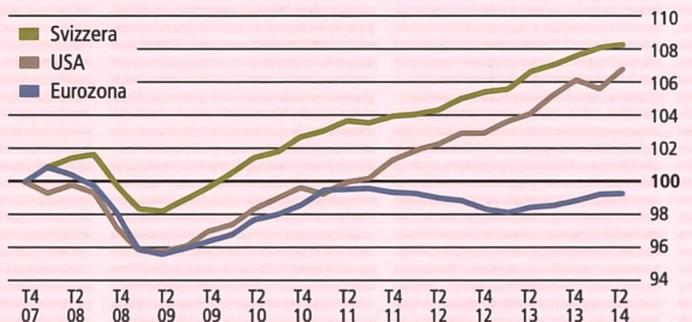
Diversamente dagli USA, la Svizzera tuttavia non è in procinto di aumentare i tassi. Il vicepresidente della BNS, Jean-Pierre Danthine, nella primavera del 2012 ha lasciato trapelare che le misure non convenzionali delle banche centrali sono «risposte straordinarie a circostanze straordinarie. E che così rimarrà». Più di tre anni

Bilanci delle banche centrali in % del PIL nazionale



Fonte: Bloomberg, Raiffeisen Research

Andamento del prodotto interno lordo reale (indicizzato, T4 2007 = 100)



Fonte: Datastream, Raiffeisen Research

dopo la sua introduzione, però, il corso minimo è ancora in vigore. Quindi il margine di manovra della BNS è ulteriormente limitato e per un certo grado dipendente dalla politica monetaria della Banca centrale europea. E questa negli ultimi mesi ha allentato ulteriormente le condizioni monetarie, infatti, al contrario degli USA, la congiuntura nell'Eurozona va a rilento. Le aspettative del mercato indicano che la svolta della politica monetaria nell'Eurozona si farà attendere ancora a lungo. Fintantoché il corso minimo rimarrà in essere, ciò varrà anche per la Svizzera.

In linea di principio la situazione economica generale nel nostro paese continua a essere solida.

Ad esempio, il tasso di disoccupazione si mantiene a un livello basso. Il prodotto interno lordo svizzero si è ripreso relativamente in fretta dalla crisi e negli scorsi anni è aumentato più che negli USA e nell'Eurozona (v. grafico 2). Da questo punto di vista sarebbero giustificati tassi leggermente più alti. Non da ultimo, una politica dei tassi zero protratta estremamente a lungo cela anche rischi, infatti il rischio di distorsioni e allocazioni errate sui mercati aumenta. Ciononostante la Banca nazionale anche nel 2015 dovrebbe rimanere fedele alla sua politica monetaria di allentamento; attualmente non si profila infatti alcun segnale che faccia prevedere un cambio di direzione.

DIFESE LIMITATE

- Svizzera -

L'economia svizzera nel confronto internazionale è estremamente competitiva. Nonostante il vantaggio relativo rispetto alla maggior parte delle economie nazionali, non wè però immune dall'influenza delle tendenze di crescita globali, e soprattutto europee.

Autore Roland Kläger
Infografici Andrea Klaiber

L'economia svizzera è sempre considerata estremamente competitiva. Diversi rating vedono la Svizzera al primo posto, o almeno nel gruppo di testa. Punti di eccellenza sono ad esempio la capacità di innovazione, l'infrastruttura o anche il panorama fiscale. L'elevata competitività si rispecchia anche in una solida crescita economica. Dall'inizio del millennio il prodotto interno lordo (PIL) della Svizzera tende a crescere più rapidamente di quello degli altri stati europei. È vero che grandi economie nazionali come la Francia e l'Italia si sono già da tempo allontanate dal gruppo di testa, ma anche il confronto più ambizioso con la Germania risulta a vantaggio della Svizzera. In particolare l'economia tedesca si rivela lievemente più soggetta a oscillazioni, con contraccolpi più pesanti nei periodi di contrazione. (v. grafico) La percentuale di esportazioni sul PIL svizzero è

aumentata costantemente nel corso degli anni. Le esportazioni di merci attualmente rappresentano più del 50% della creazione di valore. In generale la globalizzazione ha dato slancio alle esportazioni. In Svizzera questo processo è stato supportato dalla concentrazione su settori con vantaggio comparativo, basato sull'innovazione e la qualità. Non da ultimo, poiché questi prodotti non si differenziano principalmente per il prezzo, si sono potuti affermare sul mercato mondiale anche grazie a un apprezzamento del franco svizzero dovuto a fattori strutturali.

A fronte delle forti interrelazioni globali, la dipendenza dell'economia svizzera dalla situazione dei suoi partner commerciali certo non sorprende. Ma anche una solida economia interna può rappresentare un importante pilastro della crescita. Consumi, investimenti edilizi e nelle attrezzature, sono altrettanto importanti per un andamento economico stabile e in caso di crisi economiche globali, come quella registrata ad esempio nel 2009, impediscono un crollo ancora più pesante della produzione.

Anche se attualmente l'economia svizzera sembra crescere leggermente al di sotto del suo potenziale, la dinamicità è sufficiente a permettere la continua creazione di posti di lavoro. Il numero degli occupati è nettamente al di sopra del livello pre-crisi. Dalla fine del 2007 sono stati

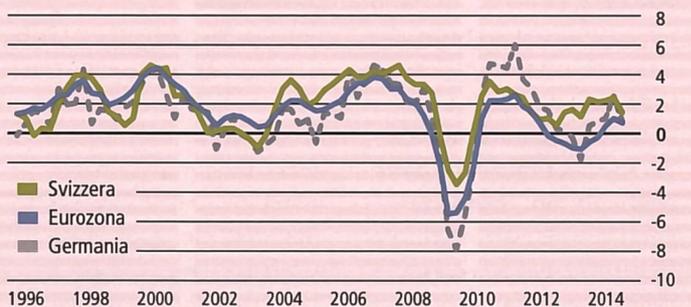
creati circa 226 000 posti di lavoro. Colpisce in particolare il settore dei servizi, con 218 000 nuovi posti di lavoro. Circa un terzo della crescita è stato registrato solo nel settore sanitario e sociale (v. grafico). Ma anche nel settore dei servizi non tutti se la sono cavata bene. Il calo maggiore si è registrato nel settore della ristorazione. I posti di lavoro nel settore secondario nello stesso periodo sono rimasti sostanzialmente invariati. L'industria manifatturiera ha perso 20 000 posti, con il settore dei macchinari che ha registrato il calo maggiore. L'edilizia al contrario registra un incremento di 24 000 posti.

Sono stati creati nuovi posti di lavoro e, grazie all'immigrazione, è cresciuta anche la popolazione attiva. Il tasso di disoccupazione a maggio 2013, con il 3,2%, ha

raggiunto un temporaneo picco. Se i dati sulla popolazione attiva nella statistica venissero costantemente adeguati (il valore attualmente utilizzato risale al 2010), il tasso di disoccupazione effettivo si attesterebbe solamente a uno stimato 3,0%. Se il rallentamento della dinamica economica dovesse tuttavia frenare la crescita di posti di lavoro, a fronte di un andamento demografico invariato il tasso di disoccupazione salirebbe necessariamente.

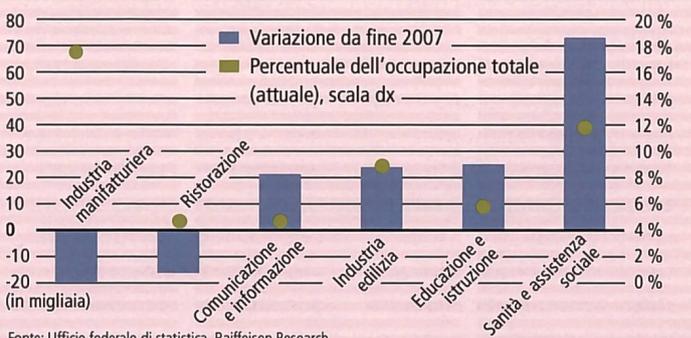
L'economia svizzera è ben posizionata per un andamento solido. Le prospettive di crescita per l'Eurozona rimangono tuttavia fosche. La Svizzera non ne è influenzata in larga misura, ma le sue difese sono limitate. Per poter sfruttare la buona dinamica economica sarebbe necessaria una ripresa dei principali partner commerciali.

Economia svizzera con vantaggi nel confronto internazionale



Fonte: Bloomberg, Raiffeisen Research

Variazione del numero di occupati rispetto al livello pre-crisi (selezione)



Fonte: Ufficio federale di statistica, Raiffeisen Research

«I GRANDI GUADAGNI NON SI FANNO IN BORSA»

- Zurigo -

Intervista Dave Hertig

Ralf Seiz, lei si occupa di strutturare portafogli di titoli per la clientela investimenti istituzionale. Che cosa la stimola della sua professione?

Mi piace elaborare approcci sistematici per trovare soluzioni migliori grazie alle conoscenze scientifiche. Una volta, nella strutturazione dei portafogli si prestava attenzione soprattutto al migliore rendimento; adesso però, a seguito delle recenti grandi crisi finanziarie, è tornato in primo piano il mantenimento del valore. È corretta questa osservazione?

L'obiettivo di un portafoglio è di conseguire un rendimento, ma anche il mantenimento del valore è molto importante. Infatti, se si hanno perdite per il 50 per cento, dal nuovo livello è poi necessario un guadagno del 100 per cento solo per tornare allo stato di partenza. È quindi più semplice tutelare il patrimonio fin dall'inizio e non azzardare manovre rischiose. In borsa la maggior parte delle persone cerca di ottenere con la maggior precisione possibile il rendimento della media di mercato. Questa attenzione alla media non è noiosa?

La media non è affatto male come obiettivo: significa che il vostro portafoglio aumenta congiuntamente alla crescita economica internazionale di lungo termine.

Come possono riuscire gli investitori privati ad assemblare il deposito ottimale?

Si rileva un profilo di rischio dal quale si ricava la ripartizione delle categorie d'investimento, ossia fondamentalmente il rapporto tra azioni e obbligazioni. Sia per motivi privati sia per i nostri clienti, è molto importante per me lasciare in linea di massima fermi gli investimenti, apportandovi però delle modifiche periodiche basate su regole chiare.

Quali regole?

I fondi e gli investimenti indicizzati si orientano agli indici di borsa. Essi spesso sono ponderati a seconda della grandezza: la quota dei singoli investimenti nell'indice si orienta ad esempio in base al valore borsistico complessivo di un'azienda. Una regola migliore potrebbe essere che tutti i titoli abbiano la stessa quota: ad esempio 100 azioni, ciascuna con una quota dell'1 per cento. A seguito dei movimenti dei corsi questa ponderazione tende ad alterarsi e viene periodicamente ripristinata, in modo anticiclico e automatico, a 100 volte l'1 per cento. Un'altra regola possibile è includere nella ponderazione il rischio dei singoli titoli.

A cos'altro devono prestare attenzione gli investitori privati?

Gli aspetti di gran lunga più importanti sono diversificare il più possibile e mantenere bassi i costi.

Quali errori bisogna assolutamente evitare?

Nell'amministrazione dei patrimoni non vi sono molte cose che si possono fare bene, ma ve ne sono tante

«Gli investitori devono diversificare il più possibile e mantenere bassi i costi.»

che si possono fare male.

Non bisogna correre grandi rischi o rischi non sistematici; in quest'ultima categoria rientrano quelli cui corrisponde un relativo potenziale di rendimento a lungo termine. Quanto più elevato è il rischio, tanto maggiore deve essere il premio potenziale.

Bisogna effettuare investimenti sostenibili?

Le analisi scientifiche mostrano che gli investimenti sostenibili non si comportano né meglio né peggio degli altri titoli. Da un punto di vista prettamente finanziario quindi non vi è nessun motivo per operare con investimenti convenzionali. D'altro canto, oltre a un rendimento analogo, gli investimenti sostenibili offrono il vantaggio di soddisfare anche requisiti sociali o ecologici.

Perché nessun consulente agli investimenti o teorico dei mercati finanziari riesce a diventare ricco operando in borsa?

Nessuno ha la sfera di cristallo che gli permette di prevedere l'andamento futuro. Chi possiede un patrimonio dovrebbe ottimizzarlo, ma questo di per sé non significa che diventerà ricco.

Non si possono fare enormi guadagni in borsa?

Questo è possibile solamente a fronte di rischi esagerati e molta fortuna. I grandi guadagni non si fanno in borsa, ma altrove.



Ralf Seiz (40), fisico e dottore in scienze economiche. È CEO dell'azienda Finreon, da lui fondata, e docente incaricato presso l'università di San Gallo.

L'IMPORTANZA DI UNA PROSPETTIVA A LUNGO TERMINE

- San Gallo -

L'anno d'investimento 2014 è ormai terminato. È stato un anno caratterizzato nuovamente da tassi bassi e da rischi geopolitici. E qual è stato l'andamento del vostro deposito in un contesto così difficile?

Autore Nicolas Samyn
Infografici Andrea Klaiber

Gli obiettivi e i desideri del cliente costituiscono la base della consulenza agli investimenti presso Raiffeisen. A seconda della situazione finanziaria del cliente, della sua capacità e propensione al rischio, viene definita la strategia d'investimento adeguata. Si può scegliere tra cinque strategie d'investimento con diverso potenziale di rendimento e rischio. La differenza principale risiede nella combinazione di categorie d'investimento in cui si investe. La strategia più propensa al rischio prevede una quota più elevata di azioni, mentre in quella più prudente prevale la quota di obbligazioni. «Il senso di una strategia d'investimento consiste nel

riprodurre il profilo di rischio del cliente e nel perseguirla senza modificarla per un periodo prolungato. Diversi studi mostrano che il 70-80 per cento della variabilità del successo di un investimento è riconducibile alla composizione strategica del portafoglio», spiega Nicolas Samyn, responsabile Investment Services di Raiffeisen Svizzera.

I vantaggi di un monitoraggio periodico

La composizione delle categorie d'investimento può variare in funzione dello sviluppo del mercato. Soprattutto in periodi turbolenti, una categoria d'investimento può ricevere improvvisamente una sovrapponderazione indesiderata nel vostro deposito. Se, ad esempio i corsi delle azioni scendono notevolmente e quelli delle obbligazioni aumentano in modo marcato, la quota obbligazionaria supera nettamente il valore stabilito nella strategia. Anche le scadenze comportano delle variazioni nella quota di obbligazioni. Il vostro deposito deve quindi essere controllato

periodicamente ed eventualmente modificato, affinché rientri di nuovo all'interno delle linee guida della vostra strategia. E magari potreste anche cercare un'alternativa per determinati titoli del vostro portafoglio.

Verifica della strategia d'investimento

È bene non modificare la strategia d'investimento definita a seguito di dati economici negativi oppure del calo dei corsi di borsa nel breve termine. «Una strategia d'investimento è una tabella di marcia a lungo termine. Gli investitori dovrebbero modificare la propria strategia solo se la loro situazione personale e finanziaria è radicalmente cambiata», spiega Samyn. Le cause possono essere una sensibile variazione del reddito, il pensionamento, un'eredità consistente, l'acquisto di una casa oppure una nuova situazione familiare. In queste occasioni può essere opportuno rivedere la strategia d'investimento. Il vostro consulente Raiffeisen sarà lieto di assistervi.

INVESTIRE IN MODO SISTEMATICO



Nicolas Samyn
Responsabile Investment Services Raiffeisen Svizzera

Intervista Oliver Klaffke

Puntando sulla «dritta giusta» gli investitori realizzano un bel guadagno?

Nicolas Samyn: Non è da escludere, ma è improbabile e rischioso. Anche le aziende con una fama solida possono fallire, si pensi a Swissair. Se un investitore avesse puntato solo su questo titolo, avrebbe perso tutto il suo denaro. Bisogna minimizzare il rischio e quindi diversificare ampiamente i propri investimenti.

Qual è il modo migliore di investire il proprio denaro?

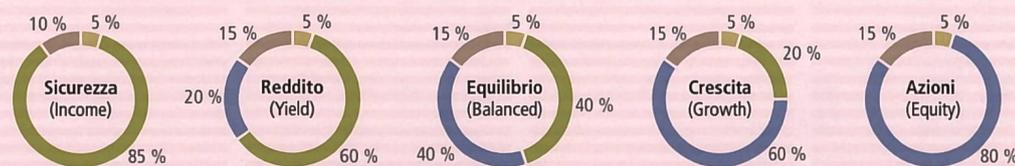
Seguire in modo sistematico una strategia in linea con la capacità di rischio e la propensione al rischio dell'investitore. È decisivo scegliere di distribuire il patrimonio in diverse categorie d'investimento e investire solo in prodotti che si è in grado di comprendere.

Qual è il rischio principale negli investimenti?

Farsi guidare dalle emozioni, che sono pessime consigliere. Gli investitori dovrebbero procedere in maniera metodica e attenersi alla strategia definita. Naturalmente bisogna anche verificare regolarmente che sia ancora adeguata.

Gli obiettivi d'investimento Raiffeisen in dettaglio

■ Mercato monetario/Liquidità ■ Obbligazioni
■ Azioni ■ Investimenti alternativi



Questo obiettivo si concentra sulla conservazione dei valori patrimoniali. Gli investimenti assicurano un reddito costante e sono soggetti solo a contenute oscillazioni di valore.

Un reddito costante deve essere integrato da utili di capitale. Le oscillazioni di valore sono modeste e adeguate a una bassa disponibilità al rischio.

Oltre al reddito costante derivante dai mercati obbligazionari, le opportunità di crescita dei mercati azionari internazionali permettono una crescita del patrimonio a lungo termine. Il livello medio di rischio implica possibili oscillazioni di valore.

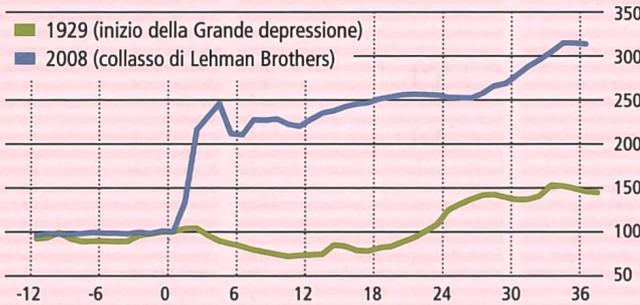
Questo obiettivo punta a un rendimento ottenuto principalmente tramite utili di capitale integrati da reddito e tale da compensare gli elevati rischi attraverso una corrispondente crescita del patrimonio. Si devono tenere in considerazione oscillazioni di valore più marcate.

Le opportunità di crescita dei mercati azionari internazionali devono generare una forte crescita del valore a lungo termine. Quest'obiettivo d'investimento prevede il rischio più elevato, pertanto è caratterizzato da elevate oscillazioni di valore.

Fonte: Raiffeisen Svizzera: «Investire – la strada giusta per incrementare il vostro patrimonio»

NUMERI E FATTI

Totale di bilancio della banca centrale statunitense (indicizzato); mesi prima e dopo l'inizio della crisi



Fonte: Datastream, Raiffeisen Research

Diversamente dal 1929, dopo il crollo della Lehman Brothers (2008), la Banca centrale statunitense ha avviato le iniezioni di liquidità. Questa volta, quindi, la politica monetaria non ha intensificato la crisi.

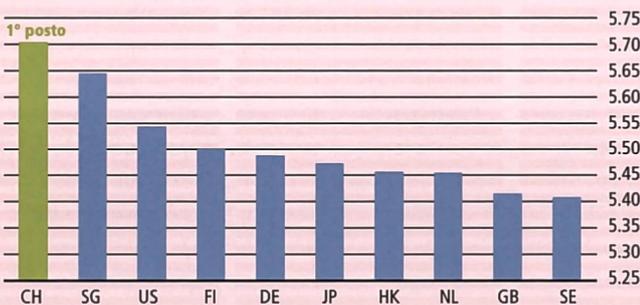
Tasso di disoccupazione in Svizzera



Fonte: Datastream, Raiffeisen Research

Già da qualche anno, il mercato del lavoro svizzero si dimostra robusto, ad esempio durante la recessione del 2009 la disoccupazione è aumentata relativamente poco. Attualmente le prospettive continuano a essere stabili.

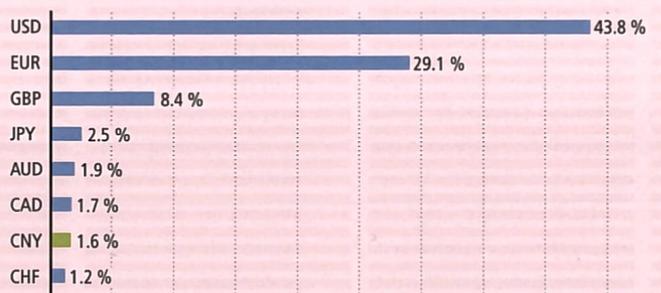
Competitività secondo la PPA



Fonte: World Economic Forum, Raiffeisen Research

Nel 2014, il World Economic Forum ha nuovamente eletto la Svizzera come il paese più competitivo al mondo. Tra i migliori dieci, il Giappone ha fatto il maggiore passo avanti.

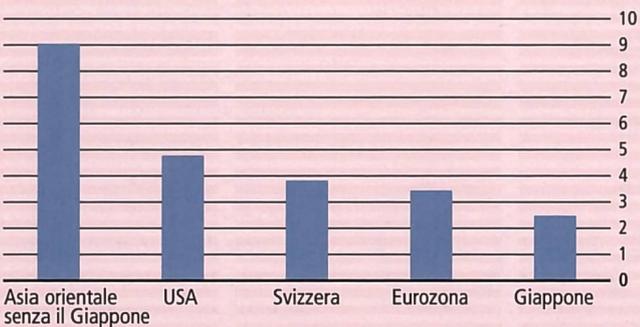
Traffico dei pagamenti internazionale in base alle valute (in base al volume, agosto 2014)



Fonte: SWIFT, Raiffeisen Research

Lo yuan cinese (CNY) viene utilizzato sempre più spesso nel traffico dei pagamenti internazionali. Tuttavia è ancora lontano dal diventare una valuta di riserva internazionale.

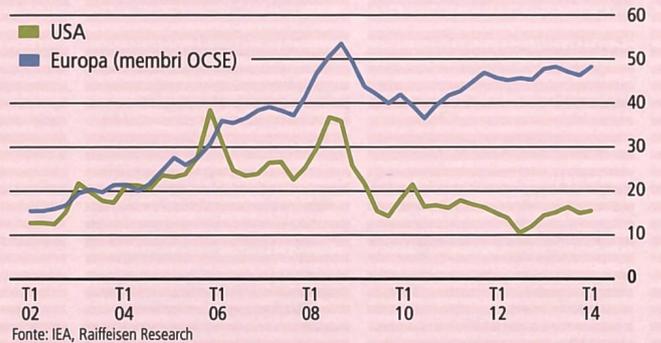
Popolazione in età di occupazione rispetto agli anziani (2013)



Fonte: Datastream, Raiffeisen Research

A seguito dei tassi di migrazione e nascita relativamente alti, gli USA sono interessati in misura minore dal cambiamento demografico.

Prezzi del gas naturale in USD per ogni megawattora



Fonte: IEA, Raiffeisen Research

Dall'inizio del boom del fracking, i prezzi del gas naturale negli USA sono decisamente più bassi che in Europa. E questo a vantaggio dell'industria statunitense, per la quale il gas naturale è un importante fattore di input.

FIDUCIA NELLA CRESCITA

– Internazionale –

Illustrazione Davide Zamberlan



Martin Neff,
economista capo
Raiffeisen Svizzera

A fine settembre l'Ufficio federale di statistica ci ha comunicato dati positivi: grazie alla revisione dei risultati annuali del conto complessivo nazionale, tra il 1995 e il 2013 la nostra economia è cresciuta dal 5 al 6% in più rispetto a quanto originariamente previsto. Da oggi a domani, più ricchi del 6%: davvero «good news».

In media, quindi, abbiamo più denaro di quanto previsto. E da fine settembre sappiamo che si tratta circa del 6% in più. È piuttosto strano quello che la statistica ci vorrebbe far credere: il 6% in più? Se l'avessi saputo prima, non avrei forse speso qualcosa di più in questi anni? Naturalmente ciò non ha senso e analizzando con attenzione i comunicati stampa dell'Ufficio federale ci si accorge ben presto che il

6% in più riguarda soprattutto modifiche contabili che vengono spiegate con concetti tecnici quali «modifiche in ambito concettuale dei metodi di calcolo e delle basi per i dati» e con il fatto che le spese per la ricerca e lo sviluppo ora vengono contabilizzate come investimenti invece che come prestazioni anticipate. Certo, per il cittadino medio un tale messaggio è difficile da comprendere, come del resto molte altre questioni di statistica economica. Che cosa sarebbe stato diverso se la crescita fosse stata sovrastimata del 6%?

Anche se ciò fa parte del mio lavoro, proprio per questo motivo sono sempre contrario a fornire previsioni precise. Infatti, la base su cui noi economisti cerchiamo di fare le nostre previsioni anche ogni trimestre non è purtroppo una buona base, se viene costantemente e sporadicamente modificata. Una previsione puntuale si trasforma così molto rapidamente in una simulazione di fatti errati. Ciononostante, tutti vorrebbero avere dati oltremodo precisi sulla crescita di un'economia nazionale, o perlomeno li vorrebbe il mondo dei mercati finanziari e della contabilità finanziaria, anche solo per l'elaborazione annuale del bilancio.

Che la crescita economica sia però davvero ancora da equiparare a un maggiore livello di benessere mi sembra piuttosto discutibile,

«Una previsione puntuale si trasforma molto rapidamente in una simulazione di fatti errati».

perlomeno nelle nostre società economicamente altamente sviluppate: da molto tempo, la parte più grande o decisiva del nostro benessere non è esprimibile attraverso i numeri. È risaputo che per chi ha soddisfatto tutte le necessità di base e quasi tutte le esigenze materiali, diventano più importanti i famosi valori immateriali; di ogni franco guadagnato in più, sono sempre meno quelli che spendiamo per finalità di consumo. La nostra propensione marginale al consumo, come denominata nel linguaggio specialistico, diminuisce costantemente.

Io appartengo ancora alla generazione in cui i genitori volevano una sola cosa, ossia che ai figli andasse meglio che a loro. «Meglio», nel mondo dei miei genitori, era inteso quasi esclusivamente in senso materialistico: un reddito più elevato, un appartamento più ampio, un'auto più grande, mobili più costosi, vacanze più dispendiose; in altre parole: di più. Questo, a essere onesti, non è più ciò che io auguro come prima cosa ai miei figli.

Invece che di avere di più, io auguro loro «solamente» di avere abbastanza: infatti, come tutti sappiamo, molti di noi non hanno bisogno di altro. Forse ci piacerebbe avere di più, ma non ne abbiamo veramente bisogno. La soddisfazione materiale, nel mondo neoliberale caratterizzato da una costante fiducia nella crescita, rappresenta un corpo estraneo. Vi sono bisogni sempre nuovi che si devono soddisfare e la mancanza di una crescita economica risulta semplicemente non concepibile. Non è accettabile, in questo contesto, il fatto che oggi spesso si parli di meno anziché di più; vi sono persone, ad esempio, che sognano di lavorare di meno e che per avere più tempo a disposizione sono persino pronte a rinunciare a parte del loro reddito: andrebbe bene anche una macchina più piccola e un appartamento meno grande. Altri orientano le proprie abitudini consumistiche in base al motto: «meno è meglio». Altri ancora misurano la propria ricchezza esclusivamente in base al benessere personale. Si tratta naturalmente di idee che vanno in direzione completamente opposta rispetto alla filosofia della fiducia nella crescita. Ma forse dovremmo effettivamente cambiare il nostro modo di pensare: se davvero non ci siamo accorti che il nostro benessere è aumentato del 6%, allora è il caso di creare nuovi parametri di misurazione del benessere.

SOPRA E SOTTO

– Serie fotografica «Immagini dal confine» –

Autore Peter Pfrunder **Foto** Nicolas Faure

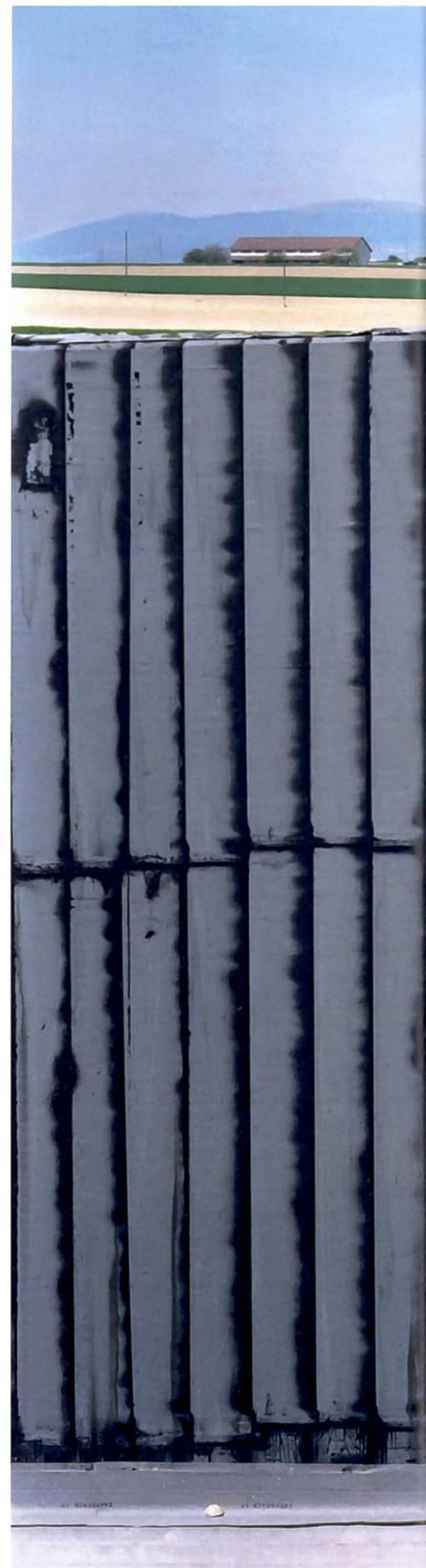
La topografia della Svizzera è caratterizzata da molteplici confini naturali – fiumi, laghi, monti – che hanno segnato la storia del paese. Spesso attraversano aree vicine dal punto di vista politico e culturale. Ciò ha fatto sì che le persone imparassero presto a superare gli ostacoli e a vedere come opportunità le divisioni imposte dalla natura. I valichi delle Alpi, ad esempio, sono sempre stati importanti elementi di unione e arricchimento; nella nuova era, a ciò si aggiungono anche le grandi gallerie.

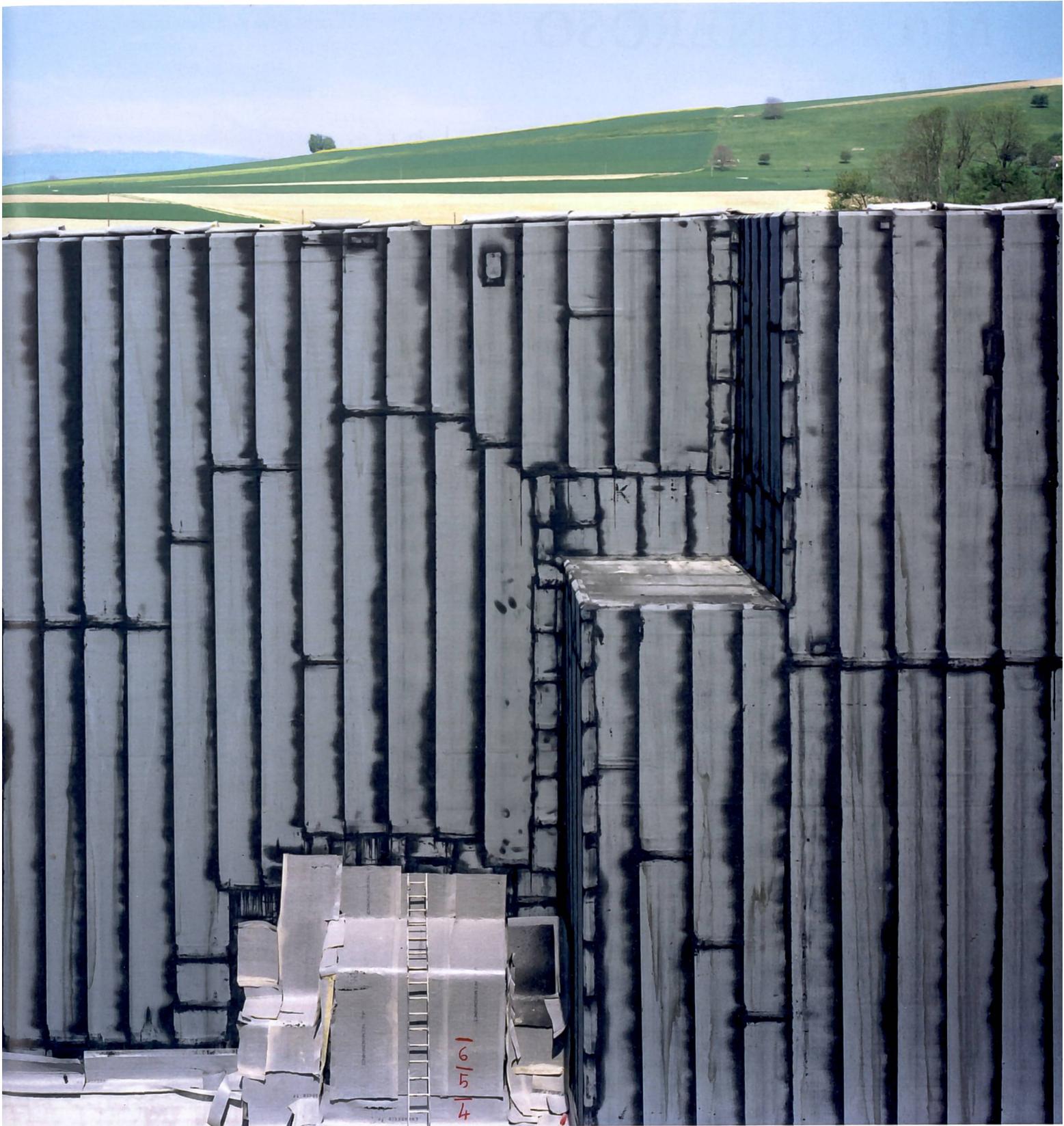
Il fotografo di Ginevra Nicolas Faure (nato nel 1949) ha sempre trattato, nelle sue opere, le vie centrali di comunicazione dimostrando, ad esempio, che è possibile rappresentare anche un'autostrada in modo estetico. Nell'immagine qui riportata egli fornisce una visione originale della «galleria di Pomy (VD)» lunga tre chilometri e inaugurata nel 2001 sulla tratta Berna-Losanna. La foto, scattata mentre erano in corso i lavori edili, non svela che si tratta della galleria più lunga dell'autostrada A1. Ma la composizione ribalta la nostra percezione abituale: il panorama idilliaco rappresentato nella parte superiore dell'immagine appare come uno strato sottile che posa su una costruzione massiccia, mentre la maggior parte dello spazio della fotografia è dedicato a quella realtà, che generalmente ci rimane nascosta. Nicolas Faure unisce in modo totalmente avvincente il sopra e il sotto, un'unione che sprigiona una bellezza che affascina tanto quanto confonde.

Fondazione svizzera per la fotografia

La Fondazione svizzera per la fotografia di Winterthur è una fondazione attiva a livello nazionale e internazionale, che dedica il suo tempo alla fotografia, alla sua storia e al suo significato attuale. Uno dei suoi compiti principali consiste nell'allestire una collezione che raccoglie l'opera fotografica della Svizzera, dagli albori ai giorni nostri. Nella serie «Immagini dal confine» vengono presentate immagini della collezione della Fondazione svizzera per la fotografia che hanno come tema il confine. L'esempio qui selezionato è tratto dall'ampia attività di Nicolas Faure, che con la sua visuale completamente nuova del panorama svizzero ha realizzato un'opera pionieristica.

fotostiftung.ch/it





QUEL SAPORE INDESCRIVIBILE MA... GENEROSO

– Valle di Muggio –

Nasce in Valle di Muggio ed è stato il primo presidio slow food in Svizzera. La sua produzione è piccola, accurata e fedele alla tradizione artigianale. Da Mendrisio a Salorino e su, su fino al Generoso per conoscere i «segreti» dello zincarlin da la Val da Mücc.

Autrice Lorenza Storni Foto Claudio Bader

Ci sono segreti e segreti. Alcuni possono essere svelati, altri restano gelosamente custoditi. Dello zincarlin da la Val da Mücc, ad esempio, primo presidio slow food svizzero, si sa che viene lavato

quotidianamente con del vino bianco, ma non è dato sapere di che vino si tratti; si sa che nell'impasto c'è del pepe, ma non viene svelato quale... Piccoli aloni di mistero che hanno contribuito a rendere questo formaggio a pasta cruda una prelibatezza ricercata dagli intenditori e buongustai e conosciuta oltre i confini cantonali.

La cantina nel massiccio del Generoso

Nel silenzio di una tipica cantina seminterrata di Salorino sono lì, in fila indiana su assi di legno, in attesa di giungere a

maturazione. Il loro intenso e persistente profumo si diffonde in tutto il locale. Qui vi entrano di un bel colore bianco e con un peso di circa 450 grammi l'uno. A fine maturazione, dopo due mesi, avranno perso dal 30 al 50 per cento della loro massa, la pelle avrà assunto una colorazione giallo-rossiccia e la pasta si sarà fatta morbida e pastosa.

Fa freddo nella cantina a cupola. La temperatura si mantiene costante a 10 gradi: è l'aria che arriva dalle viscere del Monte Generoso attraverso dei buchi aperti nel muro in fondo al locale.



02



- 01 Ogni famiglia della Valle di Muggio, nel secolo scorso, produceva...
- 02 ... gli zincarlin, tipici formaggi a base di pasta di latte crudo di mucca.
- 03 Marialuce Valtolini in cantina per controllare il grado di maturazione.

01



Sembra una magia! Indossare qualcosa di caldo è d'obbligo per chi varca la soglia della cantina e si occupa di lavare quotidianamente gli zincarlìn con il vino bianco. «Questo lavoro è importante per scongiurare le muffe indesiderate e richiede da una alle due ore a dipendenza del numero di pezzi che stanno maturando. Bisogna farlo con cura, preoccupandosi pure di cambiare il posto agli zincarlìn perché l'aria e l'umidità in cantina non è mai uniforme», ci spiega Marialuce Valtulini, unica

gerente della Zincarlìn sagl (società nata con il sostegno dell'allora associazione dei comuni Regione Valle di Muggio, Val Mara e Salorino RVM, oggi Associazione comuni del Generoso - RVM) e gerente/presidente della ProVaMM sagl, società che ha come scopo l'acquisto, la lavorazione, la vendita, la commercializzazione, la produzione di prodotti del latte e

caseari della Valle di Muggio, della Val Mara e del Mendrisiotto, così come di ogni e qualsiasi altro prodotto tipico e tradizionale.

Ricetta base

Quando è nato il presidio, lo zincarlìn stagionato non esisteva quasi più: carenze strutturali, unite a un maggiore dispendio di lavoro ed energie, avevano da tempo orientato i casari della Valle di Muggio verso la commercializzazione del prodotto fresco. Rimaneva solo una tradizione familiare. Marialuce racconta che la sua mamma Olga, 86 anni, di Muggio, ha sempre preparato gli zincarlìn in casa grazie alla sorella contadina che le forniva la pasta a base di latte crudo. Quasi tutte le famiglie contadine della Valle agli inizi del secolo scorso producevano questo particolare e unico formaggio. Oggi lo

stagionato non esisteva quasi più: carenze strutturali, unite a un maggiore dispendio di lavoro ed energie, avevano da tempo orientato i casari della Valle di Muggio verso la commercializzazione del prodotto fresco. Rimaneva solo una tradizione familiare. Marialuce racconta che la sua mamma Olga, 86 anni, di Muggio, ha sempre preparato gli zincarlìn in casa grazie alla sorella contadina che le forniva la pasta a base di latte crudo. Quasi tutte le famiglie contadine della Valle agli inizi del secolo scorso producevano questo particolare e unico formaggio. Oggi lo

«Lo zincarlìn va assaporato come ultimo formaggio perché ti esplose in bocca»

Marialuce Valtulini, gerente Zincarlìn sagl e presidente ProVaMM



VIVERE IL PASTO COME UN LENTO PIACERE

PANORAMA: È vero che Slow Food Ticino nasce prima di Slow Food Svizzera?

Dott. Giorgio Romano: Sì, Slow Food Ticino è nata nel 1987 come prima condotta straniera. La fondarono alcuni soci, dopo aver partecipato ad un congresso di Arcigola, divenuta in seguito Slow Food Italia e fondata da Carlo Petrini nel 1986. Slow Food Internazionale nacque nel 1989 e Slow Food Svizzera nel 1993.

Quali sono gli obiettivi del vostro gruppo regionale?

I nostri obiettivi si rifanno a quelli generali di Slow Food, vale a dire la promozione del diritto a vivere il pasto, e tutto il mondo dell'enogastronomia, innanzitutto come un piacere. Fu pensata come risposta al dilagare del fast food. Slow Food Ticino programma e gestisce l'attività sul territorio con cene, dibattiti, mercatini, visite a cantine e caseifici, collaborazione con altre istituzioni (ad es. Pro Specie Rara), redazione di una pagina mensile su L'Agricoltore Ticinese, sostegno ai piccoli produttori, redazione della parte ticinese della Guida delle osterie d'Italia, nonché dell'Arca del Gusto e dei suoi presidi.

Quali sono i presidi slow food in Ticino?

I presidi ticinesi per il momento sono quattro: lo zincarlìn della Valle di Muggio (2006), i cicitt delle Valli del Locarnese (2006), le pastefrolle della Valle Bedretto (2007) e la farina bona (2008). L'obiettivo del presidio è quello di salvaguardare e promuovere prodotti tradizionali come pure i saperi della tradizione.



dott. Giorgio Romano,
presidente Slow Food Ticino
www.slowfood-ticino.ch

- 01 Le collaboratrici della ProVaMM.
- 02 La pasta per gli zincarlìn deve restare appesa a sgocciolare 24 ore.
- 03 Lo zincarlìn prende forma. Ogni pezzo è confezionato a mano.
- 04 Il formaggio alto e quello basso sono i «fratelli» meno famosi dello zincarlìn.
- 05 Pronti da vendere e da gustare.
- 06 Ogni giorno gli zincarlìn vanno lavati con il vino bianco per evitare il proliferare di muffe.
- 07 Laboratorio e cantina: è qui a Salorino che nascono e maturano gli zincarlìn.



02



03



04



05



06



01

zincarlìn del presidio è preparato secondo la ricetta più semplice e perlopiù condivisa che è anche quella da sempre utilizzata da Olga: latte di mucca, caglio, sale e pepe. Quindi niente prezzemolo, aglio o altre erbe aromatiche che potrebbero condizionarne la maturazione. Grazie alla ricetta base sono ottemperati gli importanti dispositivi di legge. Cosa alla quale devono sottostare anche i pochi contadini che forniscono la pasta. A questi ultimi – che hanno ricevuto un’abilitazione – è richiesto di lavorare secondo gli standard europei.

Dal Monte Generoso

Uno di questi contadini è Pietro Gerosa, da 34 anni gestore sul Monte Generoso

dell’Alpe Grassa, di proprietà del patriato di Castel San Pietro. Lo incontriamo lassù, a 1028 metri di altezza. Le 10 mucche e le 70 capre sono al pascolo. Nell’aia girano indisturbate galline, alcuni pavoni e cani. I musci di due cavalle curiose sporgono dai box. Gerosa ha appena appeso nel caseificio la pasta che servirà a confezionare gli zincarlìn. Contenuta in teli, resterà così a scolare per 24 ore. In seguito prenderà la via del laboratorio di Salorino (situato proprio sopra la cantina) dove si preparano in media 40 zincarlìn alla settimana. A fine stagionatura saranno infine trasferiti a Mendrisio per essere venduti nel «Magnifico Borgo», gestito dalla ProVaMM. In questo negozio di commestibili sono inoltre in vendita

tanti altri prodotti genuini e tradizionali della regione, dalla farina per la polenta macinata al Mulino di Bruzella, ai biscotti realizzati con questa farina, dal miele di castagno alle marmellate, dai formaggi ai vini locali ai salumi, ecc. Perché, come si sa, i prodotti a Km 0 o comunque legati ad una filiera corta, incontrano sempre più i gusti dei consumatori.

Pietro Gerosa non è un uomo di tante parole. Ma ci spiega che nel 2005/2006 l’Alpe Grassa è stata ristrutturata e trasformata in una struttura agrituristica. Oggi oltre alla stalla, al fienile e al caseificio, vi è anche un ristorantino con alloggio. «Qui si sta benissimo e i formaggi di capra di Pietro sono i migliori!», afferma un attento e simpatico cliente incontrato casualmente.

Zincarlìn e turismo

Il lavoro di squadra di qualche anno fa tra gli agricoltori, la RVM e Slow Food ha fatto sì che non solo nascesse il primo presidio svizzero, e cioè lo zincarlìn, ma che questo si potesse ben sfruttare come veicolo di promozione turistica. In effetti la Valle di Muggio è celebre non solo per l’incanto della natura e la bellezza



07

del paesaggio, ma anche per i suoi prodotti locali tipici. I gusti e profumi di questa terra a sud del Ticino sono noti e amati. Lo zincarlìn riassume in sé, sostiene, il sapore della caratteristica flora locale. Non l'avete mai assaggiato? È possibile organizzare una visita e gustarlo contattando la Zincarlìn sagl. «Un prodotto – ci spiega Marialuce Valtulini – che si ama o si detesta. Non ci sono vie di mezzo. Difficile descriverne il gusto unico: non piccante, non salato, ma intenso e persistente. In ogni caso, e questo consiglio vale sempre, è un formaggio da assaporare come ultimo perché in bocca ti esplose!» Anche l'aspetto non è facile da definire. C'è chi sostiene che assomigli ad una tazzina capovolta e chi, come Marialuce Valtulini lo ritiene simile a un menhir. Ad ogni modo ogni pezzo è modellato a mano e perciò nessuno risulta identico all'altro. Oltre che essere venduti nel negozio di Mendrisio, che ha sede nell'ex filanda, gli zincarlìn si possono trovare ai mercati di Chiasso il venerdì,

di Lugano il martedì e di Bellinzona il sabato. Inoltre sono venduti da Coop in porzioni di quartini.

Oppure si può mettere in agenda per la prossima bella stagione una gita alla scoperta o riscoperta della Valle di Muggio con caccia al... tesoro, ovvero il famoso zincarlìn.

Solo in Valle di Muggio

Ogni famiglia della Valle di Muggio, ad inizio del 1900, produceva lo zincarlìn in casa. Con lo spopolamento della valle dal 1950 e poi con l'introduzione in Svizzera, attorno al 1990, di norme più severe per la produzione della cagliata, lo zincarlìn stava scomparendo. Per altre info zincarlin.valledimuggio.ch

SLOW FOOD



Slow Food è un'associazione internazionale non-profit che conta oggi 100 000 membri in 150 paesi del mondo. L'obiettivo è quello di promuovere nel mondo il cibo buono (qualità organolettiche), pulito (prodotto in modo ecosostenibile e rispettoso) e giusto (conforme all'equità sociale durante la produzione e la commercializzazione).

Slow Food Svizzera vanta una ventina di presidi. Il «presidio» è una sorta di certificazione di qualità, anche se non ufficiale, ma fondamentale per il consumatore che intende acquistare prodotti tipici. Il prodotto che viene presidiato riassume in sé due caratteristiche principali: è di elevata qualità e la sua produzione è a rischio di scomparsa.

www.slowfood.ch



CONSIGLI PER GUSTARE LO ZINCARLÌN

Vi sono diversi e semplici modi per gustare al meglio lo zincarlìn. Ad esempio con la polenta o con le patate bollite, ma anche con il risotto oppure in fonduta sugli gnocchi.

Marialuce Valtulini trova ottimo lo zincarlìn con del «pan Tranvai», un pane con le uvette, così conosciuto nel Mendrisiotto e nel Luganese. Ma anche con il panettone natalizio sembra essere un abbinamento agro-dolce apprezzato.

Lo zincarlìn si può gustare pure con del miele di castagno o con marmellate di pere o di fichi. Buono anche con i biscotti di farina di mais macinata al Mulino di Bruzella.

In tutti i casi non va mai accompagnato da vini rossi, ma da bianchi secchi, proseccchi o vini dolci da dessert del tipo passito. Noi consigliamo di assaporarlo con un vino bianco dolce: il Villa Cristina dell'Azienda Agraria di Mezzana.

«IL COMMERCIO E L'ECONOMIA NON SONO DI PER SÉ OBIETTIVI»

– Zurigo –

Autrice Lucie Mazet Foto Willy Spiller

PANORAMA: *Come è arrivata al settore dello sviluppo sostenibile, mentre faceva carriera in una multinazionale farmaceutica?*

Paola Ghillani: Non c'è stata una rottura netta: avevo l'impressione di occuparmi di sviluppo sostenibile già quando lavoravo in Novartis/Ciba. La tutela dell'ambiente è sempre stata oggetto delle mie attenzioni e, nel gestire i vari stakeholder, ho sempre dato molto peso agli aspetti umani. A un certo punto ho cercato di sviluppare la prevenzione, convinta che sia meglio curare le cause piuttosto che i sintomi, ma a quei tempi si trattava di un concetto troppo innovativo. Finché un giorno non mi sono imbattuta in un annuncio di poche righe: Max Havelaar cercava un CEO. In me qualcosa è scattato: commercio equo-solidale significa arricchire la filiera commerciale di un pizzico di umanità. Non si tratta di dare lezioni di morale, ma di creare ispirazione. È ciò che oggi faccio con la mia società: invogliare le organizzazioni a integrare nelle loro strategie obiettivi economici, sociali e ambientali sostenibili rendendoli un valore aggiunto.

È questa la sua definizione di sviluppo sostenibile?

Sì. Utilizzare il tradizionale «business» per arricchirlo di valori. Una produzione è equa se rispetta criteri ambientali, sociali ed economici sostenibili. L'idea di base è far crescere l'essere umano e garantirne l'evoluzione attraverso il commercio e la produzione. Dopo tutto, commercio ed economia non sono di per sé degli obiettivi.

Come mette tutto ciò in pratica nelle aziende cui fornisce servizi di consulenza?

Dei miei servizi di coaching si avvalgono soprattutto start-up nel settore del cleantech. Insieme elaboriamo un piano strategico con proiezioni di vendita e ottimizziamo i margini in maniera durevole. Tutto ciò persegue l'obiettivo di garantire la crescita dei collaboratori, di investire nell'innovazione al fine di rendere

perenne il ciclo di vita dell'azienda. È una visione a lungo termine, bisogna fissare gli obiettivi annuali e integrarli nella strategia aziendale minimizzando nel contempo i rischi. Inevitabilmente, alla fine, arrivano i profitti.

Ma come si può distinguere una vera strategia sostenibile da una politica di «greenwashing»?

Un'azienda che prende sul serio lo sviluppo sostenibile e l'etica si riconosce per il fatto che nel suo Consiglio di amministrazione o comitato direttivo siedono degli esperti nel settore e le posizioni chiave legate allo sviluppo sostenibile e alla responsabilità dell'azienda gerarchicamente dipendono direttamente dal CEO.

Qual è la differenza tra responsabilità e «responsabilità sociale» dell'azienda?

Io promuovo lo sviluppo perenne dell'impresa e dei suoi partner; ora, però, la «responsabilità sociale» sottintende che i progetti sociali e ambientali sono separati dal resto, che funziona come un «business as usual». L'abbiamo visto nel 2008: le società ben posizionate nel Dow Jones Sustainability Index sono fallite, perché malgrado le loro azioni ambientaliste perseguivano sempre una logica che puntava a massimizzare a tutti i costi i profitti a breve termine. E questo non è un modo di agire in maniera sostenibile.

Questo messaggio arriva negli ambienti economici?

Oggi, rifiutarsi di agire in maniera sostenibile significa nascondere la testa nella sabbia. A livello mondiale, le disuguaglianze nel campo dello sfruttamento delle risorse, quali l'acqua o le materie prime alimentari e non, sono lampanti e accertate. I consumatori sono disposti a pagare un prezzo normale se conoscono la storia umana che c'è dietro a un prodotto. E non solo quelli che costituiscono la fascia alta della classe media, ma anche, per esempio, le madri che hanno un reddito modesto e che semplicemente

cercano il prodotto migliore per i loro figli.

Se il consumatore comprende, cosa si può dire degli ambienti finanziari?

Il problema, in ambito bancario e assicurativo, sono gli investimenti. Esistono già dei criteri d'investimento sostenibili per le azioni e le obbligazioni societarie o per taluni titoli di Stato. Ci sono in particolare dei criteri di esclusione, che penalizzano le attività in conflitto con lo sviluppo dell'uomo e di un'economia sostenibile, quali la produzione o il possesso di armi di distruzione di massa, la pornografia, le sementi o gli alimenti geneticamente modificati, le centrali nucleari, ecc. Semplicemente manca un'autorità mondiale che li faccia applicare.

La Svizzera ha una carta da giocare in questo settore?

La Svizzera potrebbe diventare un laboratorio dell'economia sostenibile, e non soltanto nella finanza. Nel campo dell'innovazione è al top: vi si creano prodotti in grado di soddisfare le esigenze ambientali di giganti quali la Cina o l'India. In più, la democrazia diretta forma dei cittadini abituati a pronunciarsi, e dunque a informarsi, a essere consapevoli e attori delle decisioni che li riguardano, compresi i loro acquisti. E infine è anche un paese «tranquillo»: qui tutto funziona! Possiamo dedicarci alla ricerca di nuove soluzioni, provare nuove idee.

Paola Ghillani

dirige la propria società. Aiuta le società a integrare lo sviluppo sostenibile nelle loro pratiche. Ha iniziato la sua carriera presso Ciba/Novartis, prima di diventare CEO di Max Havelaar. È stata presidente di FLO International (Fair Trade Labeling Organisation) Oggi è membro di numerosi CdA (CICR, Helvetia, Migros, Romande Energie, comitati di esperti in fondi d'investimento etici). Il suo impegno le è valso numerosi riconoscimenti.



HS 330, tecnologia e design

Grazie ad un'incessante e appassionata ricerca tecnologica che si sviluppa in sinergia con continui investimenti mirati, Internorm si riconferma capofila dell'innovazione nell'ambito dei serramenti di alta gamma, dimostrando al contempo una grande capacità di mettere costantemente a punto nuovi prodotti, sempre più orientati - oltre che al risparmio energetico e ad un'alta componente di design - anche alla massima

personalizzazione.

In questo contesto di alto profilo si inserisce la nuova porta alzante scorrevole HS 330, in grado di coniugare l'ormai consueta eccellenza nel design con una serie di innovazioni brevettate capaci di rendere autenticamente eccezionale il contenuto tecnologico del serramento.

Dal punto di vista estetico HS 330 si distingue per il design squadrato di chiara

impronta contemporanea e per la massimizzazione della superficie vetrata, a tutto vantaggio di una visione dell'esterno senza pari, grazie alla larghezza ridotta di struttura e profili del telaio.

Questa particolare struttura fa sì che HS 330 possa essere perfettamente integrata nella muratura e intonacata sui tre lati; in questo modo

**PIRMIN MURER
FALEGNAMERIA SA**



Internorm®

solamente il vetro rimane visibile e, grazie al sistema di vetraggio brevettato, è possibile sostituire agevolmente la lastra vetrata anche se il telaio è stato completamente intonacato.

HS 330 è disponibile con tre diverse varianti di maniglia, arrotondate o squadrate, a seconda del sistema di finestra e dello stile di design scelti. Un ulteriore elemento di personalizzazione risiede nell'ampia gamma cromatica: la superficie esterna in alluminio e quella interna in legno rendono infatti possibile una scelta illimitata di colori.

Per informazioni:

Pirmin Murer Falegnameria SA
Via Catenazzi 10 · 6850 Mendrisio
Tel. 091 646 18 42
Centro Munda 4 · 6528 Camorino
Tel. 091 857 97 81
www.pirminmurer.ch



LIBERTÀ E INDIPENZA! MUOVETEVI CON NOI.

- Ingombro minimo
- Ottima stabilità
- Usura limitata
- Bassi costi di manutenzione

Seggiolino Stannah.
Piattaforma.
Piattaforma Elevatrice Verticale.

Stannah



HERAG AG, Montascale
6964 Davesco-Sorango: 091 972 36 28
filippo@herag.ch, www.herag.ch

8707 Uetikon: 044 920 05 04
info@herag.ch, www.herag.ch

Invio informazioni gratuite:

Nome

Cognome

Via

CAP/località

Telefono



GLI URBANO ASPETTANO UN BIMBO PER NATALE

Autore Richard Reich Illustrazioni Anna Sommer

«E adesso?», chiese il signor Urbano mentre infilava il preavviso per l'asilo nido «Coccole» nella busta. «Beh, a dire il vero non mi viene in mente più nulla», gli rispose la signora Urbano sbuffando, quasi un po' delusa. Il tavolino e metà appartamento erano ricoperti di cataloghi delle cliniche, consigli sulla tecnica del parto e prospetti assicurativi. A ogni passo si rischiava di inciampare in riviste specializzate dal titolo «Super Mamma», «Il mio primo bebé» o «Daddy cool». In effetti i signori Urbano erano davvero ben organizzati. Sulla pagina del calendario era segnata la data del 23 dicembre. Tutto era pronto per l'ora X!

«Congratulazioni, a Natale avrete un bambino!», aveva annunciato con entusiasmo la dottoressa la scorsa primavera. Da allora, i signori Urbano avevano vissuto come in una sorta di stato di allerta o, meglio ancora, in un vero e proprio avvento. Il tempo per loro era trascorso in un lampo. In via precauzionale avevano dato la notizia ufficiale ai loro amici, conoscenti e parenti stretti già a maggio: «Buone notizie: a Natale avremo un bambino! Quest'anno quindi non fateci regali. Il 24 dicembre da noi non ci sarà nessuno a casa!». All'allegria lettera circolare avevano allegato una bella lista: «Dote di base per il bambino di Natale della famiglia Urbano!». La lista comprendeva anche i prezzi e gli indirizzi consigliati dove effettuare gli acquisti. C'era pure una nota scherzosa a piè di pagina: «No, neanche noi sappiamo se sarà maschio o femmina!».

La notizia si diffuse subito. Ogni due giorni, il postino consegnava un pacchetto contenente nuovi body, calzini, giacchetti e berretti. Ben presto i signori Urbano raccolsero tutto il necessario in confezione da dieci, metà in rosa e metà in blu. Anche la cameretta per il bambino al primo piano era già pronta da luglio: culla, tappeto per gattonare, tappeto antiscivolo,

babyphone, stazione meteorologica ... non mancava proprio niente. Per non parlare di un enorme zoo con animaletti di peluche di tutti i colori.

A settembre, vicino alla porta di casa, era già stata sistemata la valigia per l'ospedale pronta per l'uso. I signori Urbano l'avevano preparata meticolosamente in base alla



lista «Bambino in arrivo!». La lista era composta da otto pagine fitte suddivise in 36 rubriche. Al capitolo 4, Per il parto, c'era ad esempio: «Maxi t-shirt, calze calde, musica di rilassamento, videocamera, lucidalabbra, orsetti di gelatina». E nel capitolo 7, Per il letto da parto, era consigliato un abbigliamento comodo con apertura per l'allattamento; e poi ancora molti libri, liste di indirizzi per l'annuncio della nascita e un iPad con film divertenti contro la depressione post-parto.

Già da metà ottobre, il signor Urbano ormai dormiva in tuta da jogging. L'auto aveva sempre il pieno di benzina e nel bagagliaio da poco tempo c'era una sacca da ginnastica. «Questa è la MIA valigia per l'ospedale!», aveva annunciato il signor Urbano, elencando orgogliosamente il contenuto della sacca: mutande di ricambio,

rasoio usa e getta, sacco a pelo, ravioli in scatola, fornello ad alcool ... «Per quanto ne so io il nostro bambino verrà alla luce in ospedale», diceva la signora Urbano scherzando bonariamente, «non in un rifugio del CAS!». Ma suo marito faceva finta di non sentirla: «E mi raccomando, se le finestre del reparto semiprivato non avessero le zanzariere, portati questo pratico spray anti-zanzare!».

Sulla casa scendeva lentamente il crepuscolo invernale. I due riflettevano tra sé senza dire una parola. «Non senti ancora nulla?», disse il signor Urbano rompendo il silenzio. «Neanche un dolorino?». Ma sua moglie scuoteva il capo delusa e mormorava: «Cosa succede se il bambino nasce in ritardo? Domani è Natale, e non abbiamo nemmeno pensato di fare l'albero!». Il signor Urbano annuì tristemente: «Forse è meglio così. Non avremmo comunque nessun pacchetto da metterci sotto».

Ma proprio in quel momento suonarono alla porta. Il signor Urbano, sollevato, balzò in piedi nelle sue pantofole e andò ad aprire. Fuori, al freddo, c'era il postino. Con la sua borsa pesante e le guance scarlatte assomigliava proprio a Babbo Natale. «Ecco qui un nuovo pacchetto per voi!», disse con aria divertita. «Ah, quasi dimenticavo, purtroppo ci sono anche alcune fatture da

pagare...».

E così anche i signori Urbano ricevettero il loro dono di Natale. La notte della vigilia, la coppia con fare devoto prese posto davanti ad un improvvisato albero di Natale: la loro vecchia palma Yucca, che il signor Urbano aveva addobbato a festa con fili di luci elettriche. «Accendilo tu!», disse a sua moglie. «No, tu!», ribatté lei eccitata. Alla fine aprirono insieme il misterioso pacchetto.

Era un maialino rosa di porcellana. Nella lettera di accompagnamento c'era scritto: «Per il vostro neonato. Buon Natale, la vostra cassa di risparmio».

*Richard Reich
svolge la sua attività di scrittore
ed editorialista a Zurigo. I suoi
lavori hanno ricevuto numerosi
riconoscimenti.*



«SEMPRE CON VOI, OVUNQUE CI SIANO NUMERI»

– San Gallo –

Dopo 16 anni con l'attuale immagine, Raiffeisen propone una nuova campagna. «Sempre con voi, ovunque ci siano numeri». Di cosa si tratta?

Autore Dave Hertig Foto Kilian Kessler

Dal 1998 Raiffeisen si è fatta conoscere con il motto «Con noi per nuovi orizzonti». In base a un sondaggio, lo slogan gode di un alto grado di notorietà pari al 93 per cento e continua ad accompagnare fedelmente il logo. Ma da settembre 2014 è in corso la nuova campagna con un nuovo motto: «Sempre con voi, ovunque ci siano numeri».

Il messaggio esprime il fatto che le persone incontrano numeri in quasi tutte le situazioni della vita e che Raiffeisen è la Banca giusta per ogni situazione. Jung von Matt/Limmat (JVM) è la nuova agenzia di Raiffeisen e Thomas Steiner di JVM ha seguito lo sviluppo fin dalla sua nascita. Qual è stata la grande sfida? «Sviluppare un'idea portante adatta a Raiffeisen con una chiara differenziazione che si potesse inoltre impiegare per

molti temi bancari», dichiara Steiner. A livello d'immagine la nuova campagna offre decisamente più libertà e flessibilità per rappresentare le varie attività di Raiffeisen.

Concentrandosi sulle situazioni di vita, la Banca rimane vicina ai clienti. I numeri menzionati nel motto permettono inoltre di evidenziare in modo semplice e simpatico la competenza in tutte le questioni finanziarie. Perché tenuta del conto, traffico dei pagamenti e ipoteche sono i settori di attività che hanno fatto di Raiffeisen la stella fissa nel firmamento finanziario svizzero e, in quanto a volume di affari, la numero 3 dietro le grandi banche. Ma Raiffeisen può fare molto di più.

Una cliente desidera fare da fideiussore per la nipote che apre il suo salone di parrucchiera. Il giovane padre assicura la famiglia con soluzioni di risparmio, investimenti e assicurazioni. L'imprenditore definisce la sua eredità e vuole scrivere un testamento. La manager ha studiato per diventare coach e vuole avviare

un'attività in proprio; l'ottimizzazione fiscale è per lei un tema importante.

In futuro Raiffeisen intende concentrarsi soprattutto sull'esperienza nel settore della clientela aziendale e degli investimenti. Il passaggio dalla precedente alla nuova campagna sarà graduale. La fase transitoria terminerà a fine 2015.

La campagna con i numeri in numeri

Thomas Steiner di Jung von Matt/Limmat protocolla la fase di avvio della campagna «Sempre con voi, ovunque ci siano numeri»: 345 tazze di caffè, 56 membri del team, 83 attori e comparse, 24 location, 20 fotomodelle, 18 gradi la temperatura del lago, 16 ore di sole, 15 auto (di cui 2 d'epoca), 3 cani, 3 giornate di riprese, 3 tramonti, 1 alba, 1 Guglielmo Tell, 1 Gualtierino, 1 funivia.

LA PUBBLICITÀ IN TEMPI MOVIMENTATI

– Zurigo –

Autore Dave Hertig

Una volta i pubblicitari sembravano passarsela bene. Sviluppavano idee e piazzavano i loro soggetti su giornali, TV e radio. Poi i «creativi» spedivano le loro fatture salate. Yuppie vestiti con capi pregiati in giro con macchinoni erano l'emblema del settore.

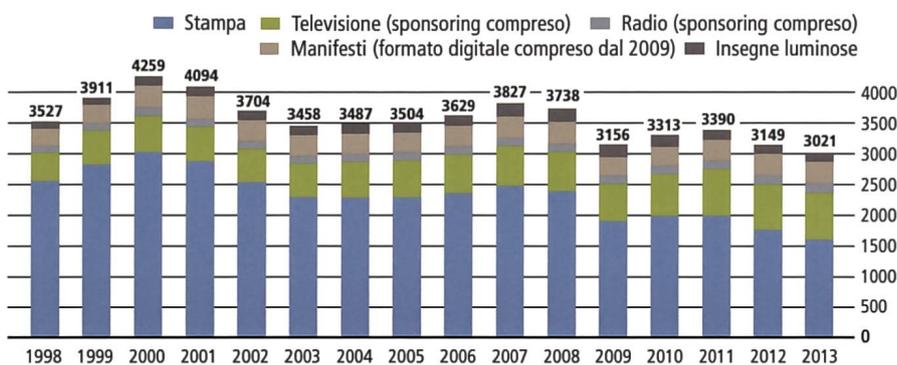
Il PC democratizzava gli strumenti e le istituzioni di formazione producevano pubblicitari a nastro che lavorano da allora anche a fianco dei committenti. La ricerca pubblicitaria portò alla misurabilità e la crescente comparabilità fece scendere i compensi. I media classici diventarono più cari e da decenni sono richieste costantemente nuove forme pubblicitarie: sponsoring, eventi e iniziative di distribuzione ne sono alcuni esempi.

Nel frattempo la pubblicità è diventata parte della comunicazione integrata e lavora a braccetto con le relazioni pubbliche (Public Relations, PR). Da ultimo con

il marketing in Internet e i social media (Facebook, ecc.) sono entrate in gioco nuove forme di comunicazione. Nei nuovi segmenti agenzie esperte si imbattono in concorrenti ben piazzati. Ad esempio, Google domina il marketing dei motori di ricerca, offrendo spazi pubblicitari e supporto clienti da un'unica fonte.

Oggi le agenzie pubblicitarie combattono in primo luogo contro il calo dei fatturati, in secondo luogo la loro attività richiede costantemente nuovi approcci e, terzo, infuria una lotta spietata con la concorrenza. Matthias Ackeret è il titolare del mezzo di comunicazione «Persönlich» specializzato in questo stesso settore. «Il mercato pubblicitario diventa più frazionato», dichiara. Ma l'esperto vede il lato positivo: «Chi vuole rivolgersi a grandi gruppi, mirerà alla pubblicità classica anche fra 100 anni».

Fatturati pubblicitari netti in Svizzera in milioni di CHF



Fonte: Fondazione Statistica Svizzera della Pubblicità

«COMUNICHIAMO IN MODO PIÙ DIRETTO, FLESSIBILE ED EMOZIONALE»

Intervista Robert Wildi

PANORAMA: Perché Raiffeisen avvia una nuova campagna pubblicitaria?

Gabriele Burn: Raiffeisen è una Banca cresciuta con radici rurali, diventata più urbana, che si è inoltrata in nuovi campi di competenza. In primo luogo rimaniamo professionisti dei numeri. Le immagini e i messaggi intendono puntualizzare questa competenza principale.

Quali sono le differenze principali rispetto all'ultima campagna?

Raiffeisen rimane salda alla sua strategia di successo e continuiamo a impiegare i messaggi consolidati. Tuttavia oggi comunichiamo in modo più diretto, flessibile ed emozionale rispetto a prima. Miriamo

quindi innanzitutto a una nuova interpretazione comunicativa del nostro solido modello aziendale.

A quale sfida strategica risponde la campagna?

Dalla crisi finanziaria il settore bancario è diventato più emozionale. In particolare si richiede autenticità. Da anni Raiffeisen acquisisce nuovi clienti e rientra tra le banche più affidabili della Svizzera. Vogliamo difendere questo bonus simpatia e coltivarlo con messaggi emozionali.

Cosa si aspetta dalla nuova comunicazione?

Continuiamo a scrivere la storia di successo ultracentenaria di Raiffeisen, creiamo

ancora più vicinanza alla clientela e ci diversifichiamo in ulteriori campi di attività.

Quale elemento della campagna la tocca particolarmente?

L'accompagnamento musicale della canzone «Wish you Well» di Katie Herzig. Mi piace moltissimo ed è perfetta per arricchire il messaggio di emozioni. Anche se si tratta di numeri, questi si fondono, anche grazie alla musica, ad ambizioni, impegno e sentimenti forti.



Gabriele Burn

Membro della Direzione di Raiffeisen Svizzera. È a capo del dipartimento Marketing e Comunicazione.

MAKING-OF

– Niederbauen Chulm –

Autore Thomas Steiner

«La campagna Raiffeisen ha 12 foto. Per il soggetto «Tell» dovevamo avere un cielo terso e la luce giusta come presto al mattino. Era bello ma freddissimo. Gli ultimi 30 metri li abbiamo fatti a piedi: a causa dell'attrezzatura pesante sembrava di aver fatto un viaggio lunghissimo. Per altri soggetti la fotografa si è impiegate con una fune, sono stati impiegati 10 modelle e 50 comparse e abbiamo coinvolto 3 cani. Mi ricordo in particolare i cani. Uno ha fatto il bagno nel lago e abbiamo dovuto asciugarlo per poter proseguire con le foto».



01

- 01 L'illustrazione dell'idea: padre e figlio come nella statua di Guglielmo Tell.
- 02 Con la funivia da Emmetten al Niederbauen Chulm.
- 03 Si prepara il materiale.
- 04 Lavoro nel dettaglio: viene sistemata la pietra artificiale.
- 05 Viene preparato «Gualtierino».
- 06 Niederbauen Chulm: il set sopra il Lago dei Quattro Cantoni.
- 07 Il soggetto finito ancora senza testo.



02



03



04



05



06



07

NUOVA RENAULT KOLEOS

T edition

già da FR. 27'100.-

in caso di permuta di un veicolo con più di 8 anni.*



UNO SCALATORE IMPETUOSO CON IL 4X4

DISPONIBILE IN TUTTA LA RETE RENAULT TICINO
con garanzia 4 anni/100'000 km** ...e una sorpresa "nostrana"!

RENAULT
QUALITY MADE



* Acquisto unicamente tramite la persona alla quale è intestata da almeno 6 mesi la licenza di circolazione di un veicolo con 1a immatricolazione anteriore al 31.12.2006, in grado di circolare. Nuovo Koleos Expression 2.0 dCi 150cv 4x4, consumo di carburante 6.4 l/100km, emissioni di CO2 166 g/km, categoria efficienza energetica E. Prezzo di catalogo fr. 32'600.- meno premio speciale fr. 3000.- meno premio rottamazione CO2 2500.- = Fr. 27'100.-. Modello illustrato (incluso equipaggiamenti supplementari). Nuovo Koleos Exception 2.0 dCi 150cv 4x4. Prezzo di catalogo fr. 40'000.- meno premio speciale fr. 3000.- meno premio rottamazione CO2 2500.- = Fr. 34'500.-. Valore medio delle emissioni di CO2 di tutti i veicoli venduti in Svizzera 153 g/km. Offerte valide per i clienti privati per acquisto, secondo disponibilità, entro il 22.12.2014. **La garanzia scade al primo primo dei due termini raggiunti.

RETE RENAULT TICINO

CONCESSIONARIA PRINCIPALE

AUTORS SA
Via Industria 21
6934 Lugano-Bioggio

SUCCESSALI

AUTORS SA
Via Monte Ceneri 20
6512 Giubiasco

Via del Carmagnola 22
6517 Arbedo

RETE VENDITA E SERVIZIO

Al Ponte SA
Via San Gottardo 29
6710 Biasca

Auto Tenero SA
Via San Gottardo 32
6598 Tenero

Bertoni Automobili SA
Via Delta 11
6612 Ascona

Garage Stadio SA
Via delle scuole 49
6963 Pregassona



Andrea Bricalli SA
Via San Gottardo 31
6877 Coldrerio

Garage Erta SA
Via San Gottardo 2
6775 Ambri

Garage Mauro SAGL
6716 Acquarossa

Inselmini & Figlio
Via Valmaggina 7
6675 Cevio

Garage-Carrozzeria Molera SAGL
Via Cantonale
6577 Cama/Grono

RETE SERVIZIO

Garage Carrara Daniele SAGL
Via Cantonale 80
6516 Gerra Piano

Cadei SA
Via Vignalunga 3
6850 Mendrisio

PAROLA D'ORDINE: CONDIVIDERE

– Svizzera italiana –

Si chiama sharing economy, è nata negli Stati Uniti e c'è chi pensa che potrebbe davvero diventare il business del futuro. Una nuova filosofia di vita incentrata sulla condivisione che piace e si sta diffondendo anche in Ticino.

Autrice Lorenza Storni Foto Claudio Bader

Prendere le distanze dalla mania dell'accumulo e passare alla condivisione. È questo il concetto della sharing economy, che sembra ormai non avere più frontiere. Si condividono spazi, case, competenze, auto, bici, animali, abiti... «Ciò significa – ci spiega Caroline Sturm, dottoranda all'Istituto di Ricerche Economiche dell'Università della Svizzera italiana – sfruttare i sistemi di mercato «peer to peer» per ridistribuire prodotti e servizi». Che, in parole povere, vuol dire condividere qualcosa che in certi momenti per qualcuno è superfluo e per altri fondamentale.

Il pilastro internet

Caroline Sturm – che ha studiato l'impatto della sharing economy sulla società, soprattutto per quel che riguarda il turismo – afferma che «il carattere di questo tipo di economia si fonda su una grande interazione sociale con benefici finanziari evidenti per i consumatori. La sharing economy è soprattutto diffusa nelle aree urbane, è favorita dalle reti sociali e dal «viral marketing», ma anche dall'attuale cultura delle start-up che permette di sperimentare in modo molto più facile con la micro-imprenditoria. Fondamentale il possesso di uno smartphone e l'appartenenza ad una community». Internet è dunque uno dei pilastri della sharing economy che, in questo modo, non ha difficoltà a diffondersi a macchia d'olio. Ne è un esempio significativo e recente TimeRepublik, una start-up ideata da due giovani amici luganesi e che in poco tempo è diventata una



Benedetta Leonardi, casalinga e insegnante di piano, Ascona

Oltre che essere socia di Scambio di Favori – dove si offre per lezioni di piano ma anche per curare animali in cambio di lavori di giardinaggio – Benedetta Leonardi è iscritta da 5 anni a homelink.ch, una piattaforma online internazionale per lo scambio di case. Vi sono circa 14 000 famiglie socie che si scambiano l'alloggio in circa 70 Paesi del mondo. «È un'esperienza bellissima che, ovviamente, si basa sulla fiducia reciproca e su un'apertura mentale. Con mio marito e i nostri due figli siamo stati più volte in Francia, in Inghilterra, in Norvegia, in Germania, mentre nei weekend lunghi abbiamo approfittato per conoscere meglio la Svizzera tedesca. Quest'anno per la prima volta, con una famiglia inglese, oltre allo scambio casa abbiamo anche scambiato l'auto. Ci piace questo modo diverso di fare turismo. Occupare una casa di qualcuno del luogo è molto più interessante perché è vissuta, accogliente, calda. Gli alberghi non fanno più per noi».



Julie Breukel Michel, terapie naturali, Mergoscia

«Quando sono arrivata in Ticino anni fa ho trovato molto interessante l'idea dell'Associazione Scambio di Favori perché volevo imparare l'italiano e avevo bisogno di aiuto per il trasloco». Julie Breukel Michel e il marito Hervé sono i titolari del Centro Lungta, una struttura d'accoglienza alternativa. Ai soci di Scambio di Favori hanno chiesto aiuto anche per la traduzione di dépliants. In cambio Julie offre yoga tibetano, mentre Hervé è a disposizione per massaggi tibetani. Entrambi sono inoltre pronti a offrire anche altri aiuti, nel limite delle loro capacità. La famiglia Michel, che non possiede un'auto, quando ne ha bisogno la «noleggia» da un conoscente contadino. Nel piccolo paese di Mergoscia lo scambio di favori funziona...

piattaforma online mondiale. Lanciata ufficialmente circa 2 anni fa conta oggi quasi 20.000 utenti di oltre 80 Paesi, si offre come strumento per scambiare i propri talenti e mettere a disposizione le proprie capacità lavorative, permette di socializzare e funziona internazionalmente e senza alcuno scambio di moneta. TimeRepublik è la versione 2.0 delle banche del tempo: una community che, grazie ad internet, è diventata globale, mondiale. «Questo sviluppo tecnologico nella sharing economy viene descritto come

sharing turn, vale a dire la svolta nella condivisione e risale al 2008», sottolinea Caroline Sturm.

Motivazioni finanziarie

La ricercatrice conferma che il modello imprenditoriale di sfruttare le capacità produttive in eccesso per poi venderle, affittarle o scambiarle nei mercati «peer to peer» attraverso le reti locali o online è in costante espansione. Le borse online di scambio di musica e video sono state le pioniere di questo modello e pare non ci

siano oggi frontiere a ciò che si può condividere. «La gente attiva nella sharing economy conferma di aver avuto un'iniziale motivazione finanziaria, ma apprezza anche il valore altruistico dell'interazione con altre persone e lo sfruttamento efficace delle risorse. Spesso la condivisione viene sviluppata dove c'è il desiderio di scambiare dei prodotti e servizi o dove si presentano delle opportunità per consumare cose a cui prima non si aveva accesso. Per esempio la piattaforma americana borrowmydoggy.com permette a delle persone di avere degli animali domestici a tempo parziale». La sharing economy si sta diffondendo anche nei settori industriali tradizionali come finanza, intrattenimento, alimentazione/agricoltura, educazione, energia, trasporti e mobilità, turismo, assicurazioni, comunicazione, IT, gestione, apparenze, immobiliare e giornalismo. Non ci sono ormai più confini online all'economia della condivisione.

Le banche del tempo

La prima, forse più conosciuta, forma di sharing economy in una realtà offline, è quella delle banche del tempo (BDT). L'obiettivo di queste associazioni – che si presentano proprio come un istituto di credito dove la moneta di scambio è il tempo – è la creazione di una rete di persone disposte a mettere a disposizione il proprio tempo per aiutare altri membri. La nascita e lo sviluppo delle BDT è stata la risposta moderna al concetto di «buon vicinato allargato». Dal 1997, anche in Ticino esiste «Scambio di Favori», una BDT che continua ad avere la sua ragione d'essere. Nonostante le grandi piattaforme online, Scambio di Favori ha membri molto attivi ed impegnati che condividono con gioia e convinzione la «filosofia del baratto».

«La crisi finanziaria – sottolinea Caroline Sturm – ha contribuito allo

UN'ESPERIENZA TRA SOLIDARIETÀ E RISPARMIO

Anche in Ticino esiste una banca del tempo. Si chiama Scambio di Favori ed è stata istituita nel 1997 a Vira Gambarogno su iniziativa di Silvio Mella, fondatore dell'associazione non profit e attuale segretario.

PANORAMA: *Come mai 17 anni fa le venne quest'idea?*

Silvio Mella: Avevo sentito parlare delle banche del tempo ed ho pensato che, in effetti, ognuno di noi sa fare qualcosa che può essere utile agli altri. Così ho fatto girare la voce tra i miei conoscenti. L'idea è piaciuta. Siamo partiti in una dozzina e piano piano ci siamo organizzati. La nostra moneta è il tempo di scambio dove un'ora di musica è uguale ad un'ora di taglio siepi.

Quali tipi di scambio avvengono?

La lista delle prestazioni è lunga e variegata: riparazioni di oggetti, giardinaggio, taglio legna, traduzioni, cure viso e corpo, cura animali, taglio capelli, supporto informatico, lavori di sartoria, traslochi, trasporti, ecc. Grazie a questo tipo di scambi, se ci si pensa bene, si ripristinano quelle che un tempo erano le relazioni di buon vicinato.

Sì, però oggi grazie alla tecnologia...

È vero abbiamo un sito internet scambio-difavori.ch, risorsa fondamentale per la gestione della nostra attività. Chi vi aderisce riceve l'accesso diretto all'elenco dei membri, delle offerte e delle richieste.

Cosa apprezza in particolare di Scambio di Favori?

Non è un'azienda, ma un'esperienza che mira a valorizzare i rapporti umani e promuovere la solidarietà. E senza tanto clamore, anche se piccoli, abbiamo ragione di esistere. Ogni giorno viene scambiata in media un'ora e mezza.



Silvio Mella
fondatore di
Scambio di Favori in Ticino

sviluppo della sharing economy poiché ha fatto sì che la gente riflettesse su sistemi finanziari alternativi. Sta avvenendo un cambio di paradigma per quanto riguarda la proprietà e, con il passare del tempo, l'esperienza della condivisione diventa un punto centrale per chi ne approfitta».

Ancora non popolare

A differenza di altri Paesi, soprattutto gli Stati Uniti dove si parla di «rivoluzione della sharing economy» e dove c'è chi sostiene che «il gratis soppianderà il capitalismo», in Svizzera l'economia della condivisione non è ancora molto sviluppata, nonostante l'Istituto Gottlieb Duttweiler, nel suo studio «Sharity», abbia rilevato che il 50 per cento della popolazione elvetica sia disposta a condividere i propri oggetti.

Caroline Sturm: «Le mie ricerche preliminari tra i membri dell'USI hanno mostrato che è poco popolare e conosciuta, soprattutto tra le generazioni più anziane. Ci sono effettivamente tanti offerenti, ma la maggior parte delle reti ha ancora troppi pochi membri o partecipanti per raggiungere la massa critica e far diventare i prodotti e i servizi redditizi. Nonostante ciò il potenziale c'è e lo si nota nel settore di trasporti e mobilità. La gamma dei servizi è molto eterogenea e spazia da quelli poco conosciuti come bringbee.ch («fai i tuoi acquisti e lasciateli portare») a quelli più conosciuti come mobility e bike sharing. Quest'ultima è uno degli esempi di maggiore successo in tutto il mondo: dalle 7 società di 12 anni fa si è arrivati alle 500 di oggi che offrono biciclette a noleggio. Molto famoso è Airbnb, un portale online che



Peter Califano, programmatore informatico, Lugano

«Quando mia moglie era incinta abbiamo scoperto di aspettare dei gemelli. Così ho pensato di iscrivermi alla Banca del tempo/Scambio di Favori – che ho trovato navigando in internet – nell'ottica di entrare in contatto con qualcuno che, per un bisogno, potesse dare una mano in casa o guardare i bambini. In cambio, io che sono informatico, offro supporto nel mio campo, piccole riparazioni, ecc.» Peter Califano trova piacevole poter dare aiuto a qualcuno che lo chiede. «Ogni socio riceve ogni richiesta in tempo reale tramite una mailing list e poi decide se vuole ed è in grado di dare una mano. Questo permette di guadagnare ore da spendere in favori o in oggetti».

mette in contatto persone in cerca di un alloggio. Anche se la situazione legale è poco chiara, vi sono più di 1000 offerenti Airbnb solo nel Canton Zurigo e 263 in Ticino».

«In tanti hanno capito il potenziale della sharing economy e cercheranno di entrare sul mercato».

Caroline Sturm, Istituto di Ricerche Economiche

Bike sharing, successo in Ticino

Tra gli esempi di successo nel nostro Cantone possiamo senz'altro citare il publible con 10 stazioni nei dintorni di Lugano: una rete di condivisione di biciclette più ampia di quella di Berna. E nonostante l'estate molto piovosa, si leggeva sul Corriere del Ticino: «Tra inizio gennaio e fine agosto le biciclette sono state utilizzate ben 35 000 volte, con una media di 200 volte al giorno». Questo servizio di bike sharing, spiega Caroline Sturm, «viene offerto congiuntamente da PostBus, FFS e Rent A Bike e mostra che anche le aziende tradizionali partecipano alla sharing economy o, come in questo caso, al mercato del consumo in condivisione». Altra piattaforma online di successo è Blablacar: leader in Europa con oltre 10 milioni di iscritti, mette in contatto automobilisti con posti liberi a bordo delle proprie auto con persone in cerca di un passaggio che viaggiano verso la stessa destinazione. Conosciuta anche in Ticino, sembra avere più fortuna di Liberalauto, un'iniziativa lanciata qualche anno fa da Rete3 e sostenuta dal Dipartimento del Territorio. La promozione del car pooling fa parte della politica cantonale che intende investire ancora su questa offerta. Non si sa, però, se attraverso Liberalauto oppure con nuove soluzioni.

Il futuro

Ma come sarà il futuro dell'economia della condivisione? «Dal mio punto di vista possiamo aspettarci una crescita, ma meglio regolamentata, e una feroce



Giancarlo Chierigato, falegname, Pregassona

Giancarlo Chierigato è membro di Scambio di Favori da circa 4 anni ed è anche nel comitato dirigente. Principalmente offre lavori di falegnameria, ma si arrangia a fare di tutto. «Scambio di Favori è un bel modo per socializzare e conoscere nuove persone che poi, magari, diventano amici. Ed ecco che allora si va al cinema insieme, a mangiare una pizza, a fare una gita». Giancarlo si offre per lavori di falegnameria e le sue competenze vengono spesso richieste: «Devo dire che sono abbastanza attivo e mi piace perché occupo il mio tempo libero in modo utile e produttivo. In cambio mi è capitato di chiedere aiuto per il computer o un oggetto che ci serviva. Uno tra i primi è stata una macchina per cucire per mia moglie».

competizione tra i diversi offerenti. In tanti hanno capito il potenziale e cercheranno di entrare su questo mercato in espansione. Sarà interessante osservare cosa succederà nelle aree rurali e se e come l'industria e il settore pubblico si adatteranno a questo movimento globale. Uno degli ultimi progressi è stato che Airbnb ha iniziato a pagare le tasse alberghiere a San Francisco a partire dal 1° ottobre scorso. Un compromesso per legalizzare l'attività e per restare sul mercato. Mentre Uber – il servizio online di noleggio auto con autista – sta suscitando l'indignazione delle

compagnie di taxi ufficiali a Zurigo e Ginevra e lo scorso mese è stato vietato in Germania», conclude Caroline Sturm.

Una cosa è comunque certa: le opportunità della sharing economy sono tante ed ancora da esplorare e l'economia della condivisione o collaborativa piace perché volta al recupero del senso di comunità in tutte le sue accezioni. Una comunità non solo da un punto di vista locale e globale, ma soprattutto più umano e sociale; una comunità che risponde alle proprie esigenze e non a quelle del mercato.

IL GUSTO DEL TERRITORIO

– Svizzera italiana –

La cultura del mangiare «local» e «slow» è sempre più diffusa e si declina nella nostra regione non solo con progetti come «Ticino a Tavola», ma anche con le sempre più gettonate camminate enogastronomiche. Un modo relativamente nuovo e apprezzato di conoscere un territorio, i produttori e i prodotti locali.

Autrice Lorenza Storni Foto Claudio Bader

L'accostamento è piacevole: sapori e paesaggi locali. La formula è semplice: una camminata di alcuni chilometri costellata di tappe enogastronomiche. E il successo? Garantito: appena si aprono le iscrizioni vi è l'assalto online. E così, quasi sempre, le persone interessate superano di gran lunga i posti disponibili. Perché mangiare a Km 0 piace ed è sempre più di tendenza.

Ticino a Tavola

Ce lo conferma Alessandro Pesce, direttore del Centro di Competenza Agroalimentare (CCA), uno tra i più importanti progetti di valorizzazione dei prodotti locali attraverso l'iniziativa «Ticino a Tavola», coordinata da GastroTicino: «Da una parte vi è la necessità del consumatore di essere sicuro di potersi alimentare con prodotti sani e genuini. Sempre più spesso, infatti, vi sono scandali alimentari che riducono la fiducia verso prodotti che arrivano da mercati lontani, dove non si hanno certezze sui sistemi di produzione e di controllo igienico-sanitario. Ecco perché, ci si orienta così verso cibi locali, di sicura tracciabilità e sottoposti a controlli certi. Dall'altra, una maggiore sensibilità verso l'ambiente e verso le proprie tradizioni, fa sì che il consumatore scelga i prodotti del territorio nel quale vive. Prodotti che aiutano anche le piccole aziende locali, spesso in difficoltà. Infine è innegabile che i diversi progetti seri lanciati dal nostro Cantone, contribuiscono



01



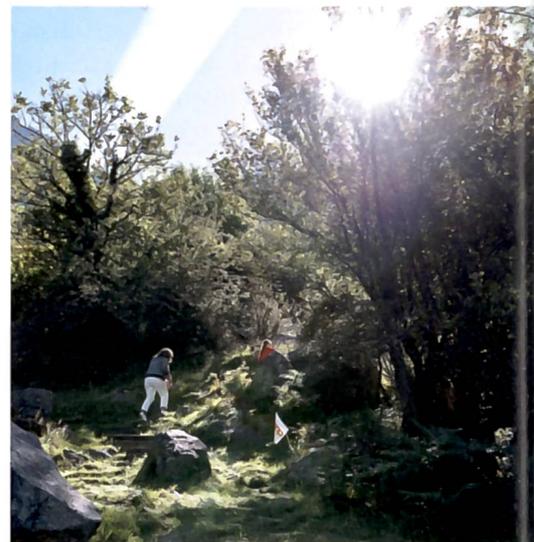
02



03



04



05



06



07



08



09



10



11

a far conoscere e ad accrescere l'interesse e l'utilizzo, verso i prodotti del terroir».

Il CCA, sostenuto dal Cantone nell'ambito della Nuova politica regionale, è un progetto che grazie alla collaborazione con l'Unione Contadini Ticinesi e la grande distribuzione, vuole favorire la conoscenza e l'utilizzo dei prodotti tipici nella ristorazione. «Ticino a Tavola prevede che i ristoratori che credono nel terroir ticinese tengano in carta tutto l'anno uno o più piatti e/o un menu preparati con alimenti locali; piatti che il buongustaio può abbinare a vini del nostro Cantone. In un'epoca nella quale la globalizzazione rischia di appiattire non solo i sapori, ma anche le tradizioni, Ticino a

Tavola si pone come la chiave che apre le porte alla valorizzazione delle gemme che il giacimento agroalimentare del nostro Cantone regala a chi abbia la voglia e il desiderio di scoprirle. A questo proposito, è possibile individuare gli oltre 160 ristoranti che partecipano all'iniziativa sul sito ticinoatavola.ch», precisa Pesce.

Dalla città alla montagna

«Forse non tutte, ma sicuramente numerose di queste gemme», come le definisce Pesce, si possono sicuramente scoprire anche prendendo parte ad una delle camminate enogastronomiche che vengono organizzate in ogni stagione dell'anno: dalla Ciaspalonga sul Generoso alla Mangialonga di Mendrisio, dalla Mangia e bevi a San Bernardino alla Mangiainsem tra Monte Garasso e Gudo, dalla Mangia e cammina sugli alpi della Valle Bedretto alla «Düi pass, üm bicér e üm bocòn» di Biasca, dalla Gusta il Borgo di Ascona alla Food&Walk di Lugano e alla Lugano PasSteggia. Insomma questo tipo di manifestazioni si moltiplicano e nella Svizzera italiana se ne contano ormai una dozzina. Una delle più famose, nasce nel 2006 nella Val Poschiavo: stiamo parlando della Stramangiada, evento che ogni anno richiama più di 2000 partecipanti,

numero massimo accettato per garantire una manifestazione di qualità, nonostante da anni gli interessati siano molti di più. Cosa che succede spesso anche altrove. L'edizione di quest'anno della «Mangia e cammina sugli Alpi» in Valle Bedretto, ad esempio, ha registrato oltre 3000 iscrizioni online. I posti, però, erano «solo» 900, ragione per cui gli organizzatori hanno dovuto ripiegare su un sorteggio. I 1500 biglietti della Mangialonga 2014 sono stati venduti in sole 14 ore. Ma se non fosse stato fissato un numero massimo di partecipanti, sarebbero accorsi almeno in 2700!

Mangialonga di Mendrisio: la prima

Ma come nascono queste camminate enogastronomiche? «La più antica è piemontese e si svolge da ben 28 anni nella regione di Cuneo. Abbiamo pensato che quella fosse un'ottima idea per promuovere il territorio mettendo in evidenza vini, cibi ed anche il paesaggio. Così, noi dell'Associazione Vineria dei Mir, non abbiamo fatto altro che copiare ciò che avveniva nella vicina Italia. In Ticino siamo stati i primi 12 anni fa a lanciarcisi in questa bella avventura. La nostra Mangialonga, che ha fini benefici, si caratterizza per una decina di tappe di qualità ed è un evento che nel calendario delle manifestazioni del Mendrisiotto ha ormai un posto di rilievo», sottolinea Massimo Tettamanti. Gli amici della Vineria dei Mir, da due anni, organizzano pure la Ciaspalonga sul Generoso, una camminata sulla neve molto suggestiva e gettonata.

Anche l'Unione Contadini Ticinesi (UCT) ritiene che le camminate enogastronomiche siano ulteriori, importanti attività che favoriscono l'avvicinamento della gente al produttore, al mondo rurale, soprattutto perché si svolgono nello stesso territorio dove il produttore/agricoltore opera. «Esse sono un altro strumento per valorizzare al meglio i nostri prodotti locali così unici e vari: miele, latticini-formaggi, vino, carne, verdura, frutta... Le camminate enogastronomiche sono complementari e si aggiungono ad un fitto mosaico di proposte e attività, fra le quali posso citarne alcune di cui l'UCT è promotore: il brunch in fattoria del 1° agosto, l'agriturismo e la scuola in

- 01 In Ticino si producono diverse varietà di farina per polenta.
- 02 Una tappa della MangiAbiasca.
- 03 Ticino, la patria del Merlot.
- 04 Accoppiata nostrana vincente.
- 05 Verso un'altra tappa culinaria.
- 06 Lauro Rossetti, organizzatore della prima edizione di MangiAbiasca.
- 07 Si può anche gustarsi il paesaggio.
- 08 Un gadget indispensabile.
- 09 E, dulcis in fundo...
- 10 Che buona la salumeria locale!
- 11 Il cibo della tradizione contadina.

fattoria che permettono di conoscere il territorio, la cultura, le tradizioni e le radici di una regione intera», afferma il segretario agricolo Sem Genini.

Local e di qualità

Cosa determina il successo di questi eventi? «Di certo – sottolinea Pesce – alla base c'è, come detto, la voglia di local. Il fatto di passeggiare in compagnia tra vigneti, campi, villaggi e città, fa sentire «a casa» il ticinese, e piace al turista perché scopre angoli a lui sconosciuti. L'importante – ma questo vale in generale – è che gli alimenti siano davvero locali e soprattutto offerti seguendo le direttive igienico-sanitarie». Sem Genini conferma: «I prodotti nostrani ticinesi sono di eccellente qualità. Lo dimostra anche la crescente importanza e l'aumento dell'interesse dei consumatori verso il «Marchio Ticino», che garantisce, appunto, la «ticinesità» dei prodotti locali».

Ci viene un dubbio: ma questa non sarà una delle tante mode, oggi particolarmente di tendenza e amplificate grazie

anche al moltiplicarsi di programmi televisivi legati alla gastronomia? «No», risponde convinto Alessandro Pesce: «Ritengo che ci sarà sempre più attenzione verso i prodotti del territorio proprio per la necessità di avere sicurezze e certezze. E credo anche che la cultura del mangiar sano e del mangiar bene, in altre parole la cultura «slow», debba essere promossa con convinzione, in alternativa alla moda del

«take-away» e del «fast-food». In questo senso il ruolo delle autorità politiche, delle scuole e delle famiglie credo sia determinante. Perché dietro a qualsiasi prodotto agro-alimentare del territorio c'è una storia, ci sono l'impegno, il sacrificio e la passione di donne e uomini che lavorano sodo per produrlo e, nel caso dei ristoratori, per cucinarlo e per servirlo. Un messaggio importante che va diffuso».

Patrimonio culinario

Cicitt, mesoltit, zincarlin, créfli, fitri... A volte hanno nomi strani e non sempre noti: sono raccolti nel Patrimonio culinario svizzero, un'associazione fondata nel 2004 e che tra il 2004 e il 2009 ha catalogato per la prima volta gli alimenti tradizionali del nostro paese, la loro produzione, le loro caratteristiche e la loro storia, al di là dei confini cantonali e regionali. Finora sono state inserite oltre 400 voci. Un inventario che, per quanto riguarda la Svizzera italiana conta circa 40 prodotti descritti. Il Patrimonio culinario svizzero è vivo: i cibi elencati sono prodotti tradizionalmente in modo continuato da 40 anni, vengono consumati ancora oggi ed hanno una relazione particolare con il nostro territorio.

patrimoineculinaire.ch

«ANCHE IN FUTURO PUNTEREMO SUL TURISMO SLOW»

Panorama: Come vede e valuta le manifestazioni legate al territorio e alla gastronomia locale?

Elia Frapolli: In pochi anni sono riuscite a raccogliere un grande successo di pubblico. Sono apprezzate soprattutto dalla popolazione locale, ma anche dai turisti che non hanno mai nascosto di amare la gastronomia del nostro Cantone. Anche un recente studio commissionato da Svizzera Turismo ha confermato che uno dei principali aspetti che spinge i nostri ospiti a visitarci è proprio l'enogastronomia. Tra l'altro ritengo che si possano vedere come una delle molteplici risorse che, anche se di nicchia, contribuiscono nel loro piccolo allo sviluppo socio-economico e sostenibile del nostro Cantone.

Si può leggere come un modo nuovo di vivere e di esplorare il territorio, cioè di fare turismo?

Direi che la vera novità sta nel racchiudere in un'unica manifestazione due componenti che da sempre coesistono a livello turistico: l'enogastronomia e la scoperta del territorio. E a fare da collante è proprio il prodotto della terra sapientemente lavorato dai produttori locali. La ricchezza del Canton Ticino consiste nella varietà invidiabile dei suoi prodotti, un aspetto che ben si presta anche a livello di promozione turistica.

Sarebbe interessante per Ticino Turismo potenziare questa «nicchia» di mercato?

Assolutamente, e non parlo solo di queste manifestazioni, ma più in generale del turismo «slow», a mobilità lenta del quale fanno parte anche gli itinerari a piedi o in bici. Da tempo stiamo lavorando a favore della valorizzazione su ampia scala di questi percorsi così da permettere di apprezzarne in prima persona le bellezze e i prodotti del territorio.

Lei personalmente apprezza queste manifestazioni?

Non soltanto le apprezzo, ma cerco, nel limite del mio tempo libero, di partecipare in prima persona. Ammetto di avere una lunga storia d'amore con i formaggi. Un amore nato tempo fa quando i miei genitori mi portavano a spasso per gli alpeggi alla scoperta di quei sapori. E così anche oggi, mi piace partecipare a manifestazioni dove si ha la possibilità di degustare i prodotti locali e scambiare qualche parola con i produttori. È proprio questo aspetto della socialità e del contatto diretto che mi ha sempre affascinato.



Elia Frapolli
direttore Ticino Turismo



La qualità della vita è una questione di protezione assoluta.

Sistemi di segnalazione scasso • aggressione • sorveglianza video
• controllo accessi • rivelazione incendi • spegnimento incendi

Securiton SA
Sistemi d'allarme e di sicurezza
Succursale Ticino
Via Industria Sud, CH-6814 Lamone-Lugano
Tel. +41 91 605 59 05, Fax +41 91 605 45 83
www.securiton.ch, info@securiton.ch

Una società del Gruppo Securitas Svizzera

 **SECURITON**

Per la vostra sicurezza

VISITE GUIDATE SUL MONTE SAN GIORGIO

– Mendrisiotto –



Agli imbocchi delle miniere di scisti bituminosi, sugli scavi paleontologici, ai piedi di spettacolari pareti di roccia, attraverso ambienti naturali sempre meno diffusi e in molti altri luoghi:

«I sentieri di questa montagna così attrattiva sono percorribili in tutte le stagioni e a qualunque età».

Francesca Driutti, Guide Monte San Giorgio

dalle testimonianze della civiltà contadina a quelle artistiche, dai prati magri ai vigneti, dalle miniere per lo sfruttamento di minerali

alle carbonère, dalla Fabbrica dello Spinirolo alla chiesa di San Silvestro a Meride. Il Monte San Giorgio è tutto questo e le 25 guide ufficiali vi accompagneranno lungo sentieri facilmente percorribili alla scoperta di un sito che è patrimonio mondiale dell'Unesco. L'Associazione transnazionale Guide ufficiali del Monte San Giorgio – il cui scopo è quello di proteggere, valorizzare e divulgare le peculiarità del monte italo-svizzero – ha anche realizzato un prospetto che illustra i patrimoni del territorio e che è stato cofinanziato dalla Banca Raiffeisen del Monte San Giorgio. Gli interessati alle visite possono scrivere a info@guidemsg.org. guidemsg.org

PREMIO RAIFFEISEN 2014 A CASA ASTRA

– Ligornetto –

Dopo dieci anni di prima e pronta accoglienza in favore di persone momentaneamente senza un alloggio o in stato di disagio e di bisogno, Casa Astra si trasferirà presto da Ligornetto nel nuovo e più grande centro di Mendrisio. È proprio a questa struttura verrà conferito dall'avv. Mario Verga il 18.mo Premio Raiffeisen di 15 000 franchi. A colloquio con Donato di Blasi, fondatore di Casa Astra e motore dell'omonima Fondazione.

Perché una struttura così in Ticino?

Una ricerca sulle persone in cerca di un alloggio d'emergenza è stata, su nostro

stimolo, conclusa dal DSS nel 2005 e rilevava un bisogno in posti letto per una vasta tipologia di utenti presenti nel Cantone per più di 800 richieste annue.

Chi sono gli utenti di Casa Astra?

Sono persone che provengono da enti cantonali e servizi sociali, persone seguite da tutori, in attesa di una collocazione definitiva in un appartamento e che non avevano più motivo di stare, a costi ben superiori, in clinica o in altri centri specializzati. L'utenza è estremamente variegata. Più del 50% è locale e il dato aumenterà con l'apertura della nuova struttura.

Come sarà il nuovo centro di Mendrisio?

Potrà ospitare 24 persone in 11 stanze. Avremo camere protette per donne e altri casi sensibili che ora non possiamo accogliere nonostante le richieste, come pure spazi per atelier, una mensa, un bar, un progetto di catering e un grande orto biologico a Riva. casa-astra.ch





CREATIVITÀ IN MOVIMENTO

– Svizzera italiana –

Sembra che con gli smartphone non ci siano più limiti alla creatività. I più piccini tracciano spesso i primi scarabocchi sul display anziché con le matite. Tuttavia nessuna app potrà mai sostituire la pittura su carta. Il disegno continua a rimanere indiscutibilmente importante nella scuola, afferma Luigi Moro, esperto di educazione visiva presso la Scuola universitaria professionale della Svizzera italiana (SUPSI): «Quando

un alunno riesce a creare qualcosa di bello con le sue mani, ne è felice». Per la 45ª edizione del Concorso internazionale Raiffeisen per la gioventù, i bambini e i giovani tra i 6 e i 18 anni sono invitati a partecipare al concorso di pittura sul tema «Sempre in movimento, sempre online. Cosa ti mette in moto?». Termine ultimo di invio: 1° marzo 2015 alla propria Banca Raiffeisen. Info: wettbewerb.raiffeisen.ch

AL TIMONE DELLA BR DEL CASSARATE

– Canobbio –

Massimo Petraglio è il nuovo presidente della Direzione della Banca Raiffeisen del Cassarate. Nominato dal CdA dopo quasi un anno di interinato, Petraglio si era preoccupato in quel periodo di integrare al meglio i tre istituti che avevano fuso nel maggio 2013 dando vita alla BR del Cassarate. Impegnato sul fronte delle procedure, della conduzione del personale, dell'unificazione dell'offerta di prodotti e dell'immagine verso l'esterno, Petraglio (nella foto Giovetto) aveva inoltre gestito l'ultimazione della nuova Raiffeisen di Canobbio. «A poco più di un anno dalla fusione, la nostra Banca costituisce senza dubbio un valido punto di riferimento per tutte

le necessità bancarie degli abitanti del nostro comprensorio», afferma Petraglio e aggiunge: «La sfida per il futuro sarà integrare nella rete di vendita tutti quei servizi che le moderne tecnologie mettono a disposizione e che la clientela giovane utilizza quotidianamente».

«Vicini alla gente anche grazie alle nuove tecnologie».

Massimo Petraglio



IN PISTA CON LA FSSI

– Svizzera italiana –

Anche quest'anno, il calendario degli eventi della Federazione di sci della Svizzera italiana (FSSI) è molto fitto. Alcune manifestazioni dedicate ai più giovani ed anche agli atleti più esperti, porteranno la firma di Raiffeisen, sponsor principale della FSSI. I più piccoli scenderanno nuovamente



in pista nel circuito «Folletti» che quest'anno festeggia il ventesimo anno di attività, mentre gli atleti selezionati della Federazione saranno impegnati nel circuito Raiffeisen alpine cup ed esordiranno a Splügen in occasione della prima gara il 20 dicembre. In marzo verrà riproposta, dopo il

grande successo della prima edizione, la Raiffeisen Kids day ad Airolo Pesciüm. Anche per la stagione sciistica 2014-2015, Raiffeisen si riconferma dunque protagonista grazie alla ormai solida collaborazione con la FSSI. fssi.ch



SUI BINARI DEL MUTAMENTO

– Stabio –

«Lungo il binario Mendrisio-Stabio 2004-2013»: è questo il titolo della mostra fotografica aperta fino all'11 gennaio nel Museo della civiltà contadina del Mendrisiotto, nell'ambito della nona Biennale dell'immagine di Chiasso. Il fotografo Giovanni Luisoni ha così voluto

documentare il cambiamento di un territorio che, proprio fra pochi giorni, vedrà l'apertura della tratta ferroviaria in questione. Il lavoro di Luisoni (sua la foto qui sopra) si è pure tradotto in un libro edito da Salvioni Edizioni, che raccoglie tutte le 80 fotografie della sua ricerca. Alcune immagini possono inoltre essere ammirate nelle Raiffeisen della Campagnadorna, istituto che sta costruendo la sua nuova sede vicino alla stazione ferroviaria di Stabio. «Una sede moderna con sportelli aperti e senza barriere architettoniche», rivela Dorian Baserga, presidente della Direzione. stabio.ch/museo-della-civilta-contadina

IMPRESSUM

Editore: Raiffeisen Svizzera società cooperativa

Capo edizione: Nikodemus Herger;

Capo redattore: Pius Schärli (ps),

Edizione italiana: Lorenza Storni (ls),

Edizione francese: Philippe Thévoz (pt)

Collaboratori redazionali: Nicoletta Hermann (nh), Markus Rohner (mr), Daniela Greub (dg)

Concetto e grafica:

Agentur Paroli AG, Witikonstrasse 80, Zurigo; Oliver Suter, Tanja Hollenstein (capo progetto, redazione, produzione), Christoph Schiess (art director)

Indirizzo della redazione: Panorama Raiffeisen, Redazione Ticino, Biolda, 6950 Tesserete panorama@raiffeisen.ch

Stampa e spedizione: Vogt-Schild Druck AG, Gutenbergstrasse 1, 4552 Derendingen, www.vsdruck.ch

Periodicità: Panorama esce 4 volte l'anno; 102.ma annata; tiratura (REMP 2014) 165 683 es. in tedesco; 51 147 es. in francese, 42 572 es. in italiano.

Inserzioni: Axel Springer Schweiz AG, Fachmedien, casella postale, 8021 Zurigo, telefono 043 444 51 07, fax 043 444 51 01, panorama@fachmedien.ch, www.fachmedien.ch

Nota giuridica: Qualsiasi riproduzione deve essere autorizzata formalmente dalla redazione. I testi pubblicati su questa rivista hanno uno scopo puramente informativo e non vanno intesi come offerte o consigli per l'acquisto o la vendita dei prodotti finanziari citati. La performance registrata in passato non rappresenta alcuna garanzia sullo sviluppo futuro. Concorsi Panorama: non si tiene alcuna corrispondenza sui concorsi. Le vie legali sono escluse. Non si accettano tagliandi o cartoline imbustate. È vietata la partecipazione ai collaboratori delle Banche Raiffeisen e di Raiffeisen Svizzera.

Abbonamenti: Panorama può essere richiesto gratuitamente o in abbonamento presso la vostra Banca Raiffeisen.



printed in
switzerland



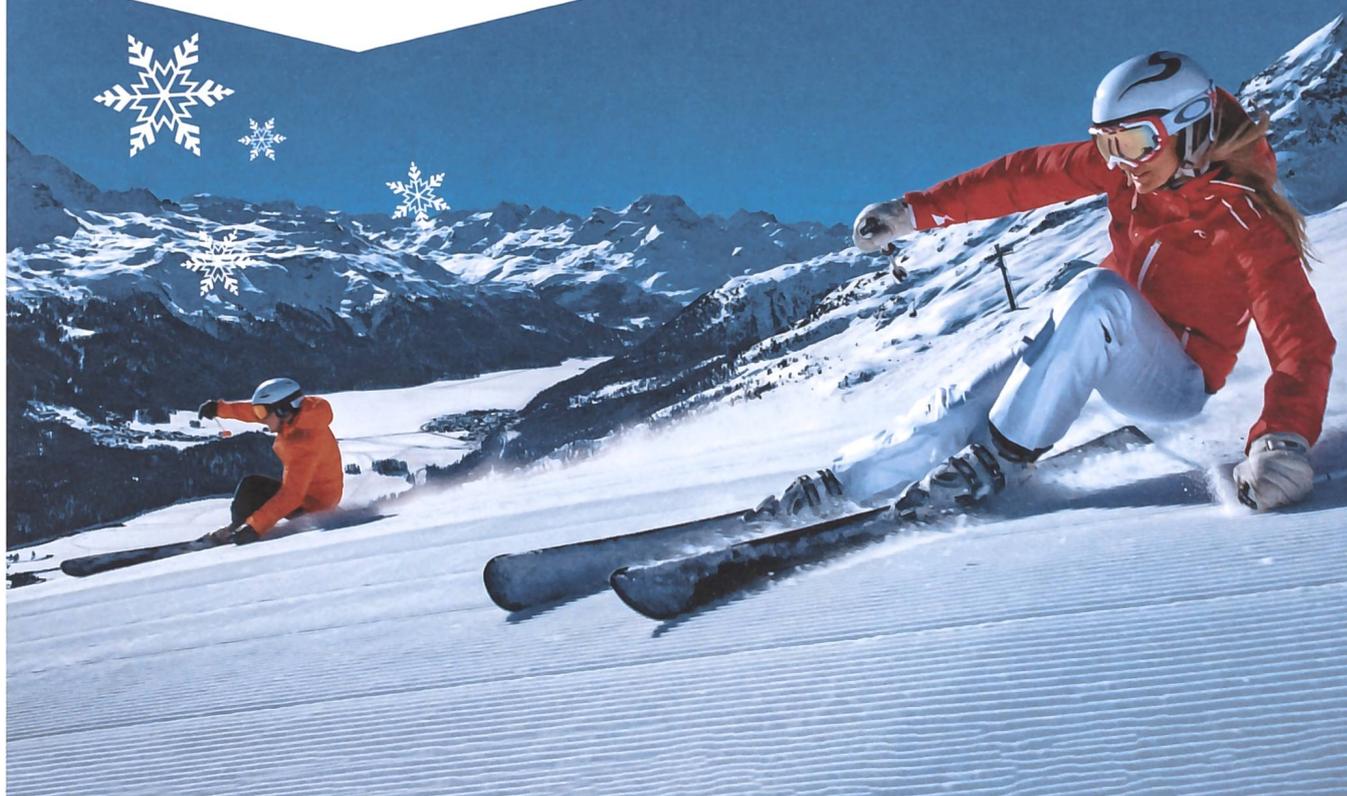
OFFERTE PER I SOCI RAIFFEISEN

CON L'ARRIVO DELL'INVERNO

SKIPASS GIORNALIERI A METÀ PREZZO

I più bei comprensori sciistici della Svizzera sono nuovamente attraenti. La stagione degli sport invernali è iniziata e i soci Raiffeisen ricevono di nuovo skipass giornalieri a metà prezzo. Per l'inverno 2014 / 15 sono 21 i comprensori da scegliere. L'offerta a metà prezzo per gli sport sulla neve di Raiffeisen vale ora anche a St. Moritz e a Savognin. Entrano per la prima volta in lista pure le destinazioni Brigels, Charmey e Bosco Gurin. Buon divertimento alla scoperta dei comprensori sciistici della Svizzera!

50% di sconto
sugli skipass giornalieri



LA CARTA PER UNA GIORNATA SULLA NEVE

Anche quest'anno i soci Raiffeisen potranno scoprire i comprensori sciistici svizzeri a metà prezzo. Per la stagione 2014 / 2015 si può scegliere tra 21 comprensori distribuiti su tutto l'arco alpino svizzero.

Autore Claudio Zemp Foto zVg

Anche se la vita è frenetica, nulla turba la tranquillità delle montagne. Cosa serve per una giornata di divertimento sulla neve? Come sempre, neve e sole sono fondamentali. L'attrezzatura progredisce ogni anno, ma la si può noleggiare direttamente sul posto. Il meteo cambia ovviamente da

località a località. Ogni anno però tutti i comprensori sciistici si rifanno l'immagine. Grazie all'offerta MemberPlus gli sport sulla neve restano accessibili a tutti. Anche quest'anno i soci Raiffeisen possono acquistare lo skipass giornaliero a metà prezzo in ben 21 comprensori. Basta soltanto

decidere la meta. Nelle pagine seguenti trovate i dati principali di tutte le regioni presenti nell'offerta. Avete già una vostra zona preferita? Ciascuna ha le proprie attrattive.

Carving o discesa a curve

Da quest'anno anche St. Moritz è tra i più bei comprensori sciistici svizzeri a metà prezzo. È qui che 150 anni fa sono giunti i primi turisti dall'Inghilterra alla ricerca del divertimento sulla neve. Della regione Engadina St. Moritz fanno oggi parte, ad esempio, Corviglia e Diavolezza. Anche la montagna di Zuoz, dove le famiglie con figli possono divertirsi sulla neve lontano dalla confusione, si trova in questa regione. Il Muottas Muraigl è il regno delle passeggiate e delle slitte: la pista è una delle più spettacolari della zona.

Oltre ai grandi comprensori di Davos-Klosters, 4 Vallées, regione della Jungfrau nell'Oberland bernese o Saas Fee, in ogni località svizzera ci sono gioielli più



- 1 Chic, elegante e famosa in tutto il mondo: St. Moritz è la culla dello sport invernale.
- 2 Anche Davos-Klosters offrono molto divertimento sulla neve a metà prezzo.
- 3 Sulla nuova pista di ghiaccio allestita in Piazza Motta ad Airolo in inverno si può tornare a pattinare. A Lüina con sci e slittino.
- 4 A Saas-Fee si può sciare sul ghiacciaio presto e più a lungo. E con il Derbyschuss si raggiunge valle in un batter d'occhio.
- 5 Alla scuola di sci si impara per sempre. Ad esempio, nella regione sciistica della Jungfrau.
- 6 Ora a metà prezzo per i soci Raiffeisen: Bosco Gurin è particolarmente consigliata ai freestyler.

piccoli da scoprire. Le piste chilometriche sono ben preparate per accogliere coloro che amano il carving. Come ad esempio a Savognin, attrezzata per accogliere famiglie con figli. Mentre i più piccoli sono in buone mani nell'area sciistica organizzata per loro o nella scuola di sport invernali, i genitori possono sciare un po' da soli lungo la magnifica pista.

Programmare il soggiorno

Come l'anno scorso, per un divertimento garantito sulla neve occorre un programma ben collaudato. I più bei comprensori svizzeri della scorsa stagione aderiscono anche quest'inverno all'offerta: il Toggenburg e le Alpes Vaudoises vi aspettano, così come Klewenalp, Braunwald e Grächen. Se volete provare nuove emozioni, avete a disposizione un totale di oltre 2000 chilometri di piste in tutta la Svizzera. Naturalmente non tutti in un giorno.

La gioia di una giornata sulla neve inizia già quando la si programma. Vale dunque la

pena prendersi una giornata libera perché durante la settimana l'esperienza sugli sci è più gratificante. E non solo una volta all'anno. Importante per i soci Raiffeisen: all'indirizzo www.raiffeisen.ch/inverno potete programmare mese dopo mese in ogni comprensorio un'altra escursione sulla neve grazie a print@home.

Kicker e rail

Da più di un secolo il divertimento sulla neve è rimasto lo stesso, nonostante gli impianti di trasporto sempre più veloci. Diversi comprensori più piccoli hanno anche percorsi controllati per i free rider, in cui, se le condizioni sono buone, si può sciare sulla neve fresca. Oggi come oggi ogni stazione sciistica è dotata di un paio di rail e kicker per i giovani, ossia di ostacoli e trampolini che permettono di fare acrobazie con lo snowboard. Questa libertà con la tavola si può assaporare ad esempio a Bosco Gurin, il villaggio più alto del Ticino noto tra i freestylers e aderente allo skipass MemberPlus. Con Airolo e Bosco Gurin, in Ticino i soci Raiffeisen trovano così due centri invernali a metà prezzo.

Gite sulla neve

In montagna non mancano certo le idee per nuovi spettacoli invernali. Oggi si può ad esempio fare yoga sulla pista, immergersi nel ghiaccio o passeggiare nel paesaggio innevato con mucche, cammelli e lama. Si può però programmare anche una tradizionale e semplice gita sulla neve. Ad esempio nell'affascinante villaggio alpino di Charmey, nella Gruyère. Come dice il

nome, anche questa perla offre divertimento invernale per la famiglia, dallo slittino al pattinaggio fino allo sci di fondo, o alle passeggiate con le ciaspole. Charmey è famosa infatti per i suoi percorsi escursionistici per ciaspole. La rete di sentieri invernali consente di raggiungere le stazioni vicine attraverso numerose varianti. Chi ha tempo, può percorrere più di sei chilometri in quattro ore.



Divertimento invernale a metà prezzo: ecco come funziona

Per la stagione 2014 / 2015 i soci Raiffeisen riceveranno dei buoni per uno skipass giornaliero a metà prezzo in 21 regioni sciistiche della Svizzera. I buoni si possono utilizzare alla cassa della regione sciistica presentando la carta Maestro Raiffeisen, la carta V PAY o la carta di credito. I buoni sono generalmente validi da lunedì a venerdì e in alcuni fine settimana. Leggete bene le informazioni al momento dell'ordine. Come soci potete stampare ulteriori buoni direttamente a casa vostra. Trovate i buoni print@home gratuiti in internet su www.raiffeisen.ch/inverno.



I PIÙ BEI COMPENSORI SCIISTICI A METÀ PREZZO



4 Vallées

400 km di piste – 92 impianti di risalita – punto più alto del comprensorio sciistico: 3330 m s.l.m. Il comprensorio sciistico più grande ubicato interamente in Svizzera.
Skipass giornaliero adulti CHF 35.50 invece di 71.–



Airolo

30 km di piste – 2 funivie – 3 skilift, una seggiovia – stazione a valle: 1175 m s.l.m. Il punto più alto del comprensorio sciistico: 2250 m s.l.m.
Skipass giornaliero adulti CHF 22.50 invece di 45.–



Alpes Vaudoises

Intense giornate di sport sulla neve a Leysin, Villars / Gryon, Les Mosses / La Lécherette e a Les Diablerets / Glacier 3000, uno dei ghiacciai più belli della Svizzera.
Skipass giornaliero adulti CHF 31.– invece di 62.–



Belalp 60 km di piste – una nuova cabinovia a 8 posti da Blatten – una seggiovia a 6 posti – 2 seggiovie a quattro posti – 4 skilift – 1 tunnel per sciatori – 2 impianti di risalita per bambini – stazione a valle: 1322 m s.l.m. Il punto più alto del comprensorio sciistico: 3112 m s.l.m.

Skipass giornaliero adulti CHF 28.– invece di 56.–



Braunwald 32 km di piste – piste battute da «facili» a «impegnative» – una pista da cross-snowpark – pista per slittino – sentieri per escursioni – luogo ideale per lo sport per tutta la famiglia con hotel, strutture, backpacker e appartamenti di vacanza.

Skipass giornaliero adulti CHF 24.– invece di 48.–



Breil-Brigels

Comprensorio sciistico per famiglie con 75 chilometri di piste. Punto più alto: 2418 m s.l.m. La regione turistica Brigels-Waltensburg-Andiast è dotata di 11 impianti e 2 piste per slittino.

Skipass giornaliero adulti CHF 28.– invece di 56.–



Bosco Gurin

Nel villaggio più alto del Ticino l'inverno è dedicato agli sport invernali. 30 chilometri di piste – 5 impianti – pista per slittino – scuola di sci – snowpark – gite

Skipass giornaliero adulti CHF 22.50 invece di 45.–



Bürchen – Unterbäch – Eischoll

45 km di piste – 35 km di sentieri per escursioni – 7 itinerari segnalati per amanti delle racchette da neve. I bambini fino ai 9 anni hanno accesso gratuito a tutti gli impianti.

Skipass giornaliero adulti CHF 21.50 invece di 43.–



Charmey

Questo villaggio alpino nella regione della Gruyère offre 5 impianti e 30 chilometri di piste. Punto più alto: 1627 m s.l.m., 10 chilometri di percorsi escursionistici per ciaspole – piste per sci di fondo

Skipass giornaliero adulti CHF 20.– invece di 40.–

Altre informazioni: www.raiffeisen.ch/inverno



Davos-Klosters

Oltre 300 km di piste – 85 piste diverse – Halfpipe – pista da carving – area per freeride – percorso per bambini. Davos è la città più alta d'Europa: 1560 m s.l.m. Klosters: 1200 m s.l.m.

Skipass giornaliero adulti CHF 36.– invece di 71.–



Disentis

Oltre 60 km di piste – punto più alto del comprensorio sciistico: circa 3000 m s.l.m. Parte superiore della Surselva per gli amanti della neve fresca. Disentis: punto di partenza per escursioni avventurose con gli sci e le racchette da neve.

Skipass giornaliero adulti CHF 27.– invece di 54.–



Grächen – ein Märchen 42 km di piste – 38 km di sentieri per escursioni – 23 km di itinerari per racchette da neve. Gli ospiti – adulti e bambini – entrano in questo regno fiabesco con la cabinovia delle favole. In dieci delle 55 cabine viene narrata una favola dei fratelli Grimm.

Skipass giornaliero adulti CHF 27.50 invece di 55.–



Jungfrau Ski-Region

214 km di piste sullo sfondo di Eiger, Mönch e Jungfrau. Regione della Jungfrau: qui si trovano le piste per slittino più belle del mondo.

Skipass giornaliero adulti CHF 32.– invece di 63.–



Klewenalp-Stockhütte

40 km di piste – 1600 m s.l.m. – 9 km di piste per slittino e sentieri per escursioni. Incastonato nel panorama della Svizzera centrale.

Skipass giornaliero adulti CHF 25.50 invece di 51.–



Meiringen-Hasliberg

60 km di piste – 13 sistemi di trasporto – Skihäsiländ e giochi per i figli degli amanti dello sci. Disponibili vari sentieri invernali e percorsi per lo slittino.

Skipass giornaliero adulti CHF 28.50 invece di 57.–



Saas Fee

145 km di piste – Freestyleparks-area per principianti con tappeto delle meraviglie e giostra. Comprensorio sciistico premiato lo scorso inverno da «Mountain Management».

Skipass giornaliero adulti CHF 35.50 invece di 71.–



Savognin

Vacanze sugli sci con 80 chilometri di piste extra larghe – ampia zona riservata al freeride – 9 impianti di risalita e 3 per bambini - pista per slittini Schlittada-Run. Punto più alto: 2713 m s.l.m.

Skipass giornaliero adulti CHF 28.50 invece di 57.–



Sedrun – Andermatt

120 km di piste – ampia offerta per gli amanti delle passeggiate con le ciaspole – sentieri invernali ricchi di fascino – 39 km di piste per lo sci di fondo - discese per lo slittino.

Skipass giornaliero adulti CHF 29.– invece di 58.–



St-Luc – Chandolin

Incorniciato nel grandioso panorama dei massicci circostanti, il comprensorio sciistico con un'altitudine compresa tra i 1650 e i 3000 metri, ha qualcosa da offrire a tutti gli appassionati di sport invernali.

Skipass giornaliero adulti CHF 25 invece di 50.–



St. Moritz

La famosa e sfavillante località sciistica offre 350 km di piste per lo sci alpino e 200 km di piste per lo sci di fondo. Il punto più alto della località: la stazione alpina del Corvatsch a 3303 m s.l.m.

Skipass giornaliero adulti CHF 37.50 invece di 75.–



Toggenburg

60 km di piste – Funpark per Freestyle – percorsi con le ciaspole – piste mozzafiato per gli slittini – anelli di sci di fondo per pattinatori e amanti del fondo – 50 km di sentieri invernali – 17 impianti e skilift – discesa di 8 km da Chäserrugg.

Skipass giornaliero adulti CHF 28.50 invece di 57.–



FATE COME BEAT E MARIANNE

Sperando in un inverno ricco di neve, ecco alcuni consigli da Beat Feuz e Marianne Abderhalden. Raiffeisen, partner di Swiss-Ski e dello sport invernale svizzero, vi offre interessanti vantaggi per godervi gli sport sulla neve insieme a noi.

Il mio motto

La Svizzera con il suo magnifico paesaggio alpino offre fantastiche possibilità di praticare sport sulla neve a grandi e piccini, ed anche a me. Mi godo la natura in tutta libertà e lascio che mi ricarichi di energie per praticare lo sport di cui sono appassionato, lo sci!

I miei consigli

- ◆ Se il tempo è bello, prendetevi del tempo libero durante la settimana: alzatevi presto per godervi le piste sgombre e il cielo blu. È questo il momento migliore per sciare e grazie a Raiffeisen costa addirittura la metà nei comprensori aderenti.
- ◆ Almeno una volta nella vita bisogna aver visto la gara del Lauberhorn. In tutti i casi la regione della Jungfrau offre comunque molte altre opportunità. Il panorama e le discese di Männlichen sono praticamente insuperabili.

Approfittate delle interessanti offerte di Raiffeisen:

Coppa del mondo di sci 2015 a metà prezzo

Domenica 11.01.2015, slalom maschile Adelboden
Domenica 18.01.2015, slalom maschile Wengen
Sabato 24.01.2015, discesa femminile St.Moritz
Domenica 25.01.2015, SuperG femminile St.Moritz
Informazioni all'indirizzo www.raiffeisen.ch/memberplus

Skipass giornalieri a metà prezzo

Informazioni alle pagine precedenti o all'indirizzo www.raiffeisen.ch/inverno

Societariato Swiss-Ski

Diventate soci e approfittate di interessanti vantaggi e offerte: informazioni all'indirizzo www.swiss-ski.ch/mitglieder



Il mio motto

Tanta neve, piste emozionanti e ristoranti accoglienti: cosa volere di più? Il panorama svizzero degli sport invernali mi piace molto e mi sprona ogni volta verso nuove ed eccellenti prestazioni

I miei consigli

- ◆ La coppa del mondo a St.Moritz è l'occasione perfetta per abbinare una giornata sugli sci ad una visita alle gare. Prima della gara potete fare carving sulle magnifiche piste, seguire la competizione direttamente da bordo pista in numerosi passaggi, rilassarvi sul plateau assolato nella zona di arrivo di Salastrains e tornare a sciare una volta finita la gara. Una giornata perfetta sulla neve.
- ◆ A Toggenburg, zona da cui provengo, consiglio di provare le varieghe piste e gli impianti per giovani e meno giovani tra St. Johann, Unterwasser e Wildhaus: la nuova Family Line promette di coinvolgere tutta la famiglia, l'esperienza di una sciata notturna sull'Alpe Sellamatt garantisce divertimento allo stato puro e il Funpark Snowland è il punto d'incontro per snowboarder e freestyler a Toggenburg.

Liv Anthamatten, 11 anni, atleta in erba di Saas Fee: Raiffeisen sostiene insieme a voi le giovani leve degli sport invernali in tutte le regioni svizzere. Mostrate il vostro cuore di tifosi: acquistando il berretto a soli 10 franchi, 5 franchi andranno devoluti agli astri nascenti dello sport. Vi ringrazio di cuore a nome di tutti i giovani atleti. **Tutte le informazioni sul Fan Shop alla pagina successiva.**

Concorso online

Vincete con Raiffeisen un'esperienza esclusiva alla Coppa del mondo e altri interessanti premi. Per informazioni e per partecipare, consultate l'indirizzo: www.raiffeisen.ch/sci



FAN-SHOP



5 franchi
Con ogni berretto
venduto Raiffeisen
sostiene le giovani
leve.

**Acquistate subito a 10 franchi,
mostrate il vostro cuore di
tifosi e sostenete le giovani
leve degli sport invernali!**

Nelle ultime quattro stagioni invernali sono stati donati oltre 915 000 franchi e in questo modo cofinanziati oltre 80 progetti per le giovani leve. Beneficeranno dell'impegno di Raiffeisen per le giovani leve oltre 20 000 giovani in tutte le undici Federazioni regionali di sci e i centri sportivi nazionali.

... e l'iniziativa continua

Mostrate il vostro cuore di tifosi, acquistate subito i berretti all'ultima moda presso le Banche Raiffeisen oppure online su www.raiffeisen.ch/sci. Per ogni berretto venduto, Raiffeisen donerà 5 franchi per la promozione delle giovani leve. Grazie!

SULLA PISTA CON BERNHARD RUSSI

Il programma «snow for free» permette ai bambini di provare uno sport invernale con star come Bernhard Russi. I posti sono molto ambiti. Raiffeisen sortoggerà gli ultimi pomeriggi «snow for free» per dieci fortunati piccoli sciatori.

Autore Markus Rutz Foto PHOTOPRESS/Mischa Christen

Grazie all'iniziativa congiunta dell'ex campione del mondo di sci e campione olimpico Bernhard Russi e della fondazione Cleven, oltre 18 000 bambini da tutta la Svizzera hanno potuto godere di un'esperienza gratuita di sci in pista. Anche il prossimo anno il progetto regalerà la possibilità di trascorrere un mercoledì pomeriggio di sport invernali e, grazie al nuovo sponsor principale Raiffeisen, circa 2000 giovani di dieci città della Svizzera tedesca e occidentale saranno portati da aziende di trasporto nei vicini comprensori sciistici, dove trascorreranno un pomeriggio attivo sugli sci o sullo snowboard sorvegliati da esperti.

Avviato come progetto pilota nel 2005 a Lucerna, «snow for free» è ormai diventato per molte famiglie un appuntamento fisso del calendario invernale. Se volete tentare un primo approccio alla neve, se non potete permettervi vacanze invernali o se desiderate semplicemente regalare ai vostri figli un pomeriggio gratuito di lezione di sci o snowboard, non

dovete far altro che iscrivervi a «snow for free». Di anno in anno sempre più apprezzato, il progetto viene di conseguenza ampliato. Il prossimo inverno alcune aziende di trasporto regionali offriranno ai bambini di dieci città delle regioni circostanti un viaggio verso il comprensorio sciistico più vicino, dove troveranno gli istruttori delle scuole locali di sci e snowboard. I partecipanti che non hanno né sci né snowboard possono noleggiare prima il materiale nei negozi Intersport indicati. Sempre gratuitamente, s'intende. Il momento più emozionante per molti bambini è la visita di Bernhard Russi, che ogni inverno trascorre un pomeriggio in pista con i giovani partecipanti.

Estrazione dei posti disponibili

Grazie al nuovo impegno per gli sport invernali, i soci e i clienti Raiffeisen possono iscrivere i loro figli di età tra i 9 e i 13 anni ad uno dei tanto ambiti pomeriggi «snow for free». L'estrazione deciderà a chi saranno assegnati i dieci posti disponibili per località e pomeriggio.

Registrazione online:

da subito all'indirizzo www.snowforfree.ch

Termine ultimo per partecipare:

17 dicembre 2014 (notifica ai partecipanti estratti entro il 23 dicembre 2014)

Importante:

nel campo «Osservazione» occorre indicare **Raiffeisen!**

Date di snow for free 2015

Quando: 07 / 14 / 21 e 28 gennaio 2015, mercoledì pomeriggio.

Partenze	Destinazioni invernali
Berna	> Wiriehorn
Friburgo / Bulle	> Moléson
Losanna / Morges / St-Prex	> Villars-sur-Ollon
Lucerna	> Engelberg-Brunni
San Gallo	> Pizol
Winterthur	> Wildhaus
Zurigo	> Sattel-Hochstuckli



SNOW FOR FREE
POWERED BY BERNHARD RUSSI





REGALATE UN MOMENTO DI GIOIA



Home Concerti & eventi Calcio

L'idea giusta al momento giusto è spesso un biglietto ben scelto. Fatevi ispirare dal calendario per il 2015 e regalate a chi amate un evento da vivere insieme. L'impagabile gioia dell'attesa è inclusa.

Autore Claudio Zemp

Già ora si può fare con certezza una previsione per il 2015: anche il prossimo anno il tempo resterà il bene più prezioso. Facile osare anche una seconda previsione: molti cominceranno a pensare ai regali di Natale fin da ora. Per questo è una buona idea donare ai propri cari del tempo da spendere insieme. Meglio se prima perché il valore del tempo cresce costantemente. E dato che il tempo diventa sempre più costoso, questo regalo ripaga certamente a livello

emotivo. Prenotando per tempo, si possono scegliere i posti migliori e ottenere un doppio vantaggio: sul portale MemberPlus ci sono biglietti con sconto fino al 50%.

Voi che tipi siete?

Quando si tratta di regali ci sono due tipi di persone: quelli che fanno un elenco mesi prima, acquistano con largo anticipo i regali per poi tenerli ben nascosti. Altri che ogni anno aspettano fino all'ultimo momento per acquistare una cosa qualsiasi nella frenesia generale. Le persone si differenziano anche per come accolgono i regali: alcuni apprezzano gli oggetti che hanno un'utilità pratica, mentre altri ritengono più importante il valore simbolico. È il gesto quello che conta. D'accordo, ma non solo.

Concerti & Eventi		
Circo Knie	08.10.	Lausanna
Dieter Meier	08.10.	Pontresina
Alex Hepburn / Gustav	09.10.	Pontresina
Angélique Kidjo / Sina	10.10.	Pontresina
Luca Carboni / Henri B...	11.10.	Pontresina



HIGHLIGHTS

BIGLIETTI E INFORMAZIONI: RAIFFEISEN.CH/CONCERTI

Ennio Morricone
17 febbraio 2015
Hallenstadion, Zurigo
25 % di sconto



Eliane & Band
27 dicembre 2014
Palazzo dei Congressi, Lugano
25 % di sconto



Salto Natale
20.11.2014 – 3.1.2015
Holberg, Kloten
25 % di sconto



Giuseppe-Verdi-Gala
30 dicembre 2014
Palazzo dei Congressi, Lugano
25 % di sconto



Mark Knopfler
1 giugno 2015
Hallenstadion, Zurigo
25 % di sconto



A Spectacular Night of Queen
7 gennaio 2015
Palazzo dei Congressi, Lugano
25 % di sconto



Katy Perry
1 marzo 2015
Hallenstadion, Zurigo
25 % di sconto



The Lion King
da marzo 2015
Musical Theater, Basilea
Prevendita esclusiva





Concerti & eventi →

Kylie Minogue
da CHF 60.00

Concerti & eventi →



Come regalo i buoni godono di un'immeritata cattiva reputazione. Accade spesso che vengano dimenticati o addirittura lasciati scadere perché non si trova mai il tempo di utilizzarli. Anche se regalato con ottime intenzioni, un buono diventa così non fruibile. Ciò non accade però se il buono è legato ad un evento. Il vostro gruppo preferito suonerà presto in Svizzera? Oppure il musical che volevate vedere quest'anno non sarà prolungato?

Pratici e preziosi

Il calendario degli eventi riserva spesso delle sorprese. Con un biglietto per condividere un evento si risolvono con pragmatismo più problemi allo stesso tempo. Per prima cosa si fa un regalo che può avere anche un certo costo. Si possono così attendere con tranquillità le feste, sicuri di poter dimostrare alla persona cara tutto il proprio stile. Del resto, ci si conosce ormai così bene da poter andare sul sicuro in fatto di gusti, no? Con un biglietto per un evento si fa anche il primo programma insieme per l'anno successivo, qualcosa su cui si può costruire. L'impagabile gioia dell'attesa è inclusa. Per entrambi, perché anche se divisa, la gioia dell'attesa raddoppia. Niente vieta

di pianificare la gita per il futuro. Così c'è tempo a sufficienza per organizzare tutto: il guardaroba, la babysitter, la cena, il viaggio di andata, anche godersi gli stravizi prima dell'evento.

Consigli per il pacchetto

Resta così solo un problema minore: il budget non è esaurito e avete tempo a sufficienza per dedicarvi con tranquillità al pacchetto. È qui che risiede il valore simbolico e aggiunto. La busta può essere decorata con un po' di creatività e nascosta in diverse scatole di grandezza differente come in una matryoska. In questo modo l'effetto sorpresa risulterà potenziato.

Oppure, ecco un'altra idea ad effetto per un regalo. Quanto è ironica la persona destinataria? Se anche voi amate gli scherzi, potreste usare il pacchetto per portare fuori strada la persona a cui porgerete il regalo. Se è un'appassionata di calcio, impacchettate il buono in un romantico pelouche. Se invece ama moltissimo i musical, potete scegliere una scatola da scarpe. Magari chiusa con un bel nastro.

Del resto, il valore del regalo sta proprio nei momenti futuri da condividere insieme.

UN CONSIGLIO PER L'INVERNO

All'acquaparc con il Raiffeisen RailAway-Special

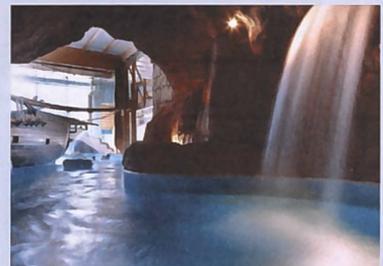


Aquaparc Le Bouveret

Buttatevi tra le onde di «Copacabana» e nelle correnti del fiume. Scoprite le cascate e le grotte. Godetevi il divertimento sui nove scivoli giganti oppure diventate pirati e salite a bordo della nave dei pirati. Acqua calda alla temperatura di 29°C, divertimento, adrenalina ma anche relax rendono una visita all'Aquaparc un'esperienza straordinaria per tutta la famiglia. E inoltre: provate lo scivolo acquatico con loop più veloce del mondo: il Booster Loop. Concedetevi una piacevole pausa nell'area wellness o una tappa all'insegna del gusto in uno dei ristoranti.

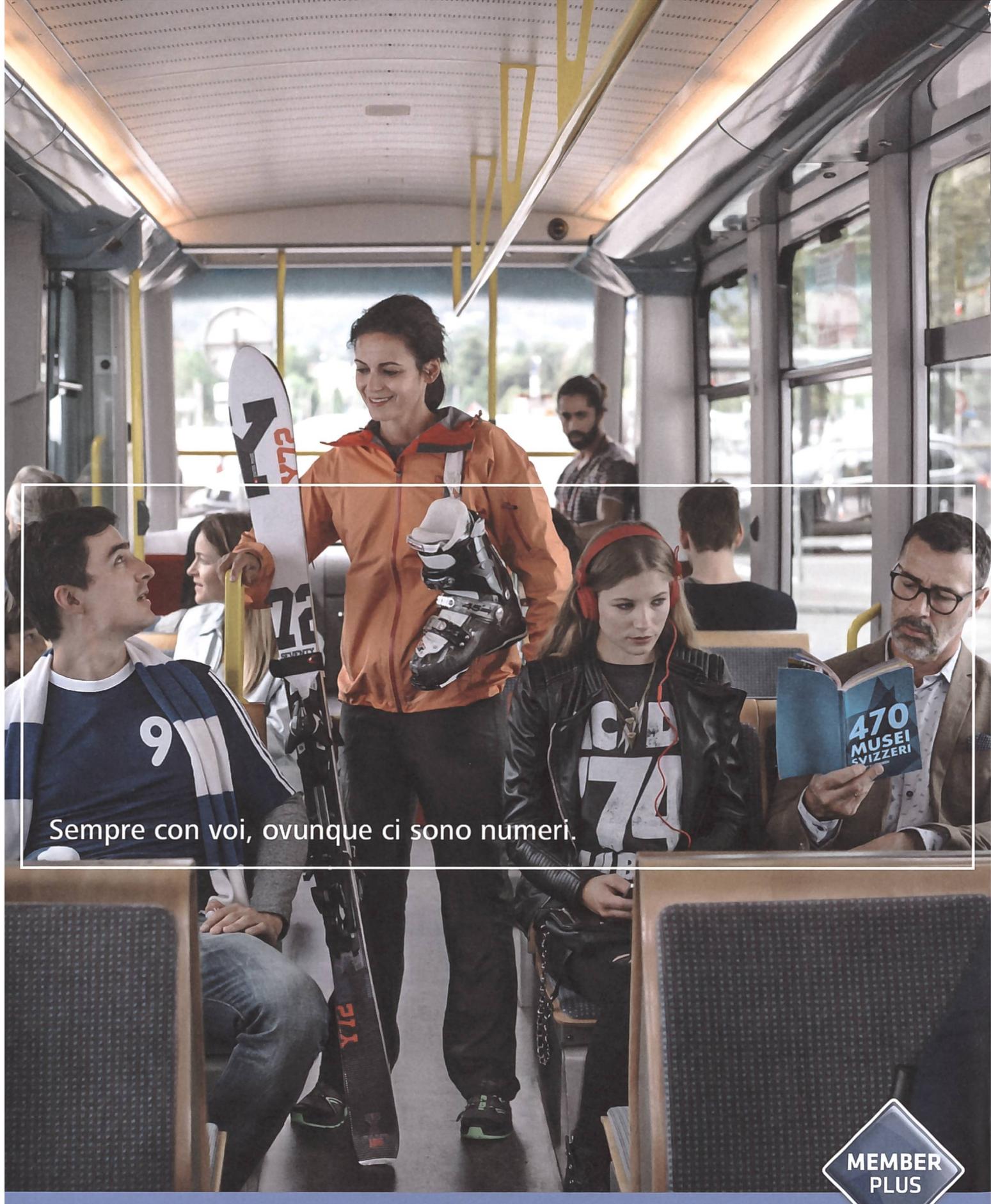
Vantaggi MemberPlus fino al 28 febbraio 2015

- 30% di sconto sul viaggio con i trasporti pubblici per Le Bouveret e ritorno
- 30% di sconto sull'ingresso giornaliero all'Aquaparc



Mese dopo mese, non perdetevi le altre offerte RailAway, con tanti vantaggi interessanti.

www.raiffeisen.ch/railaway



Sempre con voi, ovunque ci sono numeri.



Scoprite di più sugli interessanti vantaggi riservati ai soci.

raiffeisen.ch/memberplus

RAIFFEISEN

Con noi per nuovi orizzonti



MOBILI
BAGNI
CUCINE
LUCI
COMPLEMENTI

PROGETTIAMO E ORGANIZZIAMO
IL VOSTRO SPAZIO ABITATIVO
A REGOLA D'ARTE.

GARANZIA SVIZZERA, LISTINI IN EURO. Vi offriamo tutta la qualità e l'affidabilità di un servizio svizzero, abbinato ai listini prezzi in euro. **NON SOLO MOBILI.** Siamo in grado di accompagnarvi nella scelta di tutti gli elementi d'arredo: mobili, bagni, cucine, luci, complementi, armadi su misura e porte. **PROGETTAZIONE.** Il componente fondamentale del team è il cliente: è confrontando le sue esigenze con il nostro team di progettisti che gli ambienti prendono forma.

concerti – circo – musical
rock & pop – shows
commedia – festivals

Sempre con voi,
ovunque ci siano numeri.

MEMBER
PLUS

**Il 100% di divertimento
al 50% di sconto.**

In qualità di soci Raiffeisen partecipate a più di
1'000 concerti ed eventi a prezzi vantaggiosi.
raiffeisen.ch/concerti

RAIFFEISEN

Con noi per nuovi orizzonti