

**Zeitschrift:** Panorama / Raiffeisen  
**Herausgeber:** Raiffeisen Svizzera società cooperativa  
**Band:** - (2000)  
**Heft:** 11-12

**Heft**

### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. 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. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

### **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. [Voir Informations légales.](#)

### **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. [See Legal notice.](#)

**Download PDF:** 22.02.2025

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

# Panorama

**La carta Visa completa  
l'offerta Eurocard**

**Novità Raiffeisen:  
private banking**

**Concorso: all'Expo 02  
grazie a Cash**

**100** JAHRE  
ANS  
ANNI  
**RAIFFEISEN**



# Le vacanze invernali al Nord

Top Line Marketing

Vivete il vero inverno nordico: le romantiche case in legno, il fascino della luce polare, le avventure con le slitte da cani e molto di più.

Durante la stagione degli sport invernali nel 2001 ogni settimana abbiamo dei voli non stop a partire da Zurigo verso il magico inverno della Lapponia Finlandese.



Riservazioni ed informazioni presso: Kontiki-Saga Reisen AG  
Wettingerstrasse 23, CH-5400 Baden, Tel. 0800 80 66 88,  
Fax 056/203 66 30, info@kontiki.ch, www.kontiki.ch  
oppure in tutte le buone agenzie di viaggio.

**kontikisaga**



## Ordinate ora il nuovo catalogo invernale!

Per favore, inviatemi gratuitamente i seguenti cataloghi invernali:

- « Paradis de l'hiver nordique »
- Il catalogo speciale « Ski de fond et Worldloppets »
- Catalogo in francese     Catalogo in tedesco

Cognome/Nome \_\_\_\_\_

Indirizzo \_\_\_\_\_

CAP/Luogo \_\_\_\_\_

Panorama

## Sommario

- |   |           |   |
|---|-----------|---|
| <b>Private banking alla Raiffeisen</b>          | <b>4</b>  | Insieme alla DG Bank tedesca, le Banche Raiffeisen, che finora erano specializzate soprattutto in servizi Retail, hanno realizzato una piattaforma cooperativistica per il private banking europeo.   |
| <b>Visa completa l'offerta Eurocard</b>         | <b>6</b>  | Tre è il numero perfetto anche per le carte di credito: oltre all'Eurocard/Mastercard Silver e Gold, dal 1. novembre i clienti Raiffeisen possono ordinare anche la carta Visa.   |
| <b>Con Cash all'Expo 02</b>                     | <b>8</b>  | Anche se Cash non ha ancora «sfondato» l'impegno prima o poi verrà ricompensato. Chi carica e paga tre volte con Cash potrà vincere uno dei sette fine settimana messi in palio per l'Expo 02.  |
| <b>Diventare investitori non è difficile...</b> | <b>14</b> | Sempre più imprese si procurano in borsa il capitale per il finanziamento della loro crescita. Chi acquista titoli nuovi deve prima provvedere a raccogliere personalmente tutte le informazioni necessarie. Come hanno dimostrato i recenti (e-Commerce) flop. |



- |   |           |  |
|---|-----------|--|
| <b>Design: bello è ciò che dà prestigio</b> | <b>32</b> | Il design acquista sempre maggior importanza nei beni di consumo, nell'arredamento della casa, nell'architettura e nei mobili. Ma gli oggetti design sono sempre funzionali? |
|---|-----------|--|



## Editoriale

**Raiffeisen e private banking.** Le cifre parlano da sole: secondo le ultime statistiche della Banca nazionale svizzera, alla fine del 1999 le banche svizzere gestivano, nei loro depositi clienti, titoli per un valore di 3522 miliardi di franchi, contro i 2965 miliardi dell'anno precedente. Questo significa che in dodici mesi il volume degli affari è aumentato nientemeno che del 18,8 per cento. E la tendenza al rialzo prosegue.

Fino ad ora le Banche Raiffeisen hanno offerto ai loro clienti consulenze nell'ambito degli investimenti e della gestione patrimoniale, soprattutto attraverso le operazioni su fondi. Nel 1999 hanno registrato un notevole successo in questi settori, rispetto all'anno precedente, con un incremento del volume dei fondi di investimento pari al 46 per cento. Ma sempre più clienti Raiffeisen sono interessati a servizi globali nell'ambito degli investimenti e della gestione patrimoniale.

Per questo, in collaborazione con la tedesca DG Bank, le Banche Raiffeisen hanno istituito una nuova piattaforma cooperativistica per il private banking. Con la prevista banca, il Gruppo Raiffeisen intende puntare su questo attrattivo e fruttuoso segmento di mercato che presenta un grosso potenziale. L'obiettivo è dunque quello di acquisire nuovi clienti con un portafoglio investimenti consistente.

Va comunque sottolineato che questo non porterà ad una differenziazione tra clienti di prima o di seconda classe. Il presidente della direzione dell'USBR, Pierin Vincenz, precisa al proposito: «Da noi i desideri dei clienti hanno sempre la priorità e la nostra filosofia cooperativistica mira ad offrire loro i maggiori vantaggi possibili. Per questo intendiamo far capo alla nuova piattaforma per il private banking».

Lorenza Storni

**Editore**  
Unione Svizzera delle Banche Raiffeisen

**Redazione**  
Dr. Markus Angst, caporedattore, Jürg Salvisberg, vice-caporedattore, edizione tedesca  
Philippe Thévoz, edizione francese  
Lorenza Storni, edizione italiana

**Layout e composizione**  
Brandl & Schärer AG  
4601 Olten  
Foto di copertina: B&S

**Indirizzo della redazione**  
Panorama Ticino  
Lorenza Storni  
Via delle Scuole 12  
Casella Postale 247  
6906 Lugano  
Telefono 091 970 28 61  
Fax 091 970 28 82  
panorama@raiffeisen.ch  
www.raiffeisen.ch/  
panorama-i

**Stampa e spedizione**  
Vogt-Schild/  
Habegger Medien AG  
Zuchwilerstrasse 21  
4501 Soletta  
Telefono 032 624 73 65

**Periodicità**  
Panorama esce 10 volte all'anno

**Edizione italiana**  
Anno XXXV  
Tiratura: 33 000 esemplari

**Pubblicità**  
Kretz AG  
Casella Postale 8706 Feldmeilen  
Telefono 01 923 76 56  
Telefax 01 923 76 57  
kretz\_ag@bluewin.ch  
www.kretzag.ch

**Abbonamenti e cambiamenti di indirizzo**  
Panorama è ottenibile tramite le Banche Raiffeisen.  
Riproduzione, anche parziale, solo con l'autorizzazione della redazione.

# La Raiffeisen apre nuove sfere d'attività

Finora prevalentemente specializzate nel settore retail, le Banche Raiffeisen, in collaborazione con la tedesca DG Bank, hanno istituito una piattaforma cooperativistica per il private banking.



Fotocomposizione: B&S

«Raiffeisen alla ricerca di capitali d'investimento» - «Lancio del private banking» - «La Raiffeisen come banchiere privato», così titolavano i giornali svizzeri, dopo che il gruppo Raiffeisen aveva annunciato, lo scorso inizio giugno, che insieme alla DG Bank tedesca avrebbe istituito una nuova piattaforma cooperativistica per lanciarsi nel private banking europeo.

**Collaborazione con una consorella.** A tal fine, l'Unione Svizzera delle Banche Raiffeisen (USBR) partecipa con il 25 per cento alla DG Bank (Schweiz) AG, che ha sede a Zurigo da ormai 25 anni. La casa madre, la DG Bank Deutsche Genossenschaftsbank AG, con sede a Francoforte, è l'istituto centrale delle organizzazioni cooperative tedesche.

Quale banca centrale delle Banche Raiffeisen e Banche popolari tedesche, è consorella dell'USBR. La DG Bank (Schweiz), già attiva nel settore del private banking in Svizzera, totalizza una somma di bilancio di 1,9 miliardi di franchi e occupa 129 collaboratori.

## Che cos'è il private banking?

Il private banking - scrive Claudia B. Wöhle nella sua dissertazione presentata l'anno scorso all'Università di Basilea - «si può generalmente definire come un'attività bancaria rivolta a clienti privati facoltosi, entro il cui quadro sono disponibili tutti i servizi finanziari e i connessi servizi supplementari di consulenza e assistenza per soddisfare le particolari richieste di questa esigente categoria di clienti». Al centro di questa relazione d'affari vi è la necessità del cliente di effettuare investimenti. Quest'ultimo ottiene servizi calibrati alle sue

necessità. È il maggior volume di investimenti da parte dei suoi clienti che distingue il private banking dal retail, un'operazione di massa che, oltre ai clienti privati, comprende anche ditte e liberi professionisti. Spesso il private banking, il cui nucleo è costituito da una gestione patrimoniale e una consulenza nel settore degli investimenti effettuate in modo competente, è considerato una semplice attività di banche o banchieri privati. Ma nel nostro paese non sono solo le banche private ad effettuare operazioni di private banking, bensì tutti i gruppi bancari e, recentemente, anche le Banche Raiffeisen. (ma.)

**Volume dei depositi in rapida crescita.** Le operazioni nell'ambito degli investimenti e della gestione patrimoniale acquisiscono un'importanza sempre maggiore. Secondo le ultime statistiche della Banca nazionale svizzera, alla fine del 1999 le banche svizzere gestivano, nei loro depositi clienti, titoli per un valore di 3522 miliardi di franchi. Rispetto all'anno precedente (2965 miliardi) il loro volume d'affari è aumentato niente

meno che del 18,8 per cento, e la tendenza al rialzo continua.

Le Banche Raiffeisen hanno finora offerto consulenze nell'ambito degli investimenti e della gestione patrimoniale, prevalentemente attraverso le operazioni su fondi. Nel 1999 hanno registrato, rispetto all'anno precedente, un notevole successo, con un incremento del volume dei fondi d'investimento pari al 46 per cento. Ma anche molti clienti Raiffeisen

## «Sfruttare al meglio il grande potenziale di clienti»

«Con il nuovo istituto specializzato nel private banking rispondiamo alla crescente domanda di servizi, da parte di molti clienti Raiffeisen, nell'ambito della consulenza sugli investimenti e della gestione patrimoniale. Grazie anche al nostro buon nome Raiffeisen, possiamo sfruttare al meglio il grande potenziale di clienti», spiega il dott. Patrik Gisel a colloquio con «Panorama». In qualità di responsabile del dipartimento Sviluppo aziendale, Gisel è membro della direzione dell'Unione Svizzera delle Banche Raiffeisen, responsabile presso l'USBR della collaborazione con la DG Bank e membro del Consiglio d'amministrazione della DG Bank (Schweiz) AG.

**«Panorama»:** Secondo un primo comunicato stampa, con la nuova piattaforma di private banking il gruppo Raiffeisen vuole mettere a disposizione dei suoi clienti «un competente know-how in un settore operativo promettente, che dispone ancora di grandi potenziali». Può illustrarci meglio questa strategia?

**Patrik Gisel:** Le Banche Raiffeisen sono confrontate con una crescente domanda di servizi nell'ambito della consulenza sugli investimenti e della gestione patrimoniale. Sono convinto che con il nostro nuovo

istituto specializzato in private banking possiamo soddisfare questa domanda già esistente e, grazie al nostro buon nome Raiffeisen, sfruttare al meglio il grande potenziale di clienti.

Concretamente, mettiamo a disposizione delle Banche Raiffeisen tre modelli:

- > la Banca Raiffeisen acquisisce know-how presso il nuovo istituto bancario, per poter offrire al cliente una consulenza competente;
- > la Banca Raiffeisen consulta la nuova banca per i colloqui con i suoi clienti;
- > il cliente si rivolge direttamente alla nuova banca per una consulenza nell'ambito degli investimenti e della gestione patrimoniale.

La relazione principale rimane presso la Banca Raiffeisen, che può tra l'altro beneficiare di retrocessioni.

**«Panorama»:** La Raiffeisen conquista sempre più anche le città. La collaborazione con la DG Bank e l'ampliamento dell'attività di consulenza nell'ambito degli investimenti e della gestione patrimoniale svolge un ruolo al riguardo?

**Gisel:** «Conquista» mi sembra un termine un po' forte. È però vero che, a nostro avviso, le città ci offrono un grande potenziale di clienti. La collaborazione con la DG Bank comporta un ampliamento della nostra offerta di servizi che sono particolarmente richiesti proprio nelle città. Questo ci conduce a pensare che riusciremo senz'altro ad acquisire nuovi clienti.

**«Panorama»:** Il gruppo Raiffeisen e la DG Bank tedesca mirano, a livello di private banking, a una collaborazione con altre banche cooperative europee. Può già nominare qualche altro partner?

**Gisel:** È vero che puntiamo sull'ampliamento di questa piattaforma verso altre cooperative. La Westdeutschen Genossenschafts-Zentralbank (WGZ) AG, con sede a Düsseldorf, è il nostro terzo partner. La WGZ ha acquisito una quota del 10 per cento della DG Bank di Francoforte. Sono in corso relazioni anche con altri potenziali partner, le quali non si sono tuttavia ancora concretizzate.

**«Panorama»:** Quando e con quale ragione sociale diventerà operativa la nuova banca?

**Gisel:** La ragione sociale con cui opererà la nuova banca, che deve tuttavia ancora essere confermata, è ECO Private Banking (Suisse), in cui ECO sta per European Cooperative. Attualmente stiamo lavorando intensamente per orientare i processi, l'infrastruttura ed anche le strutture della nuova banca verso le Banche Raiffeisen. Secondo il nostro programma la banca sarà operativa nel secondo trimestre del 2001.

Intervista: ma.

Foto: m.a.d.

**Il dr. Patrik Gisel è responsabile del dipartimento sviluppo aziendale dell'USBR.**



chiedono sempre più servizi globali nell'ambito degli investimenti e della gestione patrimoniale. Con la prevista banca, la Raiffeisen intende puntare su questo attrattivo e fruttuoso segmento di mercato che presenta un potenziale non indifferente, acquisendo altresì nuovi clienti con un portafoglio investimenti consistente.

**«Possibilmente i maggiori vantaggi per tutti i clienti».** Pierin Vincenz, presidente della direzione dell'USBR, è fiducioso nel fatto che il gruppo Raiffeisen riesca a ritagliarsi una fetta della torta che costituisce la gestione patrimoniale: «Con circa 1300 banche possiamo avvalerci della più fitta rete della Svizzera. Se sapremo sfruttare al meglio questo canale di vendita, concentrandoci maggiormente sulla consulenza globale ai nostri clienti, per la nuova banca si prospettano buone opportunità di mercato».

Vincenz è del resto convinto che l'immagine del private banking si addica appieno alla Raiffeisen: «La nostra filosofia cooperativistica mira ad offrire a

tutti i clienti i maggiori vantaggi possibili. Molti dei nostri clienti privati diventano, con il passare degli anni, clienti del private banking che, con la mutata situazione reddituale e patrimoniale, necessitano di una consulenza più complessa nell'ambito degli investimenti e della gestione patrimoniale».

Presso le Banche Raiffeisen non vi saranno mai clienti di prima e di seconda categoria. «Da noi i desideri del cliente hanno sempre priorità. Le esigenze in merito a consulenza e prodotti variano tuttavia a seconda della situazione finanziaria. Per questo vogliamo far capo alla nostra nuova piattaforma per il private banking», sostiene Vincenz.

**Vicinanza locale - competenza centrale.** I clienti private banking delle Banche Raiffeisen hanno la possibilità di scegliere da chi desiderano avere una consulenza o essere serviti. Possono sia continuare ad avvalersi dell'assistenza del direttore della loro banca, che a sua volta fa capo ai servizi del nuovo istituto, oppure ricevere assistenza diretta dalla

nuova banca. Si apre quindi una via alla quale anche le Banche Raiffeisen sono interessate, dato che potranno partecipare alle commissioni.

I clienti beneficiano in tal modo di una combinazione tra vicinanza locale e competenza centrale, da un lato mediante un'offerta più completa di prodotti e servizi attraverso le usuali relazioni con la banca locale; dall'altra, sfruttando le conoscenze specifiche del mercato provenienti dalla rete internazionale di cooperative.

**Cultura aziendale immutata.** Pierin Vincenz non ha timori riguardo al fatto che la cultura aziendale della Raiffeisen, con i suoi consolidati principi (trasparenza, autolimitazione, responsabilità decentralizzata), possa avere ripercussioni negative a causa del nuovo private banking: «Anche il fatto di concentrarsi sulla nostra attività tradizionale, cioè sulla consulenza globale alla clientela, significa autolimitarsi. Tuttavia la responsabilità incomberà, come sempre, alle singole Banche Raiffeisen».

MARKUS ANGST



**Le nuove  
carte di credito  
Raiffeisen**

## Visa completa l'offerta Eurocard

Tre è il numero perfetto anche per le carte di credito: oltre alla Eurocard/Mastercard Silver e Gold, dal 1° novembre i clienti Raiffeisen possono ordinare anche la carta Visa.

La possibilità di scegliere tra le due carte di credito Eurocard/Mastercard e la Visa risponde ad una reale esigenza della clientela. Considerato l'enorme sviluppo del mercato, un numero sempre maggiore di persone desidera scegliere la carta di credito in base alle preferenze personali. Anche per le Banche Raiffeisen è dunque molto importante poter offrire alla loro clientela, oltre alla Eurocard/Mastercard, anche la carta Visa.

**La numero 1 nel mondo.** Con quasi 18 milioni di aziende convenzionate, la Visa è la carta di credito più diffusa a livello mondiale (e precede di poco la Eurocard/Mastercard). È dunque interessante quale prima o seconda carta, tanto più che in alcuni paesi – soprattutto in Asia – l'accettazione della Visa è superiore a quella della Eurocard/Mastercard. Ambedue le carte di credito permettono di pagare senza contante, negli hotel, nei ristoranti e nei negozi di tutto il mondo.

Le due carte di credito danno inoltre diritto a interessanti prestazioni supplementari. L'una o l'altra sono ormai diventate una partner indispensabile, soprattutto durante le vacanze e i viaggi. Il noleggio di un'automobile, ad esempio, talvolta è possibile solo dietro presentazione di una carta di credito. E in ogni caso il titolare è dispensato dal deposito della cauzione.

Pagando con la Eurocard/Mastercard o con la Visa il biglietto dell'aereo o di un altro mezzo di trasporto, per tutto il viag-

gio il rischio d'infortunio è automaticamente coperto da un'assicurazione. In caso di smarrimento o di furto della carta, basta telefonare allo 01/279 65 56 e chiederne il blocco immediato. Entro le 48 ore se ne riceverà una nuova.

Accanto a questi servizi comuni, la Visa offre un paio di interessanti prestazioni esclusive:

- > **Design individuale:** la Visa-Card Raiffeisen è disponibile in tre diversi design. Il cliente può scegliere secondo il proprio gusto.
- > **Foto-Card:** se lo desidera, il titolare può personalizzare la carta nel vero senso della parola, con una sua fototessera applicata sul retro (gratuitamente).
- > **Opzione pagamento parziale:** La Visa-Card Raiffeisen aumenta la libertà d'azione del titolare nelle operazioni di pagamento. È possibile dilazionare il saldo del conto mensile fino a un massimo di 90 giorni, a patto di versare subito un terzo della somma dovuta.
- > **Sistema bonus:** L'uso frequente della Visa-Card Raiffeisen viene ricompensato. A partire da una fattura di 500 franchi mensili, al cliente viene accreditato un bonus di cinque franchi.

**Gratis nei musei anche con Visa.** Le esclusive offerte Raiffeisen valgono naturalmente anche per le nuove Visa-Card Raiffeisen. Come la Eurocard/Mastercard, anche la Visa, in combinazione con un conto privato per soci, è rilasciata gratuitamente il primo anno.

I titolari delle nuove Visa-Card beneficiano anche dell'offerta speciale «Giubileo Raiffeisen», che continuerà almeno fino tutto il 2001. Con una carta di plastica Raiffeisen, si ha libero accesso – insieme con cinque bambini – agli oltre 260 musei che hanno aderito all'iniziativa «Passaporto Musei Svizzeri».

JÜRIG SALVISBERG

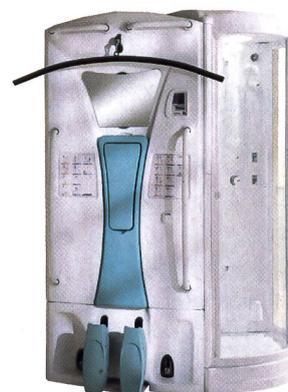
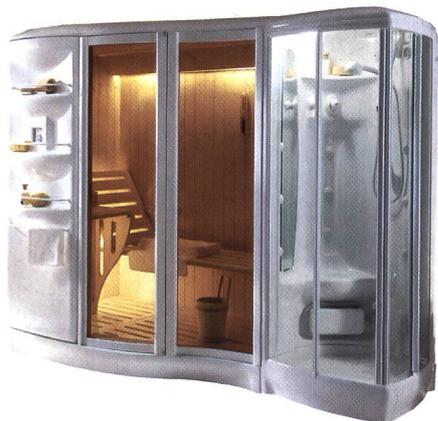
### Le tre carte di credito Raiffeisen a confronto

	<b>Eurocard Silver</b>	<b>Eurocard Gold</b>	<b>Visa-Card Classic</b>
Design	1 design standard	1 design standard	3 design a scelta
Foto-Card	no	no	sì
Aziende convenzionate – Svizzera – mondo	oltre 90 000 17,4 mio	oltre 90 000 17,4 mio	oltre 97 000 17,9 mio
prelevamenti contante mondo – ai bancomat (PIN) – agli sportelli bancari	oltre 500 000 400 000	oltre 500 000 400 000	oltre 500 000 400 000
Tassa annua	50.–	150.–	100.–
Tassa annua – 1 a carta supplementare – 2 a carta supplementare	gratis non ottenibile	gratis 75.–	25.– non ottenibile
Limiti standard	5000.–	15 000. -	5000.–
Responsabilità in caso di furto o smarrimento*	max 100.–	max 100.–	nessun importo
Servizio SOS 24 h	no	sì (Assistance)	sì (SOS-Cardhelp)

\* se segnalato immediatamente e non imputabile a negligenza

# very wellness!

INTEGRAL MC BIEL-BIENNE 2000



## Nei migliori negozi di sanitari e cucine in Svizzera



Rivoluzione culturale nel bagno. Con i nostri nuovi wellness-center compatti la vostra sala da bagno diventa una fantastica oasi di relax. Una doccia rinfrescante? Una piacevole doccia di vapore? A voi la scelta: basta premere un pulsante. O forse preferite un bagno-sauna, un massaggio d'acqua, un idromassaggio? Con una musica distensiva in sottofondo, essenze profumate, da soli o in due, potrete vivere un'ondata nuova di benessere, a casa vostra e a vostro piacimento. Nel vostro bagno si nascondono possibilità incredibili. Siamo pronti a dimostrarvele.

Visitate dunque anche voi l'esposizione di bagni più attuale della Svizzera. Non perdetevi l'occasione.

**SARISA**  
SANITAS TROESCH

*La ditta all'avanguardia per cucine e bagni*

**Esposizioni cucine e bagni:** Contone, via Cantonale, 091 851 97 60, Lugano, corso Elvezia 37, 091 912 28 50

**Altre esposizioni della Sanitas Troesch:** Basel, Münchensteinerstr. 127, 061 337 35 35, Biel/Bienne, Dufourstr. 38, 032 344 85 44, Chur, Industriestr. 27, 081 286 73 73, Crissier, ch. Longemarlaz 6, 021 637 43 70, Develier, route de Delémont 89, 032 422 88 62, Genève, ch. de la Gravière 8, 022 343 88 20, Jona, Jona-Center 2, 055 225 15 55, Köniz-Bern, Sägemattstr. 1, 031 970 27 11, Kriens, Industrie-str. 10, 041 349 59 59, Olten, Aarburgerstr. 103, 062 287 77 87, Sierre, Ile Falcon, 027 452 30 80, St. Gallen, Simonstr. 5, 071 282 55 55, Thun, C.F.L.-Lohner-Str. 28, 033 334 59 59, Winterthur, Geschäftshaus Banane, Brunnengasse 6, 052 269 13 69, Zürich, Carbahaus, Hardturmstr. 101, 01 446 10 10

<http://www.sanitastroesch.ch>

## Con Cash all'Expo 02

Chi usa Carta-Cash ha la possibilità di vincere uno dei sette fine settimana in palio all'Expo 02. Per partecipare all'estrazione basta caricare il chip, pagare tre volte con Cash e spedire l'estratto-Cash (che può essere stam-

pato al bancomat), entro il 30 giugno 2001 al seguente indirizzo:  
Azione-Cash «Expo 02»  
Casella postale  
8099 Zurigo



Foto: Raiffeisen/Foto/Composizione: B&S

## Il portamonete elettronico CASH

# Un inossidabile amore per la moneta sonante

Nonostante le famiglie svizzere abbiano dimostrato di apprezzare la praticità del denaro di plastica, la funzione Cash fatica ad affermarsi: dei 3,3 milioni di titolari di una carta-EC, molti fanno un uso limitato o nullo del portamonete elettronico.

Con il chip elettronico sulla carta-EC, la clientela bancaria ha ricevuto un regalo di cui tuttavia esita a fare uso. Nei primi tre anni dal lancio, il portamonete elettronico ha avuto una crescita più rapida rispetto all'EC-Direct: con 1,5 milioni di transazioni mensili, Cash ha nel frattempo raggiunto il volume fatto registrare durante tutto il 1997, l'anno zero. Tuttavia, facendo un altro calcolo, risulta che in 30 giorni nemmeno un titolare su due della carta-EC si avvale della funzione Cash per saldare i propri conti.

In termini di fatturato, i circa 6 milioni di franchi sottratti in tal modo ogni mese al flusso di denaro contante appare una cifra modesta. La moneta circolante in Svizzera, che nello stesso lasso di tempo cambia più volte di mano, ammonta infatti a 2,22 miliardi di franchi (cfr. «Panorama» 9/2000).

**Di facile uso.** Il mancato decollo di Cash ha poco a che vedere con la sua funzionalità, perché l'uso del portamonete elettronico è davvero facile. Come

primo passo, gli utenti non devono fare altro che caricare il chip di cui è provvista la loro carta-EC (quel piccolo ovale color oro lucente), con un importo variabile da 20 a 300 franchi. Si tratta di una semplice operazione eseguibile in tutti i bancomat, dove il cliente ha inoltre la possibilità di verificare in ogni momento il suo saldo-Cash e di eventualmente ritrasferire una parte dell'importo dal chip al conto.

Concepito per pagamenti fino ai 15 franchi, Cash è l'ideale in numerose circostanze della vita quotidiana, come nel commercio al dettaglio, per gli acquisti alle edicole, alle bancarelle del mercato, per pagare il taxi, il conto del ristorante, il biglietto del cinema, il parcheggio e per servirsi dei vari sportelli automatici.

**Oltre 26 000 terminali.** Il pagamento è semplice anche perché avviene offline. Il cliente non deve fare altro che inserire la

## Cash sfonderà all'Expo 02?

Cash farà breccia nei cuori degli svizzeri in occasione dell'Expo 02? L'esposizione nazionale è una piattaforma ideale per diffondere la funzione del chip sulla carta-ec. Numerosi visitatori - ne sono attesi oltre dieci milioni - avranno l'occasione di apprezzare la praticità di Cash, per accedere alle diverse attrazioni senza sborsare denaro contante.

L'opinione che l'importante evento farà finalmente decollare il portamonete elettronico, non è priva di fondamento. Le esperienze fatte al Festival del jazz

sua carta-EC negli appositi terminali (mobili o fissi) e confermare, premendo un tasto, l'importo che appare sul display. A quel punto la cifra viene addebitata al chip e accreditata al commerciante, direttamente sul posto di vendita.

Finora solo una minoranza si è data la pena di caricare il chip. Inizialmente ciò era imputabile alla bassa densità dei terminali. La loro diffusione è infatti avvenuta meno rapidamente di quanto previsto dalla Europay, la ditta fornitrice. Nel frattempo, il numero degli apparecchi è però aumentato ad oltre 26 000 unità.

**Le casse automatiche sono una chance.** Rimangono tuttavia alcune difficoltà anche presso taluni punti di vendita, dove i commercianti non pubblicizzano questa nuova possibilità o dove sono disponibili altre opzioni per i pagamenti senza contanti, come l'EC-Direct o le carte di credito. Cash potrebbe tuttavia ancora rivelarsi un successo. A questo scopo, la Europay deve però riuscire ad acquisire partner importanti. La recente integrazione dei terminali-Cash nelle casse automatiche degli autosili e delle aziende di trasporto a Ginevra, Berna, Losanna Lucerna e Neuchâtel è un passo nella giusta direzione.

JÜRIG SALVISBERG

di Montreaux sono incoraggianti per la Europay, la ditta responsabile: in quell'occasione, lo scorso luglio i pagamenti con Cash hanno raggiunto il cinquanta per cento, una quota mai realizzata nei tre precedenti tentativi.

Il successo di Cash alla manifestazione musicale sul lago di Ginevra non è tuttavia estraneo ad un'efficace misura di promozione: gli spettatori non possono pagare in franchi, essendo il jazz la valuta ufficiale del festival. E per avere il jazz occorre recarsi ad uno sportello e cambiare il denaro. (js.)

# Born to be wild



Aderisca al WWF



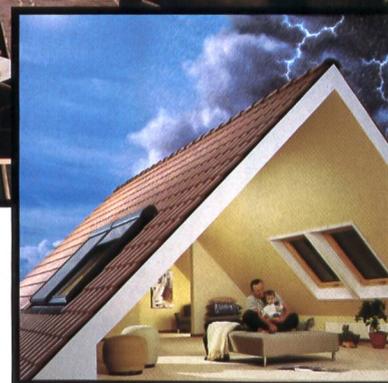
Questo originale portachiavi, fatto con materiale recuperato sulle spiagge, è un regalo per tutti i nuovi soci WWF.

# VIVERE SOTTO IL TETTO



Luce del giorno, aria fresca e una vista che spazia liberamente sono fattori di fondamentale importanza.

Questa considerazione è l'essenza della nostra attività. Ed è proprio in conformità ad essa che costruiamo le nostre finestre per tetti allo scopo di fare del vostro sottotetto lo spazio più comodo e accogliente della casa.



• *Le persiane avvolgibili esterne VELUX – sei funzioni protettive in un solo prodotto.*

• *Ad ognuno il suo piccolo regno – con decorazioni e protezione solare VELUX.*

Inviatemi la seguente documentazione:

- „Vivere sotto il tetto”
- „Decorazioni e protezione solare”
- „La persiana avvolgibile VELUX – Protezione perfetta”

Nome \_\_\_\_\_

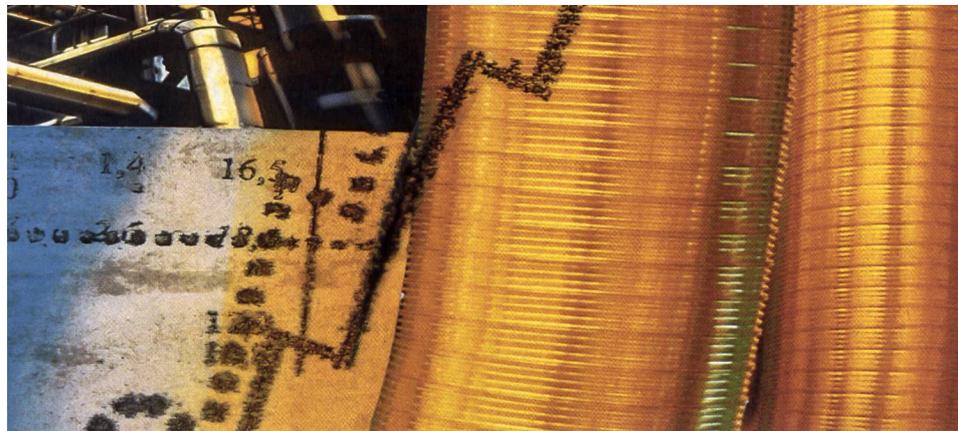
Via \_\_\_\_\_

NPA/Località \_\_\_\_\_

Telefono \_\_\_\_\_

Inviare a: VELUX (SCHWEIZ) AG, Industriestrasse 7, CH-4632 Trimbach

VELUX (SCHWEIZ) AG  
 Industriestrasse 7, 4632 Trimbach  
 Telefono 062/289 44 44  
 Telefax 062/293 16 80  
 E-Mail: VELUX-CH@VELUX.com  
 Internet: <http://www.VELUX.ch>



Collage: B&S/Sandra Brunner

## Raiffeisen-Units

# Sonni tranquilli con la protezione del capitale

Mediante i prodotti con protezione del capitale, anche i clienti Raiffeisen possono accedere alle lucrative operazioni con le opzioni, senza lo spettro delle notti insonni. Nei prossimi mesi, le Banche Raiffeisen lanceranno le nuove Raiffeisen-Units.

Per i non addetti ai lavori, le opzioni e gli altri strumenti finanziari derivati hanno la fama di pericolosi giochi d'azzardo in borsa. Un (pre)giudizio non privo di fondamento, considerato che le spericolate operazioni di un Nick Leeson a Singapore sono riuscite, alcuni anni fa, a mandare in rovina la rinomata Barings Bank londinese.

**Investimenti sul mercato monetario e investimenti in opzioni.** Ma esiste – proprio per i piccoli investitori – una possibilità di accedere alle operazioni con le opzioni, risparmiandosi la quotidiana preoccupazione di analizzare i listini di borsa pubblicati dai giornali o da Internet. L'uovo di Colombo si chiama «prodotti con protezione del capitale». Sono i cosiddetti ibridi, perché racchiudono in sé due diverse caratteristiche.

Da un lato si tratta di operazioni sul mercato monetario, dall'altro di operazioni con le opzioni. Mentre il collocamento sul mercato monetario è finalizzato a tutelare il capitale in caso di un andamento negativo del corso, l'investimento in opzioni consente di realizzare utili superiori alla media, se la borsa si evolve positivamente.

**Aumentare i guadagni e limitare le perdite.** Se il corso delle azioni sale, per la maggior parte delle Units è possibile partecipare illimitatamente all'utile del valore di base. Se i corsi scendono, il rischio massimo di perdita rimane comunque limitato, perché la parte più rilevante del prezzo d'emissione, ad esempio il 95 per cento, viene garantita con un investimento sul mercato monetario. Grazie a questo accorgimento, alla scadenza rimane comunque garantito il rimborso di almeno il 95 per cento del prezzo d'emissione, indipendentemente dall'andamento della borsa.

Questo è quanto è accaduto con la prima Raiffeisen-Unit Swiss Market Index (SMI), lanciata nel 1998. Per via dell'allora negativo andamento della borsa svizzera, il premio della quota dell'opzione era sceso a zero. Quello che rimaneva era la parte dell'investimento con protezione del capitale. Se l'importo investito nelle Units fosse invece stato interamente collocato nella medesima opzione, la conseguenza sarebbe stata una perdita del 100%.

La Raiffeisen-Unit Stoxx50, lanciata nel 1999, fa da pendant al suddetto caso. Scaduta lo scorso febbraio, grazie alla

favorevole situazione della borsa, essa ha fruttato agli investitori un utile di circa il 20 per cento.

**Presto due nuove Raiffeisen-Unit.** Nei prossimi mesi, le Banche Raiffeisen lanceranno due altre Unit, probabilmente ancora sullo SMI e sullo Stoxx50, con scadenza all'incirca tre anni. («Panorama» terrà aggiornati i suoi lettori al riguardo).

Durante il periodo della loro validità, le Units possono essere acquistate o vendute in ogni momento ad un prezzo equo. I corsi sono pubblicati sui quotidiani e su Internet. Ciononostante, i prodotti con protezione del capitale non dovrebbero essere in primo luogo considerati come prodotti di trading. Sono piuttosto strumenti a lungo termine, pensati per gli investitori che desiderano fare esperienza con i derivati. Questa intenzione si rispecchia anche nella durata delle nuove Units, che come detto sarà probabilmente di tre anni.

Grazie ai loro tagli piccoli, le Raiffeisen-Units sono uno strumento adatto anche per gli investimenti di piccola entità. Si consiglia tuttavia un collocamento minimo di almeno 5000 franchi.

MARKUS ANGST

### Tipi di investimento a confronto

Investimento	potenziale di guadagno	protezione del capitale
Libretto/conto risparmio	basso	si
Obbligazioni	medio-basso	si
Metalli preziosi	medio-basso	no
<b>Prodotti con protezione del capitale</b>	<b>medio-alto</b>	<b>si</b>
Azioni	alto	no
Opzioni	molto alto	no

Foto: Raiffeisen

Più di 1000 pezzi in stock



**50** cassaforti blindate con scompartimenti per clienti (safes). Occasioni in perfetto stato.

Possibilità di avere combinazioni elettroniche o a 3 dischi. Colore a scelta secondo il catalogo della RAL.

**Prezzi interessanti.**

Trasporto e sistemazione a nostro carico.

Chiamateci per ulteriori informazioni.

Dal 1927

**FERNER COFFRES-FORTS**, 2322 Le-Crêt-du-Loche

Tel. 032-926 76 66 fax 032-926 58 09

Signor Pauli: 079-240 25 93



**Saune, bagni turchi, solarium  
e idromassaggi della Klafs.**

**Nel nostro catalogo gratuito.**

Nome/Cognome \_\_\_\_\_

Via \_\_\_\_\_

CAP/Località \_\_\_\_\_

Telefono \_\_\_\_\_

Klafs Saunabau AG  
Oberneuhofstrasse 11  
CH-6342 Baar  
tel. 041 760 22 42  
fax 041 760 25 35  
<http://www.klafs.ch>

**KLAFS**  
La sauna.

## Salire e scendere



- ✓ Montascale ideale
- ✓ Adatto per tutte le scale
- ✓ Robusto, comodo e sicuro
- ✓ Montaggio facile e rapido (1 giornata)



**HERAG AG**  
Tramstrasse 46  
8707 Uetikon am See

**Tel. 01/920 05 04**

Mandatemi la documentazione

Gradirei un preventivo senza impegno

Nome \_\_\_\_\_

Strada \_\_\_\_\_

CAP/Località \_\_\_\_\_



## Indici azionari europei

# Nuovo sistema di calcolo

Il 18 settembre 2000 è avvenuto il passaggio degli indici azionari del Dow Jones al sistema «free float». Le conseguenze dirette sugli impegni europei sono limitate, tuttavia, in considerazione dei chiari vantaggi offerti dal nuovo sistema, è probabile la conversione degli indici europei a medio termine. In questo caso la capitalizzazione di borsa e la liquidità di importanti titoli aziendali saranno sottoposte a una nuova valutazione.

Nell'ambito della verifica annuale della composizione dell'indice, il 18 settembre 2000 il fornitore di informazioni videotex Dow Jones ha modificato la metodologia dell'indice europeo Stoxx. Ora Dow Jones calcola la capitalizzazione di borsa delle imprese, e quindi il relativo peso sull'indice, sulla base delle azioni emesse liberamente disponibili sul mercato («free float»). In questo modo vengono escluse dal calcolo dell'indice i pacchetti azionari stabilmente detenuti dagli investitori. I pacchetti bloccati presentano un'entità pari ad almeno il 5 per cento del capitale azionario e sono generalmente controllati da governi, altre imprese (partecipazioni incrociate) e grandi investitori individuali. Non si considerano bloccati i pacchetti azionari detenuti da società finanziarie, fondi d'investimento e amministratori fiduciari.

**Conseguenze per le attività di mercato.** Mediante questa modifica l'importanza di un'impresa nel relativo indice può variare. Le aziende con una bassa quota di blocchi azionari (free float elevato) sono soggette a una più alta ponderazione nell'indice, che influisce positivamente sulla domanda dei relativi titoli, e viceversa per le imprese a free float limitato.

- > Ne escono penalizzati soprattutto gli ex monopoli nel settore Telecom, che sono ancora di proprietà dello stato in percentuali più o meno elevate. A questo gruppo appartengono inoltre imprese di servizi pubblici dell'Europa meridionale, nonché alcune banche e assicurazioni tedesche con consistenti partecipazioni incrociate.
- > Risultano per contro favoriti i grandi valori europei ad elevato free float. Tra di essi si annoverano, tra gli altri, Nokia, Royal Dutch, Siemens, Alcatel e Total Fina.

**Conseguenze per il Raiffeisen Fonds EuroAc.** Le conseguenze immediate del sistema descritto per il Raiffeisen Fonds EuroAc sono limitate, poiché il relativo indice di riferimento è il MSCI Europe. In generale, gli indici Stoxx vengono scarsamente utilizzati come benchmark per i fondi d'investimento e gli investitori istituzionali, mentre sono più diffusi nel mercato al dettaglio, dove i prodotti indicizzati sono relativamente richiesti per la loro liquidità, così come avviene per i derivati. Nel complesso, le operazioni di adeguamento di portafogli individuali da parte degli investitori dovrebbero rimanere mediamente inferiori al volume di una giornata.

Per il nostro comparto non dovrebbero esserci effetti immediati, poiché per il momento l'indice MSCI non ha subito modifiche. Si può tuttavia prevedere che il settore Telecom sarà particolarmente colpito dall'introduzione del nuovo sistema.

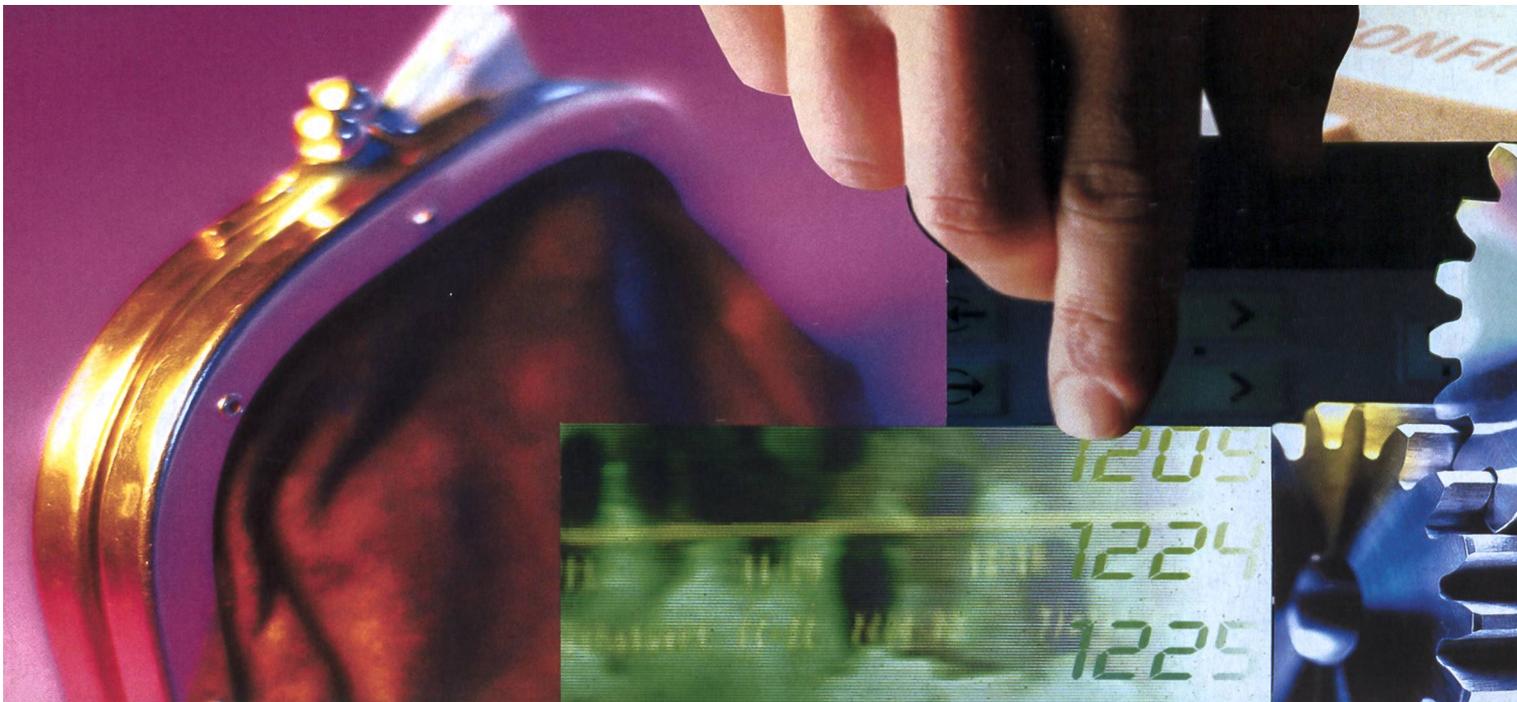
### Variazioni rilevanti a lungo termine.

L'effetto più importante dell'adeguamento degli indici Stoxx sta nella probabilità che in futuro anche i restanti indici attuino un'eguale modifica. Questo deriva dai vantaggi offerti dal nuovo sistema di calcolo, che risponde maggiormente alle esigenze degli investitori:

- > la ponderazione free-float è più equa rispetto alla precedente ponderazione globale, poiché riflette l'effettiva liquidità di mercato;
- > è possibile un migliore confronto tra i singoli segmenti del mercato azionario europeo;
- > la divulgazione delle partecipazioni incrociate aumenta la trasparenza del mercato, tanto più che dette partecipazioni sono soggette a marcate variazioni a seguito dell'elevato numero di fusioni, vendite e frazionamenti aziendali.

**Nuova riclassificazione.** Per l'indice azionario tedesco DAX l'introduzione del nuovo sistema è già stata fissata per il 2002. Morgan Stanley (MSCI), di cui i nostri fondi azionari utilizzano gli indici, ha annunciato una decisione in proposito entro fine anno e le probabilità di un passaggio al sistema «free float» appaiono elevate. Gli effetti sarebbero allora importanti, in quanto MSCI è senza dubbio il principale indice di riferimento per quanto riguarda il settore azionario. Alcune aziende verranno riclassificate, e ciò influirà sulla domanda degli investitori. Seguiremo con estrema attenzione gli ulteriori sviluppi, al fine di assicurare l'attuazione delle modifiche eventualmente necessarie nell'ambito della politica d'investimento in modo rapido ed efficace.

MARTIN LEBER



## Borsa

# Diventare investitore non è difficile...

Un numero sempre maggiore di imprese si procura in borsa il capitale per il finanziamento della loro crescita. Chi acquista titoli nuovi, deve prima provvedere a raccogliere personalmente tutte le informazioni necessarie.

**I**l rialzo in borsa degli scorsi anni ha facilitato alle imprese ambiziose l'accesso alla borsa, stimolandole a compiere questo passo. Il motivo principale di una IPO, Initial Public Offering (offerta pubblica iniziale), è la raccolta del capitale per l'applicazione di una concreta strategia di crescita.

Recentemente numerose ditte svizzere hanno sfruttato questa possibilità, mediante la quotazione alla Borsa svizzera SWX o al New Market SWX (il nuovo mercato della Borsa Svizzera), la piazza commerciale per le nuove società in espansione.

**Capitale per la crescita.** Questo discorso non è assolutamente limitato ai titoli tecnologici. Anche le società indu-

striali – come ad esempio la «sia Abrasives» di Frauenfeld – hanno fatto il grande passo, entrando in borsa per essere in grado di continuare il loro sviluppo. Nel suddetto caso, l'impresa aveva bisogno dei mezzi finanziari per la realizzazione di una crescita consistente, espressa in una percentuale a due cifre.

Nei prossimi 3 anni a Frauenfeld si investiranno dunque 35 milioni di franchi nell'ampliamento delle capacità produttive. L'obiettivo della sia Abrasives è diventare il terzo produttore mondiale (attualmente è il quarto).

**Finanziare il rilevamento di ditte.** Un altro esempio illuminante è la Jomed, un'impresa di Beringen/SH, specializzata nella produzione di tecniche sanitarie applicate dalla medicina di punta. Quo-

tata dallo scorso aprile al New Market SWX, in agosto il corso delle sue azioni era già salito dagli iniziali 42 franchi ad oltre 90 franchi.

Con il rilevamento di una ditta californiana, la società è ora intenzionata a procurarsi l'accesso all'importante mercato USA. Per il finanziamento saranno emesse nuove azioni Jomed per un valore di 150 milioni di dollari. Mediante la loro sottoscrizione, gli investitori avranno la possibilità di partecipare allo sviluppo e ai prospettati utili di quest'azienda.

**Aspettative deluse.** La stessa fortuna non è invece toccata alla ditta svizzera di software Complet-e di Spreitenbach/AG, ormai diventata un esempio emblematico delle conseguenze di un eccesso di

### Tre consigli di «Panorama» a chi desidera investire nei nuovi titoli quotati in borsa:

1. La società in questione deve disporre di un piano d'attività realistico, con una strategia plausibile. Gli indici aziendali più importanti vanno vagliati attentamente e seguiti regolarmente.
2. Le prospettive per il futuro sono prioritarie. È di estrema importanza soffermarsi sulle seguenti questioni: la

ditta è in grado di crescere secondo le prospettive indicate? In un prossimo futuro, potrà realizzare margini di guadagno, mantenerli o ampliarli ulteriormente?

3. L'investitore deve procurarsi personalmente tutte le informazioni necessarie, senza accontentarsi dei soli dati d'emissione. Tali informazioni dovrebbero provenire da fonti fidate e il più possibile eterogenee, in modo tale da poter essere messe a confronto. (msi.)

## Non puntare tutto su una carta

Come ben sanno gli operatori di borsa, «chi intende investire direttamente in azioni, deve mettere in conto i rischi legati alle fluttuazioni del valore dei titoli», spiega Raffael Eigenmann, consulente in investimenti presso l'Unione Svizzera delle Banche Raiffeisen (USBR).

**«Panorama»:** Quando è opportuno investire in singoli titoli azionari?

**Raffael Eigenmann:** Per ottenere una diversificazione ottimale in un portafoglio azionario, è opportuno investire in almeno dieci titoli per paese. I collocamenti andrebbero inoltre effettuati in approssimativamente cinque diversi mercati. Considerati i costi, i singoli investimenti non dovrebbero essere inferiori ai 10 000 franchi. La somma complessiva necessaria raggiunge dunque ben presto i 500 000 franchi, da collocare in modo tale da ottenere la massima ripartizione del rischio. Naturalmente un investitore può investire in singole azioni anche con importi più piccoli. In questo caso deve però essere cosciente di essere maggiormente esposto ai rischi legati alle fluttuazioni del valore dei titoli.

**«Panorama»:** In che misura i piccoli investitori hanno davvero la possibilità di acquistare dei titoli nuovi, che siano anche di buona qualità?

**Eigenmann:** Essendo in grado di sottoscrivere un volume molto più alto di nuove emissioni, gli investitori istituzionali e i fondi d'investimento hanno ovviamente maggiori possibilità di partecipare all'assegnazione di nuove azioni. Le passate nuove emissioni hanno però dimostrato

che anche i piccoli investitori sono stati comunque presi in considerazione. Ciononostante, siccome quando un titolo è molto ambito la domanda supera di gran lunga il numero delle azioni offerte, i piccoli investitori si aggiudicano solitamente solo qualche singolo titolo del valore di poche migliaia di franchi.

**«Panorama»:** Quali settori consiglia, in generale?

**Eigenmann:** Il settore dei titoli tecnologici, dopo i recenti ritocchi, continuerà ad essere esposto a fluttuazioni delle quotazioni superiori alla media. Sarà decisivo puntare su quelle imprese che soddisfano gli alti requisiti di crescita posti dagli analisti, e che detengono una posizione di leader nel loro segmento di mercato. Noi della Raiffeisen consigliamo di effettuare investimenti azionari con la strategia 80/20. Questo significa che investiamo sui mercati mondiali, in maniera molto prossima all'indice, circa l'80 per cento del capitale nei classici fondi d'investimento, e circa il 20 per cento in speciali fondi a tema, che ad esempio coprono il settore tecnologia e finanza (cfr. «Panorama 10/2000»). In tal modo cerchiamo di sfruttare le tendenze e di beneficiare della crescita superiore alla media.

Intervista: msi.

Fotoma d.



aspettative, nonché di come i piccoli investitori possono perdere il loro denaro in borsa. Il caso di questa ditta illustra inoltre i rischi che gravano anche sulla cosiddetta «new economy»: quotata da ottobre 1999 al New Market SWX, la Complet-e ha esordito con un prezzo d'emissione di 180 franchi, raggiungendo in febbraio il corso record di 499 franchi, che all'inizio di settembre era tuttavia crollato a 49 franchi.

Cos'è accaduto? «Una visione troppo globale del mercato ha comportato una netta sopravvalutazione dei clienti», ammette il presidente del consiglio di amministrazione della società. Gli obiettivi di vendita fissati per il 2000 sono stati clamorosamente mancati. Le perdite sono drammaticamente aumentate. La Complet-e ha pertanto sospeso lo sviluppo di nuovo software, annunciando la soppressione di due terzi dei posti di lavoro. Alcuni ex manager della ditta hanno addirittura rimproverato ai fondatori il fatto di essere entrati in borsa solamente per fare denaro.

**Titoli tecnologici in crisi.** Anche la corsa all'oro delle ditte di prodotti per Internet si è rilevato un fenomeno di breve durata. Negli scorsi anni, tutto faceva presagire grandi affari sulla Rete mondiale, i privati investivano capitali in aziende che parlavano solo di fatturato, senza preoccuparsi dei margini di gua-

dagno. E in borsa tali ditte acquisivano ulteriori milioni, che subito investivano nei loro progetti.

Ma la musica è ben presto cambiata: nel primo semestre del 2000, le ditte di prodotti per Internet hanno subito «marcati ritocchi», un eufemismo del gergo borsistico per indicare un drastico ridimensionamento. Acquisire nuovi capitali è ormai praticamente impossibile. Se per sopravvivere un'azienda ha bisogno di un'iniezione di mezzi finanziari, ma non è in grado di attendere almeno un anno, il suo fallimento è certo. Con questa frase lapidaria, l'autorevole «Finanz und Wirtschaft» ha descritto l'inversione di tendenza avvenuta nel settore tecnologico.

**Fatti, non parole.** Gli istituti finanziari hanno iniziato ad assistere in borsa solamente le società in grado di presentare solidi piani di sviluppo. Gli investitori non si lasciano più impressionare dagli alti tassi di crescita e dalle favorevoli previ-

sioni del mercato, ma richiedono un piano d'attività convincente, circa il modo in cui la ditta in questione potrebbe diventare redditizia. Sempre più investitori si sono inoltre resi conto che la capitalizzazione del mercato non corrisponde ai dati dell'attività aziendale.

Quello che sta avvenendo è dunque chiaro: si sta separando il grano dalla pula. Sopravviveranno solo quelle ditte serie e ben amministrate, progressivamente avviate verso il raggiungimento della redditività, alle quali gli investitori continueranno ad accordare la loro fiducia. Sotto questo aspetto, la grave crisi – quale conseguenza di un mercato estremamente surriscaldato e di aspettative esagerate – potrebbe addirittura avere un effetto salutare. Per l'investitore in borsa essa è anche un invito a non cedere all'ebbrezza, rimanendo con i piedi per terra e guardando ai fatti (i dati dell'attività aziendale), piuttosto che alle parole (le promesse del mercato).

MARTIN SINZIG

100 anni Raiffeisen (fine)

# Addio «casse dei piccoli risparmi»

Dagli anni Novanta, il Gruppo Raiffeisen ottiene regolarmente risultati record. Le Banche Raiffeisen sono in grado di affermarsi sulla dinamica scena bancaria, ma devono trovare la giusta via tra orientamento tradizionale e modernità.



«Fino a una decina di anni or sono potevo occuparmi da solo di tutte le operazioni e attività della banca», osserva Bernard Dorsaz di Fully/VS. «Ora il mio lavoro è radicalmente cambiato».

**Dal villaggio alla regione economica.** Negli scorsi anni, il direttore della Banque Raiffeisen du Rhône et du Trient non ha potuto adagiarsi comodamente sulla sua poltrona e riposare sugli allori: le innovazioni da realizzare non erano poche. La Banca Raiffeisen del Basso Vallese ha peraltro fortemente cambiato la propria fisionomia: se in precedenza il suo raggio d'azione era limitato a un solo villaggio, oggi ingloba un'intera regione economica che comprende sette località.

La riorganizzazione non è stata l'appannaggio della Valle del Reno, ma ha coinvolto anche le altre Banche Raiffeisen della Svizzera. Alla fine del XX secolo le «Stubenkassen», un tempo spesso de-

finite come le «casse dei piccoli risparmi», hanno ceduto il posto a delle banche a tutti gli effetti dotate delle più moderne tecnologie, a cui fa capo una clientela di ceto medio.

**Un successo dalle ragioni molteplici.** Mentre in tutto il mondo si parla di globalizzazione, il gruppo bancario cooperativistico, che punta su cerchie operative limitate e sulla locale rete di risparmio e investimento, è sulla cresta dell'onda e il suo successo si spiega in diversi modi. Anzitutto il movimento Raiffeisen ha saputo approfittare della politica aziendale delle grandi banche, che non consideravano per niente redditizie le relazioni con la clientela più modesta. Le Banche Raiffeisen hanno invece salvaguardato il settore della clientela privata ed indivi-

duale continuando a mantenere intatta la fitta rete di succursali. La grande competenza nel prendere decisioni immediate e l'esercizio di una politica aziendale prudente si sono rivelati paganti nella prima metà degli anni Novanta anche perché, rispetto ad altri gruppi bancari, durante la crisi del mercato immobiliare il movimento Raiffeisen ha dovuto ricorrere solo in lieve misura alle riserve d'ammortamento.

Questo successo non è però dovuto unicamente a fattori economici, bensì anche a principi idealistici. «In qualità di cooperative, le Banche Raiffeisen non puntano sulla massimizzazione dei profitti a breve termine, bensì ad ottimizzare le relazioni con la clientela a più lungo termine», spiega Marius Cottier, presidente del Consiglio d'amministrazione



dell'Unione Svizzera delle Banche Raiffeisen (USBR), tratteggiando la filosofia aziendale che attira molte simpatie verso le Banche Raiffeisen.

**Conciliare tradizione e modernità.** Se il movimento Raiffeisen ha saputo affermarsi sulla dinamica scena bancaria rafforzando la propria posizione è anche grazie alle ristrutturazioni avvenute internamente. Negli anni Ottanta, prima del grande cambiamento strutturale sulla piazza finanziaria elvetica, la direzione dell'Unione aveva avviato un ampio dibattito nel quadro del progetto «Raif-

**Il collegamento tra le Banche Raiffeisen e l'Unione acquisisce sempre maggiore importanza.**

feisen 2000» in merito alle prospettive del gruppo bancario.

Gli esperti bancari non hanno avuto vita facile dovendo far fronte soprattutto alla dipendenza unilaterale dalle operazioni a carattere differenziale e ai crescenti costi di personale e infrastrutture. Qual era la risposta sensata che una cooperativa poteva dare alle opportunità e ai pericoli insiti nel settore bancario? La direzione dell'Unione non poteva semplicemente imporre alle Banche Raiffeisen, giuridicamente autonome, un repentino cambiamento di rotta. La conciliazione tra una tradizione di solidi principi e l'adeguamento alle nuove esigenze del mercato doveva essere rinegoziata in un lungo e talvolta anche doloroso processo.

**Ampliare la gamma dei servizi.** La lista delle questioni di principio era lunga. In che misura il futuro operato delle Banche Raiffeisen sarebbe stato orientato verso l'utile? Come si sarebbe dovuto definire il rapporto tra le cooperative e la loro organizzazione mantello? Non era anacronistico che i soci delle cooperative fossero tenuti a rispondere, con tutto il loro patrimonio, degli affari della loro Banca Raiffeisen?

I fautori di un rinnovo del movimento Raiffeisen finirono per averla vinta. Nel quadro di una revisione totale degli statuti dell'Unione, nel giugno del 1990, venne soppressa la responsabilità solidale dei soci. Le Banche Raiffeisen cambia-

rono inoltre la loro politica aziendale. Nell'intento di conseguire una forte diversificazione, nel corso degli anni Novanta avviarono una serie di cooperazioni e ampliarono la gamma dei servizi offerti, potenziando per esempio le operazioni indifferenti e dedicandosi a operazioni di leasing, fondi di investimento e assicurazioni.

**Benvenuti nel «global village».** Nel contempo l'Unione Svizzera delle Banche Raiffeisen iniziò, allo scopo di contenere i costi d'esercizio, a promuovere la fusione di singole cooperative in unità più grandi. Così facendo, diede avvio a un processo che alimentò molte discussioni. Il numero di istituti autonomi è calato da 1229 unità nel 1986 a 539 nel 2000. In compenso, anche grazie all'apertura di nuove sedi nelle zone suburbane e urbane, nello stesso lasso di tempo il numero delle succursali, circa 1300, è rimasto pressoché costante. Il contatto personale allo sportello è un fattore di continui apprezzamenti da parte della clientela.

Presto i clienti avranno anche la possibilità di interagire con la propria Banca Raiffeisen direttamente da casa via computer: con l'introduzione delle transazioni bancarie via Internet, nel 2001 quelle che avevano iniziato l'attività nel salotto di una casa privata di un piccolo villaggio entreranno definitivamente a far parte del «global village».

SIBYLLE OBRECHT

## «La qualità è determinante»

**«Panorama»:** Le Banche Raiffeisen si differenziano ancora dalle altre banche?

**Viktor Kissling:** Sì, certo. Siamo pur sempre una banca alternativa e continueremo ad esserlo finché ci atterremo ai principi Raiffeisen. Non dobbiamo lasciarci attrarre dalla filosofia della shareholder value e distribuire l'utile ai nostri azionisti, ma procedere all'insegna della moderazione e saperci limitare, operando per esempio nei settori di mercato trasparenti.

**«Panorama»:** Il movimento Raiffeisen si è a lungo avvalso della locale rete di risparmio e di investimento. Al giorno d'oggi è ancora valido questo principio?

**Kissling:** L'idea di base secondo cui il denaro viene depositato nella banca locale e investito in forme tradizionali d'investimen-

to, e quindi dato in prestito localmente anziché confluire nei mercati finanziari internazionali, rimane invariata. Ciò nonostante siamo ben lungi dall'essere in grado di finanziare tutte le operazioni attive mediante il denaro locale. In tal senso, siamo dipendenti dall'Unione che reperisce i fondi in Svizzera e, sempre di più, anche sui mercati esteri.

**«Panorama»:** La scena bancaria è in rapida trasformazione. Le Banche Raiffeisen hanno ancora un margine di manovra per differenziarsi dalla concorrenza?

**Kissling:** Il margine di manovra esiste, anche se si fa sempre più ristretto. Dobbiamo orientarci più che mai verso i principi economici e soprattutto verso le esigenze della clientela. I clienti non si accontenta-



**Da 18 anni, Viktor Kissling presiede il Consiglio d'amministrazione della Banca Raiffeisen di Soletta, la 1932esima in ordine di fondazione.**

no di vivere secondo un mero ideale: si aspettano servizi di qualità a condizioni favorevoli. Non si rivolgono a una Banca Raiffeisen perché ne condividono la filosofia, ma perché hanno comparato le offerte. La cooperazione con l'Unione è pertanto sempre più importante. Non possiamo fare tutto localmente ma ci attendiamo che l'Unione ci offra i servizi di cui abbiamo bisogno a buone condizioni. Dopotutto è la qualità ad essere determinante, una grande sfida per il futuro.

Intervista: so.

**Siamo un'assicurazione all'avanguardia e teniamo d'occhio il futuro.  
Per cogliere sul nascere le nuove idee.**

Comunicateci  
i vostri progetti. Noi  
troveremo una  
soluzione, creandola  
appositamente  
per voi.

previdenza professionale  
finanze e previdenza  
assicurazione vita  
copertura dei rischi  
economia domestica  
responsabilità civile  
veicoli a motore  
assicurazione tecnica

**Chiedetelo  
a noi.**

☎ 0848 80 10 20  
[www.helvetiapatria.ch](http://www.helvetiapatria.ch)

**HELVETIA  
PATRIA**





**Economia svizzera 2001/2002**

# Andamento più moderato della congiuntura

Il centro di ricerche congiunturali del Politecnico Federale di Zurigo (KOF/ETH) prevede un leggero rallentamento della crescita dell'economia svizzera nei prossimi due anni.

**P**er il prodotto interno lordo, quest'anno il KOF prevede ancora una leggera accelerazione della crescita, pari al 2,9 per cento rispetto all'1,5 dello scorso anno. Questa forte espansione, sostenuta da una domanda interna più vivace e da un marcato influsso positivo da parte del commercio estero, comporta un ulteriore incremento dell'occupazione.

**Inflazione annua all'1,7 per cento.** Di conseguenza, diminuirà ancora anche lo squilibrio sul mercato del lavoro. Il numero dei disoccupati registrati decresce ulteriormente. Il tasso di disoccupazione medio scenderà dal 2,7 per cento (1999) al 2,0 per cento (2000).

Quest'anno l'andamento dell'inflazione sarà un po' meno contenuto rispetto al 1999. Il rincaro annuo, misurato in base all'indice nazionale dei prezzi al consumo, aumenterà probabilmente all'1,7 per cento (contro lo 0,8 per cento dello scorso anno). Il rialzo dell'inflazione annua è attribuibile per circa i due terzi all'incremento del prezzo delle importazioni.

**BNS: politica monetaria più restrittiva.** Quest'anno la Banca Nazionale Svizzera (BNS) ha coerentemente continuato il suo giro di vite all'espansione della massa monetaria, iniziato nell'ottobre

del 1999. Anche in futuro proseguirà nell'applicazione di una politica mirante alla stabilità a medio termine del valore del denaro. In considerazione della stretta interdipendenza del nostro commercio estero con l'Ue, la BNS presterà ancora particolare attenzione al rapporto di cambio tra franco ed euro.

Rispetto al 1999, quest'anno la BNS ha permesso un apprezzamento leggermente superiore del franco nei confronti dell'euro. Nel biennio della previsione, essa probabilmente moltiplicherà nuovamente gli sforzi per mantenere il cambio bilaterale con l'euro entro una fascia determinata dai relativi vantaggi della produttività delle aziende svizzere, anche per non pregiudicare ulteriormente l'industria d'esportazione. Avrà tuttavia cura di evitare un agganciamento troppo stretto, che annullerebbe il beneficio dei tassi d'interesse dell'economia svizzera.

Il grado di restrizione raggiunto quest'anno dalla politica monetaria riporta la congiuntura svizzera ad una crescita stabile, maggiormente in linea con l'obiettivo dell'ampliamento a lungo termine del potenziale di produzione.

**Il consumo privato sostiene la congiuntura.** Nel 2001 e 2002, le condizioni quadro dell'economia mondiale e l'aumento del valore esterno del franco svizzero incideranno negativamente sulla nostra economia d'esportazione. La crescita delle esportazioni subirà pertanto un ulteriore appiattimento.

A livello di economia interna, vari fattori concorrono a pregiudicare l'andamento della congiuntura. Gli investimenti in attrezzature accuseranno un indebolimento ciclico della dinamica di crescita, mentre gli investimenti nell'edilizia aumenteranno in maniera insufficiente. >

fino al 56% di sconto per i lettori di PANORAMA

Primflex *Queens*

# Piumone 4 stagioni

Qualità superiore

Prezzo vantaggioso

Nuova, 90% peluria d'oca, bianca



Il piumone pesante pesa 550 gr, il piumone leggero pesa 450 gr. Grazie ai bottoni si possono unire molto facilmente i due piumoni.

**Primflex**  
L'arte di dormire

In **primavera** il piumone pesante e il piumone leggero  
In **estate** il piumone leggero  
In **autunno** il piumone pesante e il piumone leggero  
In **inverno** piumone pesante e piumone leggero insieme

160 x 210 cm invece fr. 625.- **-55%**  
Sconto lettori  
**PREZZO LETTORI**  
**278,-**  
no. art. 152

200 x 210 cm invece fr. 745.- **-56%**  
Sconto lettori  
**PREZZO LETTORI**  
**328,-**  
no. art. 153

**Tagliando di ordinazione speciale per i lettori di PANORAMA**

Si, ordino il: **Piumone 4 stagioni:**

Per favore inserire la quantità desiderata!

No. art. 152: 160 x 210 cm, a fr. 278.-

No. art. 153: 200 x 210 cm, a fr. 328.-

**Cuscino in**  No. art. 154: 65 x 65 cm, a fr. 49.-

**peluria d'oca:**  No. art. 155: 65 x 120 cm, a fr. 59.-

I prezzi s'intendono inclusa IVA, escluse spese di porto. Modifiche di prezzi e modelli sono possibili.

Cognome/nome: \_\_\_\_\_

Via, no.: \_\_\_\_\_

CAP/località: \_\_\_\_\_ No. tel: \_\_\_\_\_

Firma: \_\_\_\_\_ Data: \_\_\_\_\_

Per favore compilare in stampatello e inviare a:

**PANORAMA-Azione invenale** **Codice no. K 35**  
**Personalshop/WWB, Flughafenstrasse 235, 4025 Basilea**  
**Siamo a vostra completa disposizione 24 ore su 24:**  
**Tel. 0848 80 77 60 oppure fax 0848 80 77 90**

Gli articoli ordinati vi saranno recapitati tramite pacco postale con fattura direttamente dall'Organizzazione WWB Basilea, una fondazione pubblica-giuridica per la reintegrazione economica e sociale delle persone disabili.

Visitate il nostro negozio situato in Flughafenstrasse 235, 4025 Basila. **P**

160 x 210 cm: no. art. 152 / 200 x 210 cm: no. art. 153

**Informazioni sul prodotto**

**Primflex Queens 4 stagioni Piumone di piume d'oca**

**Fodera:** 100% cotone Cambric Extra

**Imbottitura:** nuova, 90% peluria d'oca, bianca

**In versione:** trapuntato a quadri. Bordo in cotone a doppia cucitura. Rinforzo 3 cm.

**Dimensione A:** 160 x 210 cm  
**Dimensione B:** 200 x 210 cm

**Peso dell'imbottitura:**  
Piumone pesante **A:** 550 gr, **B** 700 gr  
Piumone leggero **A:** 450 gr, **B** 575 gr

Antistatico, non attira la polvere  
**Prodotto nel rispetto della natura e dell'animale**

Etichetta con istruzioni per il lavaggio

**Imballaggio:** in pratici sacchi realizzati in 100% cotone con cerniera

La qualità superiore di questo piumone in piuma d'oca garantisce una distribuzione ottimale del calore. Ripieno al 90% di peluria d'oca bianca.

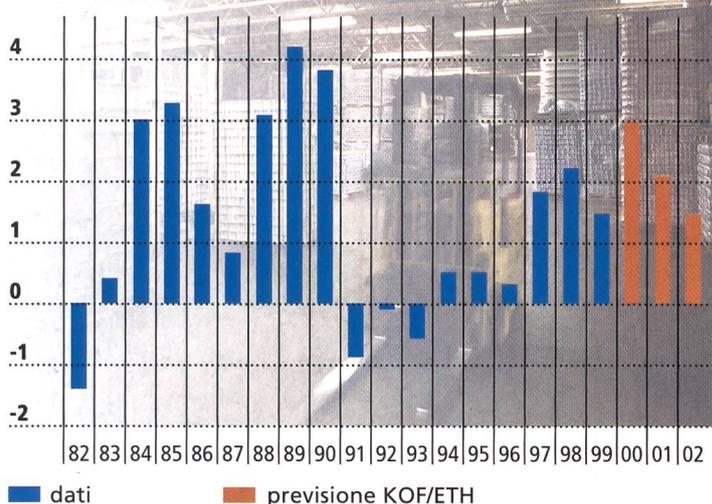
**5**  
anni di garanzia



**Originale solo con la scritta ricamata Queens**

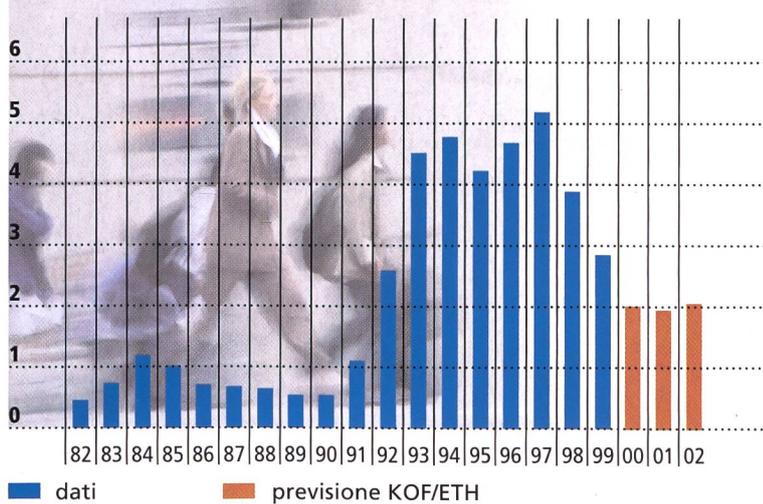
### Prodotto interno lordo con previsione

(variazione reale rispetto all'anno precedente, in ./.)



### Disoccupazione con previsione

(in ./.)

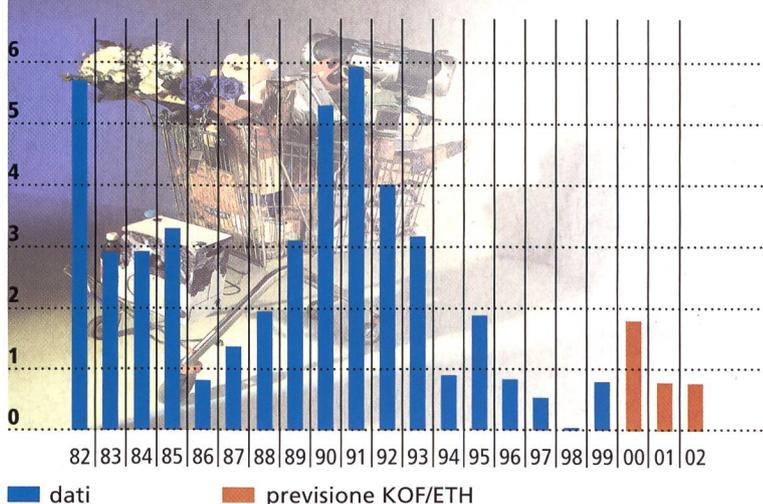


Il consumo privato, pur rimanendo un importante sostegno per la congiuntura, a causa di un incremento meno marcato dell'occupazione subirà un leggero ridimensionamento nei prossimi due anni, facendo registrare tassi di crescita di rispettivamente il 2,0 per cento e 1,8 per cento (1999/2000: 2,3 per cento annuo).

**Crescita inferiore del PIL.** Anche l'incremento degli investimenti in attrezzature rallenterà nel biennio della previsione.

### Prezzi al consumo con previsione

(variazione rispetto all'anno precedente, in ./.)



### Disoccupati registrati: 1,9% nel 2001 e 2,1% nel 2002

Secondo le previsioni del KOF/ETH, con una crescita prevista del PIL pari al 2,2 per cento, il prossimo anno ci dobbiamo aspettare un ulteriore aumento dell'occupazione dello 0,9 per cento, che nel 2002 scenderà allo 0,3 per cento, con l'indebolimento della crescita del PIL.

L'anno prossimo, il pronosticato aumento dell'occupazione sarà sufficiente per compensare l'espansione dell'offerta di lavoro.

Nel 2001 lo squilibrio sul mercato del lavoro è pertanto destinato a ridursi ulteriormente, mentre nella media del 2002 esso sarà invece di nuovo in lieve aumento.

La flessione del numero delle persone in cerca di lavoro continuerà fino a tutto il 2001, mentre nel corso dell'anno successivo si assisterà ad un nuovo leggero aumento. Nella media annua del 2001, la quota delle persone in cerca di lavoro scenderà al 2,7 per cento, con un successivo irrilevante incremento previsto nell'ordine del 2,8 per cento nel 2002.

L'ulteriore riduzione dello squilibrio sul mercato del lavoro, prevista per l'anno prossimo, avrà un'incidenza minima sul numero dei disoccupati registrati presso gli uffici del lavoro. La loro quota sarà in media pari all'1,9 per cento nel 2001 e al 2,1 per cento nel 2002.

Nel 2001 e 2002, il rincaro medio dell'anno precedente, misurato in base all'indice nazionale dei prezzi al consumo, ammonterà allo 0,8 per cento annuo (2000: 1,7 per cento). Questo permette di escludere il pericolo d'inflazione. (chs./ggf.)

ne. Dopo un primo calo nel 2000 (2,0 per cento), gli investimenti nell'edilizia del settore industriale ristagneranno nel 2001, per quindi diminuire ulteriormente nel 2002 (1,4 per cento). Gli investimenti nell'edilizia abitativa faranno registrare un aumento molto debole nel biennio in questione. Dopo il 2,9 per cento del 2000, nel 2001 e 2002 il loro tasso di crescita sarà solo dello 0,7 per cento all'anno.

Il totale delle importazioni (merci, turismo e servizi) aumenterà in maniera più rallentata, con un tasso del 3,5 per cento nel 2001 e del 3,1 nel 2002, rispetto al 5,3 per cento del 2000. Durante il biennio della previsione si assisterà ad un notevole indebolimento delle forze espansive dell'economia interna. Il commercio estero non riuscirà a compensare questa minore dinamica di crescita, ma anzi la rafforzerà ulteriormente. Sono in

calo sia i tassi di crescita del totale delle esportazioni, sia quelli del totale delle importazioni.

Date queste premesse, dopo il forte incremento di quest'anno (2,9 per cento), la crescita del prodotto interno lordo (PIL) è destinata a scendere al 2,2 per cento nel 2001 e all'1,5 per cento nel 2002.

CARSTEN-HENNING SCHLAG/GÜNTHER GREULICH

Quando le lancette corrono troppo

# Il tempo è vita e la vita è tempo

Essere attivi non stop è la nuova tendenza che, nel mondo del lavoro, è indice di competenza e produttività. Ma l'accelerazione generale della vita fa anche paura. La nostra società è forse minacciata di saturazione?

**Quando il presente è allo stesso tempo il passato.** Nemmeno la suddivisione tra passato, presente e futuro è così evidente a livello universale. Gli indiani Hopi, ad esempio, nella loro lingua non conoscono queste nozioni. Il tempo è determinato da una serie di eventi che si susseguono. Questi ultimi, quando si manifestano, sono già passati o, altrimenti stanno per accadere.

Il presente è dunque una piccolissima frazione tra quello che si è manifestato o è ad un passo dal manifestarsi. Proprio come i bimbi, anche l'indiano Hopi vive nel momento dell'evento: questa fase dell'«esserci dentro» può significare anche eternità, a seconda dell'intensità di come è percepito.

Che il tempo non si possa spiegare lo dimostra anche un aspetto sorprendente dell'astrofisica. Gli astronomi e gli astrofisici, avendo a che fare con grandi distanze lungo le quali addirittura la luce necessita di tempo per raggiungere la terra, possono vedere il passato. Infatti si tratta spesso di luce emanata da stelle già spente.

**Tempo è denaro.** La legge che vige oggi è l'accelerazione della corsa al guadagno. Produttività ed efficienza vengono aumentate. Costi quello che costi, non in soldi ma in risorse umane. Tempo è dunque denaro! Con ingegnosi sistemi di amministrazione del tempo sempre più sofisticati si tenta di sottrarsi alla carenza permanente di tempo. Così soffocati da questo meccanismo non si ha più lo spazio per una «creatività della lentezza», dalla quale dovrebbero prima nascere idee nuove, che poi devono avere il tempo di maturare.

**A**l Politecnico ETH di Zurigo è stata istituita una stanza del silenzio. Anche la stazione centrale della città sarà dotata, prossimamente, di due locali tranquilli. Le FFS hanno introdotto vagoni «silenziosi» e pure l'economia ha scoperto questi spazi di pace. Che sia davvero arrivato il momento di prendersi il proprio tempo? Perché non scappare dalla frenesia quotidiana?

**Il tempo quale bene più prezioso.** Un bimbo immerso nel suo gioco sembra vivere fuori dal tempo. Per lui, infatti, mentre gioca non ha importanza se trascorrono cinque minuti, due o tre ore, o addirittura una mezza giornata. Quel che conta è continuare a divertirsi finché questo è piacere.

Ma molto presto dovrà imparare ad attenersi ad una distribuzione del tempo ben definita. Le ore dedicate al gioco diventano uno spazio prestabilito sull'arco della giornata che, con il passare degli anni si riduce sempre più. Il tempo diventa allora il bene più prezioso in assoluto.

Fino ad oggi il tempo è riuscito a sottrarsi ad ogni razionale tentativo di spiegazione. In quanto archetipo è una

delle esperienze di base dell'umanità. I popoli antichi lo vivevano come una divinità o come flusso della vita. Solo nella fisica moderna occidentale il tempo è diventato parte integrante di un sistema matematico (ore, minuti e secondi).

**5000 anni fa la prima misurazione del tempo.** I cinesi già 5000 anni fa sfruttavano i raggi del sole per misurare il tempo. Ma nel disordine delle molteplici migrazioni di popoli, questa conoscenza fu dimenticata. Solo nel VII secolo i conventi iniziarono a decorare i loro muri con le meridiane. Otto secoli dopo fu inventato l'orologio meccanico. La misurazione del tempo, quindi, non è stata per un lungo periodo un bisogno primordiale dell'umanità.

In origine, l'uomo percepiva il tempo secondo la propria vita e lo considerava un segreto divino: tempo è vita e vita è tempo. L'umanità primitiva viveva il tempo come un bambino lo vive naturalmente ancora oggi. I piccoli non conoscono fin dall'inizio l'orario, ma distinguono il ritmo, la velocità e la frequenza, prima ancora di sviluppare la cognizione del tempo.

L'offerta di tecniche di rilassamento quali il training autogeno e mentale, yoga, meditazione, tai-chi e tante altre, è impressionante. E non di rado queste attività si trasformano in un boomerang poichè vengono inserite in un calendario di appuntamenti così fitto che causano solo ulteriore stress e pressioni.

Oggi la frase più gettonata è di sicuro: «Non ho tempo!». Il più grande problema, per trovare una soluzione ad una questione o per organizzare una festa, è certamente quello di non trovare un «buco» per fissare un appuntamento.

**Quando i bambini sono stressati.** Oggi come oggi, anche i bambini più piccoli vengono strappati al loro dolce far niente, poichè devono progredire con un programma fisso di ritmica, disegno o pre-asilo. Così facendo non si tiene assolutamente conto del personale ritmo di vita di ogni bambino che è molto lontano

da qualsiasi frazionamento di tempo. Anche per i fanciulli in età scolare, lo schema è sempre quello. Per non parlare dei giovani e degli adulti. E dei pensionati, che spesso si lamentano di un calendario di impegni troppo fitto...

Si viene ingoiati dal tempo proprio perché manca. Il tempo, a dire il vero, non mancherebbe a nessuno, ma molto spesso viene impiegato male: basterebbe rifletterci! E allora si ha sempre l'impressione di non averne poichè la quotidianità non viene vissuta secondo le esigenze personali. Non c'è dunque da meravigliarsi se il libro di Sten Nadoldy intitolato «La scoperta della lentezza», abbia stravenduto.

**Decelerare invece di accelerare.** Per fortuna sono in aumento gli indizi che evidenziano come la follia del tempo sia sempre meno accettata quale legge naturale. Psicologi e sociologi mettono in

guardia dall'accelerazione eccessiva. Un'ampia scelta di letteratura concernente questo tema è approdata sul mercato in questi ultimi anni. Una nuova comprensione del tempo parte dal presupposto che tutto debba avere il suo... tempo.

D'altronde questo modo di vedere le cose, non è nuovo, perché questa frase figura già nella Bibbia. Di conseguenza il tempo non è unico ma multiplo: stagioni e maree, fasi lunare e solare, periodi di sistemi chimici come i tempi di disintegrazione o di reazione dei materiali o ritmi di cicli della materia, ma anche i tempi di percezione, di trattamento e di reazione dal punto di vista fisiologico come gli spazi sociali quali le pause e le feste. O come spiega già la Bibbia: «C'è un tempo per amare e un tempo per lavorare. Un tempo per soffrire e un tempo per gioire». Il pensiero della Bibbia, oggi è di nuovo attuale per ciò che attiene il rapporto con il tempo e la ricerca del momento giusto.

**Una nuova cultura del tempo.** Lo scrittore Fritz Reheis consiglia quale strategia della decelerazione: «Per prima cosa qualsiasi persona dovrebbe tentare di evitare il più possibile di affrettare il lavoro o le attività del tempo libero. Si dovrebbe imparare a riconoscere i propri ritmi e ad imporli nei confronti degli altri».

Anche lo scrittore Michel Baeriswyl auspica una nuova cultura del tempo socio-economica: sapere aspettare per permettere a qualcosa di nuovo di nascere. Festeggiare e dormire secondo le esigenze del corpo. Non cercare di amministrare il tempo ma prenderlo così com'è e vivere in modo ottimale. E, non da ultimo: «Carpe diem – cogli il giorno affinché non sia solo riempito ma compiuto».

RUTH RECHSTEINER

**Il tempo è denaro,  
un detto del moderno  
homo oeconomicus.**



## BR di Mendrisio, nuovo bancomat e vetrine dedicate a Giacometti

Alla Banca Raiffeisen di Mendrisio è stato recentemente installato un nuovo apparecchio Bancomat a lato dell'entrata dell'Istituto, in posizione centrale e strategica. Questo nuovo apparecchio permette l'utilizzo delle principali carte presenti sul mercato con inoltre la possibilità della funzione CASH: i clienti di ogni Raiffeisen hanno la possibilità, prima assoluta in Svizzera, di accedere con una sola carta a ben sette conti diversi aperti chiaramente presso la stessa banca. Questo servizio permette inoltre la visione e la stampa delle ultime 20 operazioni dei conti. Durante il primo semestre 2001, esso entrerà in funzione in tutta la Svizzera con le medesime opportunità dai di-

Fotos: m.a.d.



**Nelle foto: i cassieri Giovanni Spreafico, Ivo Garobbio, Michele Giovannini e Athos Pettinicchio davanti al loro nuovo «collega elettronico» e la vetrina della Banca, decorata in onore a Giacometti.**

versi Bancomat-Conto Service, per tutti i clienti Raiffeisen.

Oltre a ciò la Banca Raiffeisen di Mendrisio, in concomitanza con la mostra in corso dedicata ad Alberto Giacometti, ha fatto allestire due vetrine che presentano vecchie e preziose gigantografie. Esse ritraggono il grande artista in diversi momenti della sua vita. La mostra propone disegni tratti da capolavori dell'arte antica e moderna, in buona parte inediti, unitamente ad una quarantina di lavori dell'artista di grande e interessante bellezza

ma ancora poco conosciuti. Le opere sono visibili fino al 12 novembre presso il Museo d'Arte del Borgo, al quale sarà possibile accedere gratuitamente esibendo una carta Eurocheque o Eurocard Raiffeisen.

La manifestazione è sponsorizzata dalla Banca Raiffeisen di Mendrisio e dall'Helvetia Patria assicurazioni. Una volta ancora il Consiglio di Amministrazione e la Direzione della Raiffeisen del Borgo, si sono dimostrati particolarmente sensibili a temi di carattere culturale.

## 200 000 franchi al Vallese dalle Banche Raiffeisen

Il tragico alluvione che ha colpito il Canton Vallese ha suscitato in tutta la Svizzera grande solidarietà nei confronti della popolazione locale. Il 20 ottobre scorso la Catena della solidarietà ha fatto leva sulla generosità della popolazione che, nel giorno speciale della raccolta di fondi, ha risposto con la tradizionale sensibilità. Anche le Banche Raiffeisen Svizzere hanno aderito a questa azione donando 200 000 franchi alla Catena. (ma.)

## Viaggio 2000 dei lettori di Panorama, un successo!

Anche quest'anno, il viaggio organizzato dalla redazione di Panorama in collaborazione con la Kuoni di Lugano ha registrato un buon successo. Globalmente 170 lettori sono così partiti alla volta di Budapest, affascinante capitale un-

gherese. I quattro gruppi sono stati accompagnati da un rappresentante Raiffeisen e, sul posto, hanno potuto far capo ad una guida che parlava italiano. I quattro viaggi si sono svolti senza grossi problemi a soddisfazione dei partecipanti che hanno così potuto visitare la città e i suoi dintorni, gustandone la gastronomia ed apprezzando la ricchezza di cultura, storia e tradizioni locali.

Come vuole la consuetudine, nel numero 2 del Panorama 2001 presenteremo il nuovo viaggio che, speriamo, possa riscuotere il vostro interesse!



**Nella foto il gruppo partito in giugno ed accompagnato dal direttore dell'USBR Piergiorgio Ambrosini, in posa durante la giornata organizzata nella Puszta, la grande pianura ungherese.**



## Con la Raiffeisen, bambini di Ligornetto a tutto...vapore!

Una gita con il treno a vapore del Club del San Gottardo da Mendrisio a Santa Margherita di Stabio: la bella esperienza è stata offerta dalla Raiffeisen di Ligornetto, in occasione del suo 50.mo di attività, ai bambini della locale Scuola dell'Infanzia. Guidato dalle maestre Manuela Scacchi-Steiger e Antonella Casanova, presente per la Banca Raiffeisen il vicedirettore Athos Arrigo, il gruppo di bambini e bambine era atteso alla stazione di Mendrisio da

**Nella foto i bambini di Ligornetto con le due insegnanti davanti alla locomotiva a vapore.**

Antonio Soldini del Club del San Gottardo. Dal Magnifico Borgo ha preso il via il viaggio sulla novantenne locomotiva a vapore diretta a Santa Margherita, dove la comitiva è scesa dal treno per gustare il picnic offerto dalla BR di Ligornetto e preparato dalla cuoca della scuola Francesca Arrigoni.

## Cugnasco in festa per la nuova sede Raiffeisen

Aperta alla clientela il 15 giugno 2000, la nuova sede di Cugnasco della Banca Raiffeisen di Cugnasco-Gudo-Riazzino è stata ufficialmente inaugurata il 6

ottobre scorso con una semplice ma significativa cerimonia. Dopo il tradizionale taglio del nastro e la benedizione dell'istituto, la popolazione ha risposto con entusiasmo alle porte aperte. La giornata di festa si è conclusa nel centro scolastico di Riazzino

**Nella foto, da destra il direttore Ivano Cambrini con i collaboratori Alberto Locarnini, Annamaria Anselmi, Fania Felder, Nadia Costantino e Sandra Egli, davanti alla nuova sede Raiffeisen di Cugnasco.**



## Millesima socia per la BR Medio Cassarate

Il presidente del consiglio di amministrazione avv. Battista Ghiggia e il direttore Oscar Toscanelli hanno offerto, a nome della Banca Raiffeisen Medio Cassarate, la quota sociale del valore di 200 franchi, unita-

mente ad un buono per due persone per una crociera, a Jessica Tassetti (Davesco-Soragno) quale 1000.ma socia. La breve cerimonia si è svolta presso l'agenzia di Davesco-Soragno che, dopo la fusione con la BR di Sonvico ha dato vita alla Banca Raiffeisen Medio Cassarate. Negli ultimi anni l'istituto ha conosciuto un notevole incremento dei soci, passando dai 722 del 1995 ai 1000 attuali con ben 86 sottoscrizioni di adesione negli ultimi dodici mesi.

**Nella foto la millesima socia della BR Medio Cassarate premiata da Oscar Toscanelli e dall'avv. Battista Ghiggia.**



Foto: Villa

con un aperitivo, la parte ufficiale e la cena per i soci e gli invitati.

**Cenni storici.** I 16 coraggiosi pionieri che nel lontano 1952 fondarono l'allora Cassa Raiffeisen di Cugnasco, non si sarebbero mai immaginati che dalla prima sede situata nell'abitazione del gerente Lino Calzascia, si sarebbe poi giunti all'attuale grande e funzionale nuova ubicazione. Infatti, la Cassa si spostò dapprima in un locale della vecchia scuola maggiore, ora sede del Municipio di Cugnasco, traslocò poi nell'attuale palazzo postale fino al 1985, anno in cui fu inaugurato l'edificio, di proprietà della Banca, dove si trova il Bar Sole e lo studio medico. La continua crescita della clientela, il relativo volume delle operazioni e la reale necessità, da una parte di poter meglio accogliere il cliente e, dall'altra di garantire al personale spazio e mezzi tecnici adeguati per poter operare, ha indotto il Consiglio di Amministrazione ad approntare uno studio per una nuova sede più decorosa. La scelta è caduta, dopo l'esame delle diverse varianti, sullo stabile dove era sistemato il precedente negozio Coop.

**Caratteristiche.** Il compito del progettista è stato quello di inserire, in maniera funzionale, la nuova struttura bancaria nel contesto esistente. Un accento particolare è stato posto sulla zona d'entrata, con una porta circolare leggermente sporgen-

te. Lo spazio nel grande e luminoso atrio è il biglietto da visita di tutto il complesso dove si trovano due moderni sportelli, uno sportello «discreto», diversi uffici, l'archivio, l'angolo ristoro, e un ampio spazio che funge da anticamera al locale con le cassette di sicurezza. Il tutto arredato con particolare cura. La nuova sede amministrativa offre perciò tutta una gamma completa di prodotti e servizi bancari, compreso il Contoservice/Bancomat internazionale, accessibile dall'interno e in funzione 24 ore su 24. La banca, ubicata sulla strada cantonale Locarno-Bellinzona, ha inoltre a disposizione un ampio posteggio.

**Prospettive future.** La fusione con la Banca di Riazzino dapprima ed in seguito con quella di Gudo, ha incentivato tutta l'attività ed ha richiesto l'assunzione di nuovo personale, composto attualmente dal direttore e da cinque collaboratori a tempo pieno. Il team è molto motivato ed in grado di soddisfare con professionalità anche i clienti più esigenti. Il rapporto personale e diretto con la clientela rappresenta il punto di forza della Banca Raiffeisen che, oltre alla sede principale di Cugnasco, opera con le agenzie di Riazzino e Gudo, ubicate nel raggio d'attività dei cinque comuni del comprensorio (Cugnasco, Gudo, Lavertezzo, Gerra Verzasca e Locarno, zona Gerra di sotto).

## Precisazioni sulle scuole private Sant'Anna e Santa Caterina

A differenza di quanto si fa osservare nell'articolo «Scuole private – una questione ideologica», pubblicato sul numero 10 di «Panorama», gli istituti Sant'Anna di Lugano e Santa Caterina di Locarno sono aperti, parificati e con una storia e una tradizione di impronta cattolica. È vero che le due scuole sono state chiuse per alcuni anni, ma con grandi sforzi e

volontà, il Santa Caterina nel 1974 e l'anno seguente il Sant'Anna, hanno riaperto i battenti. Ci scusiamo con la direzione, il corpo insegnante e gli allievi per l'errore. (Is.)

**Artigiani: l'artista-vetraio**

# Ballando con il vetro

L'ultimo articolo della serie lo abbiamo voluto dedicare all'artigianato artistico, incontrando nel suo laboratorio Diego Feurer che da 20 anni lavora e plasma il vetro soffiandolo, applicando la tecnica del fusing, realizzando vetrate legate in piombo o operando restauri di vetrate.

**V**etro: per antonomasia un materiale fragile e, all'apparenza, sterile e freddo. Ma l'apparenza inganna perché il vetro è invece duro al punto che ci vuole un diamante per scalfirlo, a volte forte da non lasciarsi plasmare e in tutti i casi dal carattere deciso. «Con il vetro non puoi litigare, perché ha sempre ragione», ci dice Diego Feurer, 45 anni, artista-vetraio da oltre 20 anni in quel di Tesserete. Nel suo laboratorio-officina vi è tutto il necessario per svolgere un lavoro che

spesso fa davvero sudare le proverbiali sette camice a causa del grande calore che sprigionano i forni, costruiti dallo stesso Feurer.

**Lavorazione a freddo e a caldo.** Le tecniche che usa Feurer – che ha imparato il mestiere in un atelier di Winterthur ed ha in seguito continuato come autodidatta frequentando dei work-shop con altri artisti – sono due: la lavorazione a freddo per la realizzazione di vetrate



**Dalle lastre di vetro al prodotto finito: tanti passaggi precisi e tempestivi.**





Foto: Remy Steingger

legate in piombo o per il restauro e la lavorazione a caldo con la tecnica del fusing (vetrofusione) e del vetro soffiato. Lavorare con il vetro significa lasciare libero sfogo alla creatività. Si ottengono così molteplici risultati e forme perché «è un materiale vivo che si muove con il calore del fuoco ma anche con il freddo. E che permette di realizzare numerosi giochi di luci e trasparenze. Il vetro nasce e muore con la luce», ci spiega Feuerer. Tutto questo nonostante la tecnica sia millenaria, risalente all'epoca degli antichi Egizi.

**Esperienza e tecnica.** La base di partenza del lavoro sono le lastre in vetro di vari colori, realizzate a mano, che l'artigiano acquista dai rivenditori. E nel corso della lavorazione, a dipendenza delle tecniche, vengono usati arnesi quali tagliavetro, pinze, forbici, canna da soffiatura, forcilla, guanti e occhiali speciali contro i raggi ultravioletti e infrarossi. Grazie al fuoco che arde nei forni, il vetro acquista quella morbidezza che permette all'artigiano di plasmarlo secondo i suoi gusti. «La pratica e l'esperienza sono fondamentali per ottenere una sintonia perfetta sia con il fuoco che con i colori», afferma Feuerer che usa di preferenza lastre di vetro gialle, blu e grigie con accenti di rosso. «Sono i miei colori preferiti e tendo a sfruttarli per la realizzazione dei miei vasi». La tecnica per la creazione di questi oggetti è complessa e

lunga, anche a causa dei tempi necessari al riscaldamento e al raffreddamento del vetro. E i passaggi in forno e fuori per modellare il materiale devono essere precisi e celeri. «Ci vuole ritmo, occhio e tempestività per evitare di dover ricominciare tutto da capo. È, in sostanza, una vera e propria danza con il vetro». Sono necessari circa quattro giorni di lavoro per ultimare un vaso realizzato con le famose murrine che chi ha visitato Venezia e le vetrerie di Murano ha sicuramente avuto modo di vedere. «Va però detto che io non applico una tecnica pura, ma ne uso una ideata da me, che è un misto tra quella veneziana e quella americana/australiana». E il risultato è davvero sorprendente!

**Vetrate e restauri.** Nel corso degli anni Feuerer ha inoltre realizzato tante vetrate progettate da Fra Roberto del Bigorio e ne ha restaurate altre quali, per esempio, quelle delle chiese di S. Giovanni a Bellinzona e di S. Antonio a Lugano. Quattro, inoltre, le mostre al suo attivo, ultima delle quali quella allestita nel Parco Botanico delle Isole di Brissago con le lastre scultoree in tecnica fusing. Sempre con la tecnica del fusing, oltre ai numerosi e bellissimi piatti, l'opera di sicuro più imponente è certamente il «Cielo» di 46 mq e del peso di tre tonnellate che Feuerer ha creato per il soffitto dell'atrio dell'aula magna del centro di istruzione per piloti e paracadutisti di

Locarno. Ma lavorare con il vetro e il fuoco può essere pericoloso? «Non direi, prova ne è che di scottature e tagli ne ho subiti davvero pochi in tutti questi anni. Più che altro ci si punge spesso con le schegge di vetro che si infilano nella pelle. Ma sono piccolezze!». E come dargli torto: qualche puntura si può ben sopportare se poi il risultato sarà un pezzo d'arte, unico e irripetibile nei suoi giochi di luce, colori e trasparenze.

**LORENZA STORNI**

### Info

Diego Feuerer lavora a Tesserete nella sua Vetreria Artigiana, in via Paredo, tel. 943 16 66. Il sito internet [www.vetrate.com](http://www.vetrate.com) presenta l'artista e alcuni suoi lavori.



Ticino gastronomico

# Prossima fermata... l'Emporio di Muralto

Dopo essersi rifatti il look ed aver riaperto lo scorso marzo, l'ex buffet della stazione di Locarno-Muralto ora «ribattezzato» Emporio, dispone anche di una saletta separata che fa da sede ad un club di fumatori di sigari che ha subito suscitato grande entusiasmo.

**F**ino all'inizio della scorsa primavera era «semplicemente» un buffet. Un comune luogo di transito, insomma, come se ne vedono in quasi tutte le principali stazioni della nostra linea ferroviaria. Poi, la ristrutturazione. Di più: una vera e propria trasformazione. Nello stile, innanzitutto, che in collaborazione col responsabile del settore architettura delle FFS in Ticino Valerio Galli, la griffe dell'architetto Giancarlo Della Betta ha voluto sulla falsariga di quello veneziano, come ben si deduce dalle tappezzerie rinascimentali e dal prezioso lampadario che fa bella mostra di sé. Ma anche nella sua concezione gastronomica-culturale, se così vogliamo chiamarla, improntata ora ad una maggior ricerca della qualità e, soprattutto, arricchita dalla creazione di una suggestiva quanto fornitissima sala separata per gli amanti del sigaro.

**Un club per fumatori di sigari.** Su queste fondamenta, alla stazione di Muralto è «nato» dapprima il ristorante caffè cocktail bar «Emporio» ed in scia, circa tre mesi più tardi, il club dei fumatori di sigaro. Dal quale cominciamo il nostro dodicesimo «viaggio» nell'ambito della rubrica Ticino gastronomico, da cui prendiamo tra l'altro congedo. Lo facciamo col suo ideatore e presidente, Jordi Bosch: «Diciamo subito che un club del genere non è certo una novità assoluta,

perché nel mondo ne esistono moltissimi. Uno pure nel Luganese, col quale non abbiamo peraltro ancora instaurato contatti. Da parte nostra, dopo esserci accorti che grazie alla vastissima scelta di sigari messi a disposizione (e che si possono pure acquistare, dal momento che si tratta di un normalissimo punto-vendita appartenente all'«Emporio», ndr), eravamo ormai in parecchi a frequentare il locale, ci è venuta questa idea, allo scopo di trovarci con regolarità a fumare in compagnia, scambiandoci anche pareri ed opinioni, possibilmente abbinandovi un buon whisky o un buon cognac, dal momento che qui all'Emporio se ne trovano di eccellenti. Devo dire che ha subito suscitato grande interesse ed entusiasmo». Già all'inizio si sono immediatamente raccolte circa 25 adesioni, poi pian piano il numero si è ingrandito. Ancora Bosch: «La gente arriva spinta dalla curiosità e rimane subito incantata.

**Offerta di qualità.** Qui, del resto, vengono costantemente garantite le condizioni ideali, ovvero una temperatura di 18-20 °C ed un umidità attorno al 65-70% e come detto si possono trovare tutti i migliori sigari, con un'offerta costantemente aggiornata, tanto che capita addirittura di avere delle anticipazioni di mercato! Si tratta in maggior parte di prodotti provenienti dall'area caraibica,

**Ambiente particolare  
all'Emporio di Muralto**



luogo-culto per eccellenza nella coltivazione della foglia di tabacco. A concepire i sigari, in un'ottica ben inteso abbastanza primitiva, sono difatti stati gli indios Tainos sull'isola di Cuba, partendo dal tabacco Cohiba, da cui poi è sorta una delle marche più famose. Quando poi è partita la scoperta delle Americhe, Cristoforo Colombo se n'è immediatamente innamorato, tanto da portare in Spagna sia la foglia che il tabacco: ed è appunto a Siviglia che si è iniziato a produrre sigari per l'Europa, cinquecento anni orsono».

Il sigaro. È composto da tre parti, quella interna denominata bland, il semicapote ed il capote, ovvero la foglia che l'avvolge esteriormente. La forma delle varie foglie determina poi grandezza e diametro dei sigari, nonché il suo aroma, che cambia peraltro anche a dipendenza

del modo di tagliarli. Ed a Muralto è appunto possibile gustarne moltissimi: «Sì, il verbo giusto è proprio gustare, perché dopo averlo aspirato, il fumo lo si tiene in bocca, apprezzandolo in tutta la sua raffinatezza prima di espellerlo. È questa la differenza sostanziale con la sigaretta». Tanto che, aggiungiamo noi, spesso e volentieri gli amanti del sigaro, «che sono molti di più di quanto si possa pensare», non sono mai fumatori «tradizionali». «Verissimo. La sigaretta è composta da un bland molto diverso, nonché dalla carta, mentre il sigaro è tabacco al 100%: è quasi inevitabile che si scelga uno o l'altro».

**Non solo viaggiatori.** Lasciando la sala, si rientra nel locale tout court. Davvero elegante, si diceva e che come sottolinea il nuovo gerente Tom Bachmann,

**La ricetta «Panorama»**

Il ristorante Emporio vi propone:  
**Il «tiramisù»**

Ingredienti:

- > 10 uova
- > 200 g di zucchero
- > ½ kg di mascarpone
- > biscotti savoiardi
- > Amaretto (liquore)
- > caffè nero caldo



Sbattere a lungo le uova e lo zucchero e aggiungere il mascarpone amalgamando bene per ottenere una crema. Bagnare i savoiardi con il caffè e l'amaretto. Formare in seguito degli strati di crema e savoiardi. Spolverare infine con del cacao amaro e conservare al fresco fino al momento di servire.



**Nel locale anche  
un club per fumatori  
di sigari.**

«è in costante crescendo sul piano della frequentazione». Ovvero: «La carta è ampia, i piatti molto curati ed i tempi di attesa ridotti, com'è giusto che sia per clienti che spesso sono in attesa di un treno. Inizialmente, però, si era optato per una strategia dei prezzi non molto concorrenziale e perciò si è un tantino faticato nel... decollo. Ci siamo insomma accorti che occorre intervenire ed abbassarli e la scelta è stata azzeccata: ormai oltre ai viaggiatori siamo meta anche di molte persone che lavorano nella zona, soprattutto sul mezzogiorno. La sera, per contro, sono convinto che il numero dei clienti possa essere ancora sensibilmente aumentato». E chissà che qualcuno, tentato anche dal richiamo di un buon sigaro, non decida di fare la conoscenza dell'«Emporio».

**OMAR GARGANTINI**

Foto: m.a.d.



**Serata dei soci al Palapenz di Chiasso all'insegna dell'allegria e della buona cucina.**



**Taglio del nastro da parte di Valerio Cassina, socio fondatore e primo gerente dell'allora Cassa Rurale di Castel San Pietro nel 1949.**

## Anniversario e nuovi uffici per la Banca Raiffeisen Valle di Muggio

È stato un fine settimana di grandi festeggiamenti, quello svoltosi il 6 e il 7 ottobre scorsi a Castel San Pietro. Infatti, in quell'occasione, la Banca Raiffeisen Valle di Muggio ha inaugurato ufficialmente la nuova sede ed ha festeggiato il 50.mo.

A seguito della fusione delle cinque Banche Raiffeisen vallesane (Castel S. Pietro, Morbio Superiore, Caneggio, Bruzella e Muggio) avvenuta nel 1998, si è resa indispensabile la formazione di nuovi spazi operativi. Valutate le pur minime varianti d'ampliamento, si è preferito

optare per una soluzione radicale. Si sono così trasformati in uffici i due appartamenti situati al primo piano dello stabile che già ospitava al Banca Raiffeisen di Castel San Pietro. Ora la sede dispone di spazi funzionali ed adeguati alle attuali esigenze.

«Finalmente i lavori sono terminati!», hanno confidato con un ampio sospiro i nove collaboratori della Banca. Un ringraziamento, dunque, agli impiegati ed ai clienti per aver sopportato i diversi disagi.

Alla presenza di un buon numero di partecipanti, vener-



**Premiazione del concorso fotografico «Fotografa la tua Valle», prima classificata nella categoria paesaggio la Signora Patrizia Piffaretti di Melano. Consegnano il premio il presidente del Consiglio d'Amministrazione Nemesio Cereghetti (al centro) e Fernando Biffi, presidente della Giuria e vicepresidente del CdA.**



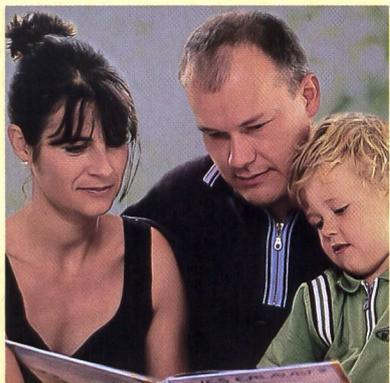
**Foto di gruppo dei collaboratori della Banca Raiffeisen Valle di Muggio: (da sinistra) Renata Regazzoni, responsabile Agenzia Caneggio, Ettore Coreggioli, direttore BR VDM, Antonio Rigoni, vicedirettore BR VDM, Mariangela Croci, responsabile Agenzie Bruzella e Muggio, Mattia Crivelli, collaboratore sede Castel San Pietro, Ursula Müller, responsabile Agenzia Morbio Superiore, Donata Sulmoni, Eros Robbiani e Marzia Rezzonico, collaboratori sede Castel San Pietro.**

di 6 ottobre si è dunque svolta l'inaugurazione ufficiale. Sono intervenuti dapprima il presidente del Consiglio di Amministrazione, Nemesio Cereghetti, in seguito il sindaco di Castel San Pietro Paolo Mondia, l'avv. Mario Verga, presidente della Federazione Raiffeisen Ticino e Moesano e Piergiorgio Ambrosini, direttore dell'Unione Svizzera delle Banche Raiffeisen a Bellinzona. Il taglio del nastro e la benedizione hanno concluso la parte ufficiale.

Hanno suscitato particolare interesse anche le tre iniziative collaterali volute per sottolineare il cinquantesimo di fondazione dell'allora Cassa rurale di Castel San Pietro. La prima, un concorso fotografico denominato «Fotografa la tua Valle», al quale hanno partecipato parecchi amatori del «clic» per un totale di 98 fotografie. Arduo compito, dunque, quello della giuria composta da tre membri della Banca e da due fotografi professionisti, nello stilare la classifica dei vincitori, premiati durante la cerimonia d'inaugura-

zione. Abbinata alle porte aperte, la seconda iniziativa ha proposto un'esposizione collettiva di ben tredici artisti della regione. Riscontro positivo anche per quest'idea, che, oltre a dare un tocco particolare agli uffici, è stata occasione per i presenti di poter apprezzare e riconoscere la professionalità e competenza degli artisti di «casa».

I festeggiamenti del cinquantesimo sono proseguiti anche il giorno seguente, sabato 7 ottobre, con la cena dei soci allietata da «I Canterini della Valle di Muggio», dal gruppo musicale «River Dreams», diretto dal maestro Antonio Rezzonico, da una farsa della Compagnia teatrale di Marta Fraccaroli e dalla micromagia del «Mago Luigi». Durante la parte ufficiale della serata il presidente del CdA, Nemesio Cereghetti, ha ricordato i momenti più significativi di questi cinquant'anni, sottolineando che, in ogni caso, nel futuro resterà «la banca della valle per la valle».



Riscaldare,  
cuocere o grigliare  
creando un'atmosfera accogliente.  
Hamex – un  
valore sicuro!



**HAMEX**  
Stufe • Camini

**Rivolgetevi al vostro esperto regionale oppure visitate la nostra esposizione stufe-camini a Littau/Lucerna.**

Orari di apertura:

da lunedì a venerdì dalle 8.00 alle 12.00 e dalle 13.30 alle 18.30

sabato dalle 9.00 alle 13.00

(il sabato è richiesta la prenotazione)

Hamex AG, Centro svizzero di stufe-camini, Grossmatte-Ost 2-4  
CH-6014 Littau-Lucerna, Telefono 041-250 71 71, Telefax 041-250 72 29

**Brucio di curiosità.**

**Volete inviarmi la vostra documentazione gratuita.**

Cognome

Indirizzo

Domicilio

Telefono

Internet [www.hamex.ch](http://www.hamex.ch), E-Mail [hamex@tic.ch](mailto:hamex@tic.ch)

Pan ital. 11/12/00



Design

# «È bello ciò che conferisce prestigio»

Il design acquista sempre maggiore importanza nei beni di consumo, nell'architettura e nell'arredamento della casa. Saper scegliere l'oggetto d'autore che meglio si addice all'uso quotidiano è però un'altra questione.

«A proposito di design non si può dire nulla, bisogna solo contemplare», ha recentemente affermato il famoso designer Flemming Bo Hansen. Nelle abitazioni private, gli oggetti d'autore sono ormai molto di moda. Gli specialisti progettano mobili da cucina e vasche da bagno dalle forme mai viste... Le automobili, i telefoni, gli spazzolini da denti, l'intero arredamento della casa (armadi, divani, lampade, sedie, tavoli ecc.), l'architettura e gli oggetti d'uso comune hanno forme e colori in linea con le nuove tendenze del design.

«Un oggetto è considerato di design, se porta la griffe di un designer famoso. Ecco il problema. Ma nella moda è sempre così», spiega Verena Huber, architetto d'interni del centro Dokumentation Wohnen (Documentazione abitare).

**Importante la funzionalità.** Gli esperti concordano sul fatto che il nome non basta per fare di un manufatto un oggetto di design. «La premessa è naturalmente la sua funzionalità. Se un oggetto non può essere usato, allora non lo considero di buon design», rileva Benedikt Loderer, critico d'architettura e redattore della rivista «Hochparterre». Anche Verena Huber parla di «idoneità all'uso», che spiega così: «La qualità del design di un oggetto si esprime nel fatto che le sue forme parlano un linguaggio conforme allo scopo per cui è stato creato».

Il grande vantaggio è che ognuno può verificare personalmente il requisito più importante, vale a dire la funzionalità dell'oggetto. Un tagliacarte, un divano o una scrivania hanno una struttura idonea al loro scopo? Oppure il tagliacarte d'autore è talmente senza filo e pesante, che per aprire le lettere si continua a preferire il coltello da cucina? O il costosissimo divano è così scomodo che gli ospiti si alzano bruscamente, lamentando un gran mal di schiena? E le sedie, i

davanzali e il pavimento dello studio sono costantemente ingombri di materiale d'ufficio, perché l'esclusiva scrivania non ha i cassetti e lo spazio sufficiente per sistemarvi tutte le carte?

**Quando l'oggetto diventa un classico.** L'aspetto estetico-formale è invece un po' più difficile da giudicare. Ma anche in questo caso è possibile indicare alcuni criteri di valutazione: «La questione principale è la durabilità dell'oggetto. E non solo guardando alla buona manifattura, resistente al logorio. È importante capire se quel design ha le qualità per sopravvivere al passare del tempo.

Esiste, infatti, un design che è solo l'espressione della moda del momento. Ma ci sono anche oggetti d'autore che durano nel tempo, diventando talvolta

dei classici. Loderer: «L'obiettivo del designer dovrebbe essere la creazione di un classico. L'ideale è realizzare qualcosa che continuerà ad essere prodotto anche tra cinquant'anni».

Quali esempi, Loderer cita alcuni classici indiscussi, come la Barcelona-chair, creata da Ludwig Mies van der Rohe negli Anni Venti, una comodissima poltrona dal design senza tempo. Oppure lo sbucciapatate Rex ideato da Alfred Newecker nel 1947, ormai indispensabile in ogni economia domestica per sbucciare, oltre alle patate, i cetrioli, gli asparagi ed altre verdure.

**Importante per l'uso quotidiano: una buona durata.** Nell'arredamento di una casa o di un appartamento è particolarmente importante tenere conto della durata nel tempo di forme e colori. Per una





**Prezzo ed esclusività sono determinanti negli oggetti e nei mobili di design.**

## Un piacere costoso

Il design esclusivo ha naturalmente il suo prezzo... e che prezzo! Una cucina, un divano o una lampada d'autore non sono alla portata di tutti i portafogli. Tuttavia, secondo Verena Huber, un buon design non deve necessariamente essere costoso e riservato a pochi eletti.

Per lei è molto più importante la funzionalità del manufatto, la forma capace di durare nel tempo (piuttosto che essere l'espressione della moda del momento), la possibilità di stabilire un rapporto con l'oggetto

scelto, che magari potrà anche diventare quello preferito.

E in definitiva, può anche essere consolante pensare che in materia di design non tutto deve necessariamente essere al top. Ci sono giovani artisti e designer che in un certo qual modo si distaccano dalle tendenze in auge, esercitando la loro creatività nei cosiddetti «prodotti riciclati» o «objets trouvés», oppure ispirandosi alla natura o a paesi lontani.

(jz.)



cucina, ad esempio, l'orizzonte di tempo considerato dai venditori, dagli architetti d'interni e dalle ditte specializzate è spesso limitato a circa un decennio. Scegliendo un buon design, vale tuttavia senz'altro la pena di prevedere un periodo ancora più lungo, riguardo alla forma e allo stile di elettrodomestici e mobili da cucina. Ovviamente questo vale soprattutto nel caso in cui la casa sarà abitata per lungo tempo dal proprietario, con la prospettiva di lasciarla in eredità alle generazioni seguenti.

«Gli stili che rispecchiano la moda del momento sono adatti per gli oggetti di uso comune, che hanno vita breve. Questa è anche la base del pensiero ecologico», afferma Verena Huber. Come regola generale, occorre tener presente che le linee molto appariscenti e le scelte di colore stravaganti hanno una natura effimera. Lo stesso discorso vale per quelle forme che sono solo l'imitazione di uno stile originale.

**Le tinte forti non sono per l'eternità.** Anche i toni sgargianti andrebbero usati solo laddove in un secondo tempo è relativamente facile apportare cambiamenti.

Questo vale, ad esempio, per la tinteggiatura di pareti e porte, ma non per il colore della vasca da bagno e dei lavabo. «Ciò che è destinato a durare un trentennio non dovrebbe seguire la moda del momento, sia nelle linee che nei colori», puntualizza Verena Huber.

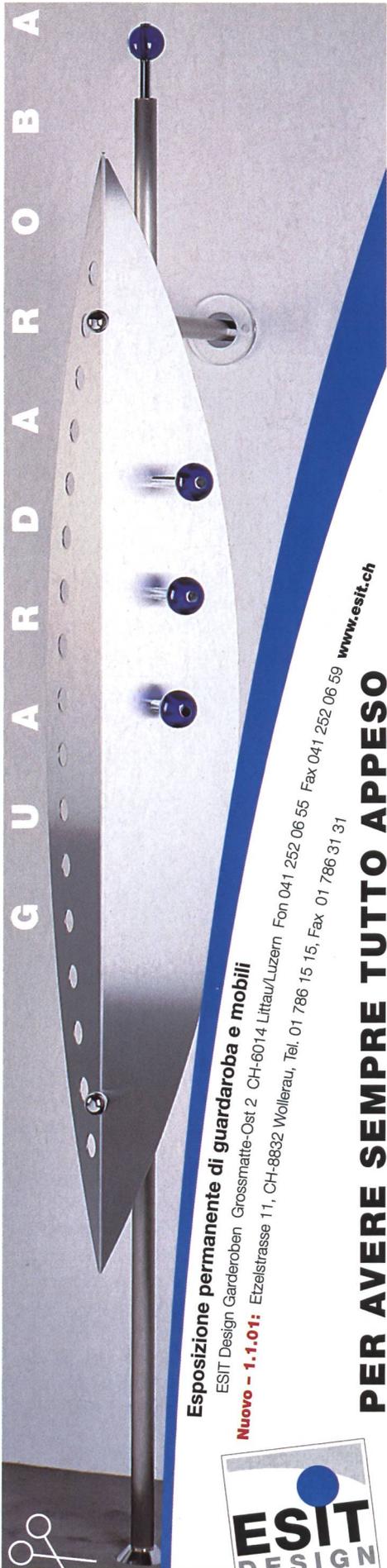
La scelta del design, dei colori e delle forme deve inoltre essere adeguata al luogo. Un posto che è sempre sotto gli occhi è poco indicato per ospitare oggetti molto appariscenti.

Nell'arredamento della casa ha naturalmente un ruolo decisivo anche il carattere e il gusto di chi la abita. Le persone esuberanti saranno inclini a scegliere forme e colori diversi dagli individui più riflessivi e propensi all'armonia.

**Il prestigio di un marchio di fama.** Non si può negare che prezzo ed esclusività siano determinanti negli oggetti e nei mobili di design. Il rapido avvicinarsi di forme e colori sempre nuovi – nella moda, nell'industria automobilistica e anche nell'arredamento della casa – può essere un buon argomento di vendita, dal punto di vista del produttore. E d'altronde, con l'acquisto di tali beni, spesso anche i consumatori desiderano esprimere un certo stile di vita, la loro identità o anche l'appartenenza a un determinato ceto sociale.

«È bello ciò che conferisce prestigio!», afferma Benedikt Loderer. «Il prestigio di una famosa griffe, o il nome di un noto designer, è uno dei motivi principali per cui il cosiddetto uomo della strada è indotto all'acquisto». Questo naturalmente non esclude che gli oggetti di design siano effettivamente belli e di alto valore estetico, e che piacciono davvero all'acquirente.

JÜRGEN ZULLIGER



**BUONO**  
Mandatemi la documentazione

Nome .....

Via .....

CAP/Località .....

Telefono .....

**Esposizione permanente di guardaroba e mobili**  
ESIT Design Garderoben Grossmatte-Ost 2 CH-6014 Littau/Luzern  
**Nuovo - 1.1.01:** Etzelstrasse 11, CH-8832 Wollerau, Tel. 01 786 15 15, Fax 01 786 31 31

[www.esit.ch](http://www.esit.ch)

**PER AVERE SEMPRE TUTTO APPESO**



# KÜNG SAUNA

costruzione propria marchio registrato

Tagliando per la documentazione

- Sauna finlandese
- Bio-sauna/BIOSA
- Sauna in blocco
- Sauna da costruire
- Bagno turco
- Idromassaggio
- Solarium
- Attrezzi fitness

Nome \_\_\_\_\_  
Via \_\_\_\_\_  
CAP/Località \_\_\_\_\_  
Telefono \_\_\_\_\_  
Pan \_\_\_\_\_

Küng AG Saunabau  
Obere Leihofstrasse 59  
CH-8820 Wädenswil  
Telefono 01/780 67 55  
Telefax 01/780 13 79  
info@kueung-sauna.ch

# TENTA

## UN EVENTO

AVVENTURA PURA NELL'ERA DELLO SPAZIO CIBERNETICO

Tenta propone tende «avventurose» in diverse forme e grandezze, che si prestano a grandi e piccole esperienze. I vostri ospiti potranno così vivere momenti insoliti!

TENTA AG 3415 Hasle-Rüegsau telefono 034 460 66 66 fax 034 460 65 50 global@tenta.ch



**Giovani e  
consumismo**



## Essere «in» a tutti i costi

Se c'è qualcosa che piace o è di tendenza, allora i giovani non badano a spese. Uno sguardo ai nostri ragazzi dimostra poi che anche la marca ha un ruolo fondamentale: si pensi alle varie Adidas, Reebok, Nike, Puma e via dicendo. Ma l'abbigliamento (sportivo) incide sul budget familiare.

«È tua questa giacca?» – «È della Nike? No, allora non è la mia». «Quelle scarpe sono della Reebok? Cosa costano?» Questi sono discorsi che, non di rado, si possono ascoltare al parco giochi, addirittura tra bambini di otto anni. Più tardi, nella pubertà, i ragazzini amano fare tappa nei centri commerciali, nei fast-food, nei negozi di musica, di computer o di abbigliamento.

**Chi sbaglia è out.** I ragazzi che vogliono essere in fanno tutto sulle scarpe o sui vestiti di marca, sul Nintendo o altri giochi al computer, sul videoclip da... sballo, sulle bici più... toste e sui... mitici snowboard. Gli uni parlano dell'ultimo modello di cellulare e di lettore CD; gli altri invece si trovano per fare una scorribanda nei reparti che vendono poster, nelle bigiotterie e nei negozi d'abbigliamento. Per essere integrati nel gruppo bisogna avere accessori e indumenti «giusti». Chi invece possiede lo zaino «sbagliato» o ha comprato il cellulare «sbagliato» o porta i jeans «sbagliati» è semplicemente out.

**Tentazioni del mondo dei consumi.** I giovani vengono affascinati dalle star ci-

nematografiche e della musica che ruotano attorno al mondo della pubblicità e dei consumi. Tutti i luoghi legati al consumismo sembrano avere sui giovani un effetto calamita. «Si tratta di ambiti che hanno un magnetismo particolare, che richiamano raduni spontanei dove si sente pulsare la vita», così descrive il fenomeno lo psicologo infantile Allan Guggenbühl. Spesso in queste aree commerciali si svolgono spettacoli che danno ai bambini e ai giovani la sensazione di farne parte. In questo modo potranno vivere gli eventi direttamente nel moderno tempio della civilizzazione o, meglio detto, tempio del consumismo.

Quali sono le marche importanti, spesso dipende dall'età. Guggenbühl conferma: «Ci sono dei momenti dove è di estrema importanza possedere una determinata cosa di marca». Ma si arriva anche al punto da isolarsi per conquistare una propria identità. L'altra possibilità è invece quella di opporsi e di ribellarsi al mondo del consumismo. Ci sono ad esempio giovani che si distanziano da una determinata marca ed altri che invece, l'adorano. Infine ci sono coloro che rifiutano tutto quello che ha a che fare con il consumismo o l'acquisto. >

Monete da collezione:  
un pezzo di storia fra le mani!

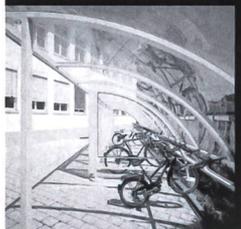


Da oltre 50 anni ci occupiamo dei collezionisti di monete in tutto il mondo:

- ▶ Monete dell'antichità, del medioevo e dell'era moderna fino al 1850 circa
- ▶ Medaglie
- ▶ Monete svizzere e medaglie fino al 1850

▶ Vendita, aste, stime, perizie, consulenza, acquisto di pezzi singoli e di intere collezioni

Münzen und Medaillen AG Basel, (Dr. Bernhard Schulte/Dr. Hans Voegtli),  
Malzgasse 25, Casella postale 3647, 4002 Basilea,  
telefono 061/272 75 44, fax 061/272 75 14



**velopa**

Velopa AG  
Binzstrasse 15, 8045 Zurigo  
Telefono 01-454 88 55  
Telefax 01-463 70 07  
E-Mail: marketing@velopa.ch  
Internet: www.velopa.ch

Care lettrici, cari lettori,  
se volete sapere quali sono i prodotti leader sul mercato delle  
tettoie e dei sistemi di parcheggio, esiste un unico indirizzo. Vi  
convinceremo!

**www.velopa.ch**

Soluzioni innovative per tettoie,  
sistemi di parcheggio e di bloccaggio.

**PROFILON**

Raccomandata dalla polizia contro lo scasso



L'alta protezione che non oscura i vostri vetri

Il vetro esistente viene rinforzato con uno speciale foglio di sicurezza

La soluzione intelligente per la protezione supplementare delle  
superfici in vetro

- sicura come il vetro di sicurezza laminato
- completamente trasparente grazie ad uno speciale metodo di lavorazione
- montaggio sul luogo effettuato da specialisti

**GALLI Sicurezza S.A.** Ugo Campoleoni  
6904 Lugano 6600 Locarno  
Tel. 091 / 973 50 50 Tel./ Fax 091 / 751 32 80  
Fax 091 / 973 50 55 Natel 079 / 326 95 31

Importeur:  
**ZEGLAS AG**  
5040 Schöftland  
Tel. 062 / 739 30 40  
Fax 062 / 721 13 65  
[www.zeglas.ch](http://www.zeglas.ch)

**NUOVO**

Primavera 2001

**Vacanze in Toscana  
con bicicletta da corsa**

Visitate il nostro sito Web e  
chiedete il nostro dépliant  
informativo

<http://www.veva.ch>

Email: [info@veva.ch](mailto:info@veva.ch)

Tel. & fax: 091 - 646.04.29

**VEVA vélovacances**

Via San Gottardo 53  
6877 Coldrerio



Foto: Maja Beck



**Quando le possibilità finanziarie erano ridotte.** «I giovani cercano, da una parte di entrare in società quali consumatori e dall'altra, dei punti di riferimento», spiega Guggenbühl. Potersi permettere l'articolo di marca, gli oggetti di design, gli ultimissimi CD o video, è da interpretare come un modo per essere accettati a pieno titolo nella società.

Un'altra questione è quella di capire perché le cose materiali rivestono una così grande importanza. Uno dei motivi risiede nel fatto che i giovani d'oggi crescono con tutt'altri parametri economici. Solo vent'anni fa le possibilità finanziarie erano molto più ridotte. La paghetta non era così in voga e al massimo si riceveva qualche spicciolo dai nonni o dagli zii.

**Il livello delle pretese è aumentato.** Può essere indicativo, per molti genitori, guardarsi allo specchio. Il consumismo e il materialismo, nell'attuale società, sono valori molto diffusi. Acquistare o consumare oggi non significa più solo garantirsi un'esistenza. Ad esempio, numerosi adulti non comprano l'automobile solo perché necessaria agli spostamenti, ma anche perché è uno status symbol. E un bell'orologio si porta al polso anche perché si guarda al prestigio.

«Nelle tre ultime generazioni l'alto livello delle pretese si differenzia di poco», sottolinea Rainer Wegmüller, responsabile del progetto di ricerca «Il clima psicologico in Svizzera», della Wegmüller Consulting. Oggi, infatti, i nonni, i loro figli e i figli dei loro figli hanno concetti simili dei valori, quali il consumo, il lavoro e il tenore di vita. Al contrario, la generazione che ha vissuto la guerra, a causa delle passate esperienze, è ancora influenzata da un comportamento di rinuncia e di umiltà.

**Genitori, quale comportamento?** Non si può negare che si stia vivendo in un mondo consumistico. Dal punto di vista dei genitori tutte le pretese e i desideri dei giovani possono anche essere causa di grandi problemi. I ragazzi devono avere o potersi comprare tutto? I genitori devono sempre fare sacrifici finanziari in nome della legge del consumismo? Se nel budget allestito per l'economia domestica, per l'abbigliamento sono previsti 200 franchi al mese, queste domande risulteranno superflue.

Inoltre, vi è anche da dire, che quello che i figli vogliono a tutti i costi – che siano vestiti o video – non sempre piace ai genitori. Per distogliere i figli da queste «moderne tentazioni» si può dunque cercare di entusiasmarli alla lettura di un buon libro o invogliarli a fare una gita tutti insieme.

**Fare opposizione.** «Nel periodo adolescenziale, il ruolo dei genitori o degli adulti, deve essere quello di fare opposizione», sostiene Allan Guggenbühl. Sta a loro manifestare la propria volontà, indignarsi e arrabbiarsi. Non è dunque sensato comportarsi con indifferenza e in modo neutrale o sentendosi in obbligo di capire ogni desiderio consumistico dei figli.

«Da una parte i giovani pongono delle barriere tra loro e i genitori, dall'altra, però, hanno bisogno di poter contare su di loro», spiega lo psicologo infantile. Nelle discussioni osservano le reazioni dei genitori e, di conseguenza, si sentono presi sul serio.

**Guadagnarsi i soldi.** Cosa succede quando i genitori sono troppo permissivi? «Si sviluppa un comportamento di pretesa dove tutto è dovuto e dove le cose

devono sempre essere all'ultima moda: nuove scarpe e nuovi vestiti», afferma Guggenbühl. Lo psicologo pensa che il problema vi sia soprattutto quando i giovani vengono abituati a non dover mai pagare di tasca loro ciò che pretendono. Anche quando i genitori stabiliscono una paghetta per i loro figli, la dipendenza finanziaria continua a persistere. Il conseguente comportamento d'acquisto dei ragazzi dipende ovviamente dalla possibilità economiche dei genitori. La paghetta regolare può rivelarsi un'arma a doppio taglio, poiché i figli la considerano una somma dovuta. E che i genitori, debbano lavorare per offrire questo argent de poche, per i figli spesso resta un aspetto astratto.

Guggenbühl è perciò dell'avviso che i giovani debbano avere già molto presto l'opportunità di guadagnarsi i propri soldi. Quando il fine settimana di snowboard o l'acquisto di abiti firmati sono in relazione al lavoro e allo sforzo individuale, il consumo assume un'importanza diversa ed è un passo verso un'indipendenza effettiva. Con questo Guggenbühl non mette in discussione la protezione dei fanciulli e il divieto al lavoro minorile. Secondo lo psicologo, qualche lavoretto ogni tanto può aiutare il giovane a capire come gestirsi e ad abituarsi al ruolo di membro a pieno titolo della società.

JÜRIG ZULLIGER

# SIEMENS

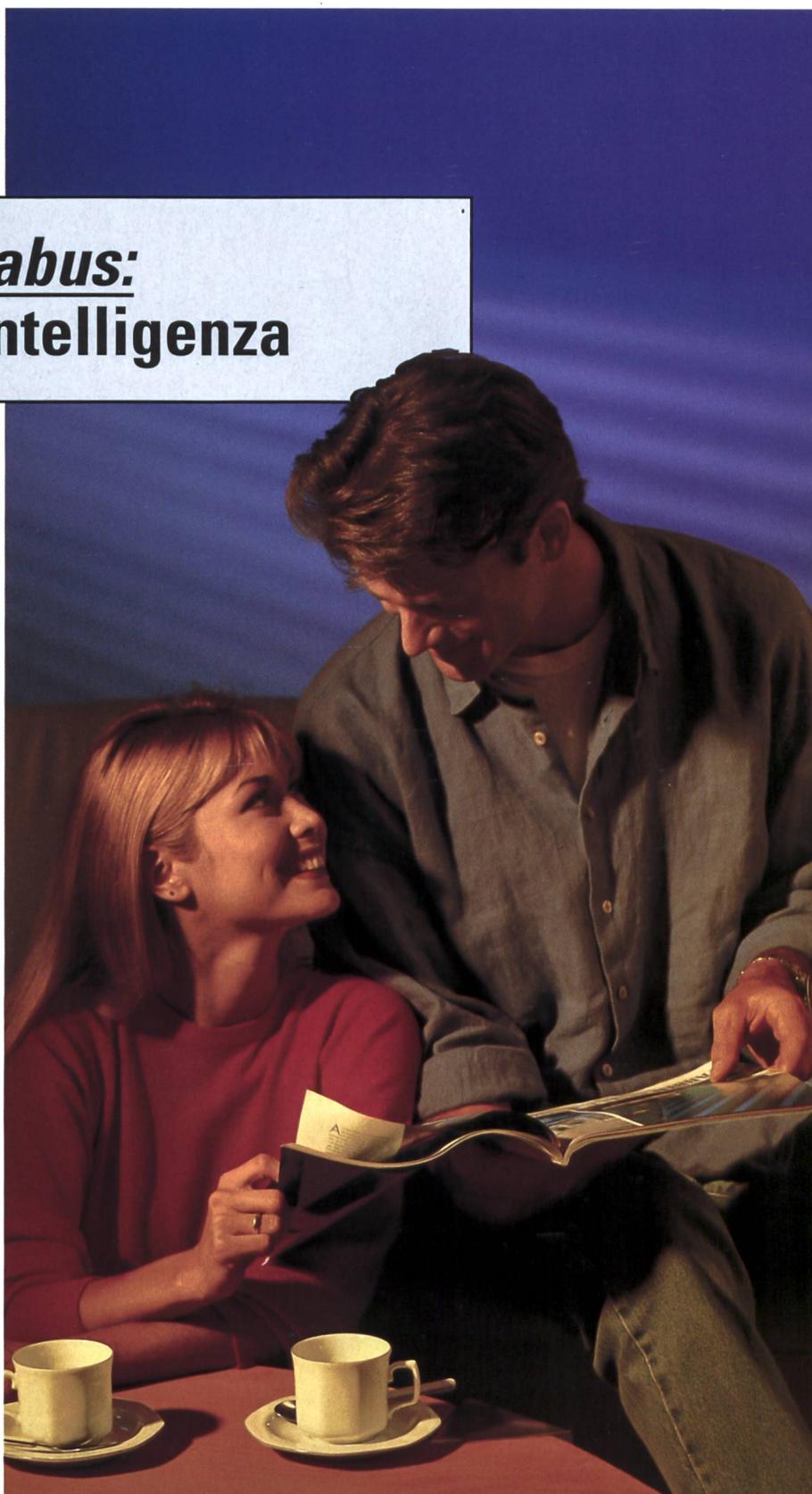
## Siemens *instabus*: Abitare con Intelligenza

Prima c'era molto da fare: controllare se il garage era chiuso, il lucernaio serrato, il riscaldamento regolato, le luci spente, la lavatrice in funzione e le porte di casa chiuse. E, e, e .....

Oggi è sufficiente premere un pulsante grazie a Siemens *instabus*. Questo sistema è sinonimo di comodità e sicurezza, requisito particolarmente importante ai nostri giorni! Installate perciò Siemens *instabus*. Il sistema viene montato insieme all'impianto elettrico ed aiuta a risparmiare per es. fino al 30% sui costi di riscaldamento.

Abbiamo suscitato il vostro interesse? Per ulteriori informazioni dirette rivolgetevi alla

Siemens Svizzera SA  
Centro Nord/Sud 2  
6934 Bioggio  
Tel. 091-610 77 77  
[www.siemens.ch/ad](http://www.siemens.ch/ad)





E-commerce

# La mia azienda è su Internet!

E-commerce era la parola d'ordine del 1999. Il commercio con la e minuscola sembrava aver soppiantato la parolina magica WWW.



Il bilancio è deludente: sono meno del 20 per cento le aziende svizzere che effettuano operazioni commerciali via Internet. Non per questo si può concludere che la rete delle reti non sia presa sul serio. Quattro imprese su cinque gestiscono una homepage della prima generazione. Ciò significa che sono presenti e reperibili in Internet, ma non offrono alcuna possibilità di effettuare transazioni o di ordinare prodotti.

**Non è mai troppo tardi.** La maggior parte delle risorse in termini di personale sono state impiegate nel 1999 per un passaggio indolore all'anno 2000, motivo per cui molti progetti di e-commerce si trovano ancora nella fase progettuale. Uno studio mostra tuttavia che entro l'anno 2002 nel nostro Paese saranno investiti circa due miliardi di franchi e che già a partire dal prossimo anno si dovrebbero poter realizzare i primi fatturati di una certa entità conseguiti online.

«Non è mai troppo tardi» è il motto ora in voga. Se alcune imprese lamentano ancora una carenza di personale qualificato nel settore IT, per altre, soprattutto piccole e medie imprese, l'evoluzione tec-

nologica sta procedendo a ritmi troppo incalzanti. Da una parte esiste una forte pressione agli investimenti, mentre dall'altra manca spesso il know-how. Oppure alcune aziende si ritrovano a dover ottimizzare i processi al loro interno, prima che possa entrare in considerazione un'integrazione nelle applicazioni di Internet.

Ciò nonostante, oltre un terzo delle imprese intendono sfruttare il nuovo canale di vendita, anche se le PMI si mostrano più restie che non le grandi aziende. Si parla in proposito di «business to consumer», vale a dire operazioni commerciali tra ditte e clienti.

**Il cliente è sacro.** Ma andiamoci piano: spesso ci si dimentica dell'essenziale, il cliente. Quali sono le esigenze della clientela nei confronti di un'azienda? I clienti sanno usare questo medium o sono pronti a concludere affari virtualmente? A questo punto si apre un grande divario tra coloro che utilizzano Internet regolarmente e coloro che non dispongono nemmeno di un accesso al web.

Internet non sostituirà, per esempio, nessuno sportello bancario in grado di offrire una consulenza personalizzata. Per contro, potrà dispensare quest'ultimo da compiti che può svolgere online, lasciandogli più tempo a disposizione per dedicarsi ai clienti che necessitano di una consulenza. In realtà, l'idea del WWW non è di sostituire i processi esistenti, ma piuttosto di riorganizzarli e completarli.

**Anzitutto la comodità.** Più una cosa è comoda, più spesso verrà utilizzata. Molto gettonate sono le informazioni contenute nell'elenco telefonico: è senz'altro più comodo chiedere online un numero di telefono o un indirizzo che prendere in mano l'elenco, oltre al fatto che generalmente non si hanno a disposizione tutti gli elenchi esistenti. Altro oggetto di in- >

Foto: B&amp;S

# Energie rinnovabili



*Impianto solare termico*

*Impianto fotovoltaico*

*aerazione controllata*

*La vostra qualità di vita è la nostra filosofia*

Una soluzione economica e ecologica per ottenere  
una abitazione comoda.

Non esitate a prendere contatto con noi.

ERENA Sàrl, Impasse des Chênes 8, 1784 Courtepin (FR)  
Tel. 026-684 31 30, fax 026-684 31 04, e-mail: [erena@datacomm.ch](mailto:erena@datacomm.ch)

terrogazione sono le previsioni del tempo: invece di chiamare un numero di servizio di Swisscom, di sfogliare il quotidiano del giorno prima o magari di aspettare ogni sera il telegiornale, basta connettersi e navigare.

Messaggi SMS gratuiti, i numeri del lotto, appartamenti, posti di lavoro o gli ultimi risultati del campionato di tennis: i servizi che si possono ottenere online con poca spesa sono già ampiamente utilizzati. Non c'è quindi alcun motivo per cui un'impresa non debba mettere a disposizione dei clienti i principali servizi su Internet.

**Non dipendere dagli orari di apertura.** Al secondo posto si trova l'infinita disponibilità di questi servizi, il che significa non dover dipendere dagli orari di apertura. Il web serve proprio a questo: a ricevere le ordinazioni a prescindere dall'orario di presenza del personale e a permettere ai clienti di curiosare nell'assortimento, senza dover sfogliare cataloghi patinati molto onerosi. Le domande più frequenti in relazione a prodotti, condizioni e servizi trovano risposta sulla homepage, snellendo il lavoro di segretariato o la hotline. I vantaggi non mancano.

**Aspetti legati alla sicurezza.** I maggiori ostacoli per clienti e imprese sono tuttavia gli aspetti legati alla sicurezza. Le priorità dell'impresa riguardano la protezione dei dati, la sicurezza nell'ambito dell'infrastruttura tecnica e la chiara identificazione del cliente. L'interesse del potenziale cliente è invece incentrato sulle transazioni online e le modalità di pagamento.

Purtroppo non si è ancora affermato uno standard sicuro per il pagamento mediante le carte di credito o di debito. È vero che talvolta è possibile pagare con carta di credito, ma i dati che figurano sulla stessa vengono sovente trasmessi senza essere stati codificati. Il rischio che qualcuno se ne impossessi durante la trasmissione e ne abusi è tuttavia relativamente piccolo, anche se spesso si tende ad ingigantirlo.

**Rimane pur sempre un certo rischio.** Nella maggior parte dei casi non si parla del rischio di cui sono oggetto i fornitori. Che cosa accade con i dati che figurano sulla vostra carta di credito, in altre parole con il numero e la data di scadenza? Probabilmente vengono registrati in una banca dati o iscritti in qualche altra forma presso il venditore. Se si pensa che l'80 per cento dei danni subiti nel settore informatico trova origine all'interno del-

l'azienda, sia pure per negligenza che non per cattive intenzioni, si può capire perché i clienti mostrino una certa reticenza nei confronti dei pagamenti online tramite carta di credito.

Questi fattori illustrano molto bene l'attuale situazione dell'e-commerce in Svizzera: i negozi che offrono soluzioni per fare acquisti con un sistema di pagamento sicuro e integrato non sono molti; fra questi figura per esempio quello messo a punto da SET (www.set.ch). La maggior parte dei fornitori continua ad avvalersi delle tradizionali forme di pagamento mediante fattura o contro rimborso.

**Il proprio shop in rete.** Soprattutto le piccole e medie imprese non possono permettersi di investire grosse somme nello sviluppo di soluzioni individuali per lo shopping online. A questo proposito si sta tuttavia delineando una chiara tendenza: o si decide di acquisire un software standardizzato che consente la gestione e l'assistenza del negozio anche senza disporre di conoscenze specifiche nella programmazione oppure si noleggia uno shop presso un fornitore hosting.

Essenzialmente tutti i negozi virtuali contengono un catalogo degli articoli che si possono ordinare, un carrello per riporvi la merce fino all'ordinazione defi-

nitiva e il calcolo della somma spesa, nonché una carrellata su modalità e condizioni di pagamento. Il prezzo di un'applicazione di questo tipo si situa tra poche centinaia ed alcune migliaia di franchi. Non sarà forse il meglio che si possa sperare, ma si tratta pur sempre di qualcosa di valido per lanciarsi in questa impresa.

**Piattaforma per attività di marketing.** Benché l'euforia iniziale per Internet sia un po' svanita, non si può dire che la fase pionieristica dell'e-commerce sia ormai superata, prima ancora che abbia preso avvio. Una pausa nella corsa al Web e la vasta scelta di soluzioni shop standardizzate offrono a molte imprese buone possibilità di immergersi nel mercato. I clienti non vi assilleranno con visite frequenti, ma si abitueranno pian piano alle nuove possibilità di fare acquisti.

Nel frattempo si armonizzano i processi in seno all'azienda, e il feedback dei clienti potrebbe fungere da valido spunto per ulteriori sviluppi. Informate i vostri clienti, direttamente via Internet o newsletter, su nuovi prodotti, promozioni e sconti. Poiché uno shop virtuale è nel contempo anche una nuova piattaforma per far decollare un'attività di marketing.

RALPH HUTTER



**Tramite Internet si possono informare i clienti in modo rapido e diretto su nuovi prodotti, promozioni e sconti.**

## Info

Links di fornitori di shops:

- www.abacus.ch
- www.winware.ch
- www.3d3.com
- www.alvente.com
- www.weboffice.ch
- www.ishop.ch
- www.databecker.de
- www.easysshop.ch
- www.easymarket.de
- www.hybris.de
- www.iares.ch



**49.-**

**Buon umore...  
...anche quando piove**

Tutti gli ombrelli con  
stampa esclusiva  
e apertura automatica,  
manico nero  
Ø ca. 100 cm.



anche per bambini



**29.-**  
bambini



anche per bambini

**SI, ORDINO:**

Ombrelli "Art Collection"  
Ø ca. 100 cm.

Quantità			Prezzo
A	649.445.PAI	éléfanti	49.-
B	649.446.PAI	mastino	49.-
C	649.407.PAI	husky	49.-
D	649.419.PAI	gatti	49.-
E	649.414.PAI	cavalli	49.-
F	649.431.PAI	delfino	49.-

Ombrelli "Art Collection" bambini Ø ca. 88 cm.

A	549.631.PAI	delfino	29.-
E	549.614.PAI	cavalli	29.-

Nome \_\_\_\_\_

Cognome \_\_\_\_\_

Via, no. \_\_\_\_\_

CAP/Località \_\_\_\_\_

Firma \_\_\_\_\_

Tel. \_\_\_\_\_ PAI 11/00

Invio contro fattura più le spese di spedizione,  
pagabile entro 20 giorni.  
 Desidero ricevere gratuitamente il nuovo catalogo  
Angela Bruderer. Spedire il tagliando a:

**Angela Bruderer SA** casella postale 1253  
8401 Winterthur





**Tradizionale appuntamento d'autunno: il Corteo della Vendemmia di Lugano.**

**Tempo di castagne un po' ovunque.**

**Manifestazioni d'autunno**

# Festeggiando uva e castagne

Trascorsa la stagione degli open-air, dei cinema all'aperto, delle feste campestri, ecco quella delle feste dell'uva e delle castagnate. L'autunno ticinese è punteggiato un po' ovunque da manifestazioni che ricordano il nostro passato rurale.

«**U**tobar l'è bell, se 'l fen l'è in casina e ul vin in dal vasell». «Par San Martin sa paga i ficc e sa pröva al prim vin...». Questi proverbi popolari dialettali ben sottolineano ciò che è stato il passato rurale del nostro cantone. Angelo Frigerio, il popolare «sciur maestro» ha pubblicato qualche anno fa un libro per le Edizioni Giornale del Popolo dal titolo «I giorni della terra»: mese dopo mese, Frigerio ricorda gli avvenimenti importanti della civiltà contadina, distribuendo preziosi consigli su cosa fare nell'orto, in giardino, nel frutteto, nel vigneto... Un piccolo manuale, un'antologia per restare attaccati al Ticino dei nostri padri e nonni.

**Vendemmia e dintorni.** Scrive Frigerio: «Ottobre, di regola, è il mese della Vendemmia, anche se, talvolta, si inizia a fine settembre. È l'avvenimento più importante dell'autunno rurale; un tempo concludeva la fatica del vignaiolo nella festosa cornice dei canti della vendemmia e con la pigiatura tradizionale, con i piedi, da parte dei più giovani, nei tini posti su carri allora tirati dai buoi. Oggidì la vendemmia, spogliata dai riti e dalla cornice georgica che l'accompagna, risulta più «meccanica», un po' sciatta, condizionata come è da mete e da gradi e dai limiti quantitativi per metro, anche se, eccezionalmente, qua e là può ancora

capitare di avvertire lungo i filari qualche timido canto vendemmiale...».

Che sia anche la nostalgia per quei tempi andati, che a furor di popolo, dopo diversi anni di silenzio, è stato resuscitato il corteo della vendemmia di Lugano? Nonostante la pioggia che è caduta copiosa, la festa luganese, con i celebri grottini nelle piazze e il grande corteo si è svolta anche quest'anno davanti ad un pubblico delle grandi occasioni che ha così potuto festeggiare, brindare e gustare le nostre tradizioni. Il salotto cittadino si è trasformato in uno scenario coreografico di colori e sapori ticinesi, di musica folcloristica per una grande celebrazione dell'uva e della vendemmia.

**Feste dell'uva.** Che, ad ogni modo, non è di solo appannaggio luganese. Anche Mendrisio ha la sua Sagra dell'uva, le cui origini risalgono agli anni della Seconda Guerra mondiale come festa prettamente rurale dove gli agricoltori e viticoltori della regione espongono i loro prodotti. Negli anziani è ben viva la memoria di quel periodo in cui i contadini facevano a gara per avere l'uva migliore e vincere l'ambito premio. Il tramonto della vita rurale, il «trasloco» dal Mercato coperto alle corti del Borgo e la creazione del mercatino, hanno contribuito a trasformare la Sagra in una festa capace di coinvolgere tutta la regione. L'ultimo weekend di



settembre le vie e le corti di Mendrisio si animano e diventano ritrovi per gustare piatti nostrani e sorseggiare del buon vino. Anche a Locarno-Monti si festeggia da 55 anni la Festa dell'uva con giornate popolari caratterizzate dal mercatino, dalla musica, da una cena e un pranzo in comune e da giochi. Gli ingredienti giusti, insomma, per onorare la vendemmia.

Foto: Rémy Steinegger

**Tempo di castagne.** Ma l'autunno è anche tempo di castagne e castagnate. Scrive Frigerio, ricordando i tempi in cui era bambino: «...Noi ragazzi si rientrava perché le mamme o i nonni preparavano per questa ricorrenza dei Morti le bruciate («i mundell»): si consumavano le fragranti castagne con i famigliari, accompagnate da qualche bicchiere di vinello appena svinato. A noi ragazzi, come dice il Pascoli, nel bicchiere della madre ce ne concedevano un dito...Una parte delle bruciate, poi, dopo averle sbucciate, si lasciavano in un piatto perché – ci si diceva – nottetempo le avrebbero gustate i «poveri Morti»...». Chi possiede il caminetto e la padella adatta, può ancora oggi preparare le caldarroste in casa. Ma i più acquistano le bruciate in piazza, nelle tradizionali bancarelle che di questi tempi sorgono un po' ovunque. E chi, invece, desidera un'atmosfera festaiola può frequentare una delle tante castagnate organizzate in numerosi villaggi e piazze ticinesi. Scorrendo i quotidiani, durante il mese di ottobre, si scopre che è davvero il «tempo delle castagne» come a Brissago viene ad esempio chiamata la festa in onore di questo gustoso frutto. Anche sbucciare e mangiar castagne in compagnia può infatti rivelarsi un semplice ma piacevole modo di trascorrere qualche ora di buon umore.

**LORENZA STORNI**

# IL VERO BENESSERE AD ACQUA



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



Via S. Franscini 26, 6850 Mendrisio  
Tel. 091 646 07 36, fax 091 646 07 40, [www.conpiacere.ch](http://www.conpiacere.ch)



**Musei svizzeri.**

In occasione dei 100 anni di fondazione, le Banche Raiffeisen offrono ai loro clienti un interessante e prezioso regalo. Chi possiede una carta EC- o una Eurocard-Mastercard Raiffeisen, può entrare gratuitamente

e senza limiti con cinque bambini in 250 musei affiliati alla fondazione Passaporto Musei Svizzeri. La nuova serie Panorama vi aiuterà a pianificare le vostre escursioni familiari.

**Tema «Natura»**

# Dai voraci insetti stecco alle giraffe africane

Una specie davvero particolare è quella dei musei naturali. Da una parte presentano esposizioni speciali, permanenti e attrattive sul vasto e ampio tema «natura», dall'altra sono anche centri di col-

lezione e di ricerca per la scienza e per la formazione. Ve ne presentiamo sei che potrete scoprire con tutta la famiglia!

**SUSANN BOSSHARD-KÄLIN**

**Museo cantonale di storia naturale, Lugano**



Il Museo di storia naturale è stato aperto a Lugano nel 1979 nelle vicinanze del Parco Ciani e del lago. Dispone di una considerevole collezione di fossili, rocce e minerali, come pure di fauna e di flora provenienti da tutto il Ticino che si possono ammirare in grandi vetrine e diorami. La vera peculiarità del Museo è la ricca esposizione micologica.

Il Museo espone un'ampia collezione di 200 000 oggetti botanici, micologici, zoologici, paleontologici e mineralogici.

**Sotto i riflettori 2000.** Fino alla fine di dicembre: «Ritrovamenti fossili del Monte San Giorgio».

**Orari d'apertura:**  
ma-sa 9-12 e 14-17.

Museo cantonale di storia naturale,  
Viale Cattaneo 4,  
Palazzetto delle Scienze,  
6900 Lugano,  
tel. 091/ 911 53 80,  
fax 091/ 911 53 89.

**Museo di storia naturale, La Chaux-de-Fonds**



Nell'edificio principale della Posta di La Chaux-de-Fonds, di fronte alla stazione, si trova il Museo di storia naturale situato su tre piani. È un affascinante percorso per grandi e piccini attraverso il mondo animale africano. Si possono ammirare antilopi, giraffe, scimpanzé e zebre, ovviamente imbalsamati. Il giovane elefante indiano apparteneva, tempo fa, all'Hagenbeck Zoo che si trovava a La Chaux-de-Fonds poco prima che scoppiasse la Prima Guerra Mondiale.

Pure la fauna marina e i molluschi hanno trovato qui il loro posto, come anche tantissimi animali imbalsamati delle nostre regioni. Anche l'ultimo lupo (1845) proveniente dal cantone neocastellano è esposto nel museo. Da non dimenticare l'okapi, ambientato nel diorama della giungla.

**Sotto i riflettori 2000.** Fino al 28 gennaio: «Nature d'artistes, 3e», La natura vista con gli occhi di artisti naturalisti (acquarelli, litografie, opere in legno, sculture, foto e disegni). Proiezioni ciné-nature il 6 dicembre alle 14.30, 16 e 20.30.

**Orari d'apertura:**  
ma-sa 14-17, do 10-12 e 14-17.

Museo di storia naturale,  
Avenue Léopold-Robert 63, Hôtel des Postes,  
2300 La Chaux-de-Fonds,  
tel./fax 032/ 913 39 76, e-mail: mhnc@ne.ch

**Museo di storia naturale, Olten**



Al pianterreno del museo si possono ammirare un cranio e le enormi zanne ricurve di un mammut che furono ritrovati nel XX secolo nelle vicinanze della stazione di Olten. Anfibi, rettili, pesci e uccelli indigeni vengono mostrati nel loro habitat naturale. Chi indovina di che uccello si tratta, ascoltando il canto emesso dall'apparecchio automatico?

In uno dei terrari vive una specie vorace di fasmidi (insetti stecco) che si distingue appena dalle foglie. Filmati video completano l'offerta.

**Sotto i riflettori 2000.** Fino al 30 dicembre: «Ammoniti e belemniti – sulla vita delle seppie preistoriche».

**Orari d'apertura:**  
ma-sa 14-17, do 10-12 e 14-17.

Museo di storia naturale Olten,  
Kirchgasse 10,  
4600 Olten,  
tel. 062/ 212 79 19,  
fax 062/ 212 79 27,  
e-mail: naturmuseum@stadt.oltten.ch,  
internet: www.naturmuseum-oltten.ch

Foto: Museo cantonale di storia naturale

Foto: Museo di storia naturale

Foto: Museo di storia naturale

Museo di storia naturale,  
Friburgo



Museo di storia naturale,  
San Gallo



Museo di storia naturale,  
Lucerna



Come si è evoluta la vita sul nostro pianeta negli ultimi 540 milioni di anni? La risposta a questa domanda si può trovare, passo dopo passo, nella «Sala della storia della Terra» del museo friborghese. I «diorami degli uccelli» espongono 120 specie ornitologiche indigene nel loro habitat naturale. Nella «sala di geologia» si possono ammirare il torace di un lamantino risalente a 30 milioni di anni fa e la ricostruzione di un cranio del tirannosaurus Rex.

Tutto il museo è accessibile anche ai disabili. Nel giardino botanico si può sostare per un pic-nic. Il museo dispone inoltre di una biblioteca pubblica, di un servizio di prestiti alle scuole, e di una «stazione di cura» per animali selvatici malati.

**Sotto i riflettori 2000.** Fino al 19 novembre «Affascinante migrazione d'uccelli». Dal 4 novembre al 18 febbraio «I nostri terreni».

Orari d'apertura:  
Ogni giorno dalle 14 alle 18.

Museo di storia naturale Freiburg,  
Chemin du Musée 6,  
1700 Friburgo,  
tel. 026/ 300 90 40,  
fax 026/ 300 97 60,  
internet: www.fr.ch/mhn

Arte e natura a braccetto. Nel museo di storia naturale di San Gallo l'attenzione viene catturata dal famoso quadro di Ferdinand Hodler, posto dietro la lepre. Il paesaggio raffigurato da Hodler riproduce fedelmente l'habitat naturale tipico di questo animale. Anche i felini più grandi del mondo, come la tigre Amur proveniente dalla regione dell'Ussuri, nell'Asia orientale, alla frontiera russo-cinese, si possono ammirare nel museo. Paesaggi e mondo animale di queste regioni discoste vengono presentati in modo coinvolgente. Nell'area espositiva dedicata alla paleontologia si può osservare anche un anatosauo.

Presentazioni video, caffetteria e locale lettura con tantissime riviste, accolgono i visitatori tra i 6 e i 99 anni.

**Sotto i riflettori 2000.** Fino al 31 dicembre: «Uova di serpente e lingue di drago». Fossili in medicina popolare e in magia. Dal 3 novembre: «La lince – cacciatrice dalle zampe felpate». Dal 18 novembre: «Tutto in movimento – avanzare nella natura e nella tecnica».

Orari d'apertura:  
ma-sa 10-12 e 14-17, do 10-17.

Museo di storia naturale San Gallo,  
Museumstrasse 32,  
9000 San Gallo,  
tel. 071/242 06 70,  
fax 071/242 06 72.

La forza del museo di storia naturale di Lucerna sta nelle esposizioni di animali vivi e nella possibilità di poter toccare numerosissimi oggetti. Il cartello «Non toccare» qui non esiste. Si possono tastare pietre, fossili e tronchi d'albero, accarezzare animali imbalsamati e premere i tasti del computer per soddisfare le proprie curiosità.

Le diverse sale sul tema «natura», distribuite su due piani, riguardano: geologia, mineralogia, archeologia, zoologia, botanica, acqua, aria e mondo animale e vegetale. Sognate un giaguaro? Troverete nella vasta gamma di imbalsamati – dalla coccinella al giaguaro – ciò che fa al caso vostro. Il museo, infatti, offre la possibilità di noleggiare animali per, ad esempio, allestire una vetrina. È a disposizione anche una biblioteca con oltre 5000 libri e 300 riviste specializzate.

**Sotto i riflettori 2000.** Fino al 3 dicembre: Vivere sulle sponde di un fiume (esposizione fotografica). Dal 18 novembre al 16 aprile: «Con i sensi – riconoscere ed affrontare natura e tecnica».

Orari d'apertura:  
ma-sa 10-12 e 14-17, do 10-17.  
Su richiesta visite guidate  
(con curiosità dietro le quinte)  
e aperitivo.

Museo di storia naturale Lucerna,  
Kasernenplatz 6,  
6003 Lucerna,  
tel. 041/ 228 54 11,  
fax 041/228 54 06,  
e-mail: luzern@naturmuseum.ch,  
internet: www.naturmuseum.ch

Nel prossimo Panorama leggerete

**Cooperative oggi.** Le Banche Raiffeisen già da 100 anni sono organizzate quali cooperative. «Panorama» illustra come le cooperative sono oggi strutturate e quali sono le loro funzioni.

**Due nuove serie.** Nel primo numero del prossimo anno prenderanno il via sulla nostra rivista due nuove serie: «La vostra salute» e «Famose tradizioni svizzere».



Raiffeisen e «Panorama» su Internet:  
[www.raiffeisen.ch](http://www.raiffeisen.ch)

# Preziose come i ricordi.



**LUMEN CHRISTI. La Luce di Cristo.**  
Simbolo della vita.



**MESSIAS. 2000 anni di cristianesimo.**  
La moneta dell'Anno Santo.



**PAX IN TERRA. Simbolo della pace.**  
La pace è un dono.

	Lega	Peso	Valore nominale	
Moneta d'oro	0,900	22,58 g	100 franchi	Moneta in grandezza originale
Moneta d'argento	0,835	20,0 g	20 franchi	

## Monete per ricordare. Monete da regalare.



Quali sono le cose a cui date più valore nella vita? La famiglia? Il lavoro? L'amore? La fede? Tutti doni che riceviamo giorno dopo giorno ma che noi a nostra volta non possiamo donare, se non sotto forma di simboli che le facciano vivere oltre il tempo. Simboli come le monete commemorative di *swissmint*: capolavori raffinati, preziosi e senza tempo che nascono dalla mano di artisti e incarnano il patrimonio culturale e spirituale svizzero. Le monete sono coniate da *swissmint*, la zecca ufficiale della Confederazione svizzera, marchio di serietà e qualità svizzera. Fate un regalo diverso, un regalo che vale, un regalo che rimane. Oggi, domani, sempre.



### ORDINAZIONE

Riservi le monete commemorative «2000 anni di cristianesimo».

**Numero** **Prezzo/pezzo**

**LUMEN CHRISTI. La Luce di Cristo.**  
Moneta d'argento da 20 franchi

Conio normale fr. 20.- esente da IVA  
 Fondo specchio in astuccio fr. 50.- IVA compresa

**PAX IN TERRA. Simbolo della pace.**  
Moneta d'argento da 20 franchi

Conio normale fr. 20.- esente da IVA  
 Fondo specchio in astuccio fr. 50.- IVA compresa

**PAX / LUMEN**  
Monete d'argento da 20 franchi

Fondo specchio in astuccio doppio fr. 100.- IVA compresa

**MESSIAS. 2000 anni di cristianesimo.**  
Moneta d'oro da 100 franchi

Fondo specchio in astuccio fr. 550.- esente da IVA

Le spese di porto e di spedizione vengono fatturate separatamente.

Cognome: \_\_\_\_\_

Nome: \_\_\_\_\_

Via: \_\_\_\_\_

NPA / Località: \_\_\_\_\_

Data: \_\_\_\_\_

Firma: \_\_\_\_\_

Compili il presente modulo e lo invii a:  
 swissmint, Bernastrasse 28, CH-3003 Berna  
 E-mail: Marianne.Balmer@efv.admin.ch

# Con noi per nuovi orizzonti



**Termine di sottoscrizione: dal 1° al 14 novembre 2000**

## **p.es. con il nuovo fondo Raiffeisen US Dollar Obli.**

Se in tema d'investimenti la sicurezza vi sta a cuore, vi conviene prediligere le obbligazioni, all'insegna della massima solvibilità. Tuttavia, se non siete disposti a rinunciare a rendimenti superiori alla media, il mercato in dollari statunitensi vi consente di beneficiare di quella crescita che franco svizzero ed euro non offrono. Con il nuovo fondo Raiffeisen US Dollar Obli apriamo nuovi orizzonti su questa interessante piazza finanziaria a tutti gli investitori orientati verso il lungo termine. Siamo lieti di consigliarvi personalmente.

[www.raiffeisen.ch](http://www.raiffeisen.ch)

**100** JAHR  
ANS  
ANNI  
**RAIFFEISEN**

Il fondo Raiffeisen US Dollar Obli è un fondo parziale del Raiffeisen Schweiz (Luxemburg) Fonds SICAV di diritto lussemburghese. Le sottoscrizioni avvengono solo in base all'attuale prospetto di vendita allegato all'ultimo rapporto annuale o semestrale. La documentazione può essere richiesta gratuitamente presso l'Unione Svizzera delle Banche Raiffeisen, Vadianstrasse 17, 9001 San Gallo, presso la Bank Vontobel AG, Bahnhofstrasse 3, 8022 Zurigo o presso la sede sociale del Raiffeisen Schweiz (Luxemburg) Fonds, 6D Route de Trèves, L-2633 Senningerberg.