

Espoprofessioni 2018 a Lugano

# Riflettori sulla nostra categoria

Dal 5 al 10 marzo si è svolta la tredicesima edizione di Espoprofessioni presso il Centro Espositivo di Lugano. Manifestazione che propone una panoramica delle professioni esistenti in Ticino e in Svizzera.



Lo stand della SMPPC: da sinistra l'apprendista Anna Madrigali con Maurizio Clemente e Francesco Marangi.

In questi sei giorni la Società Mastri Panettieri Pasticcieri Confettieri del Canton Ticino ha presentato la formazione nel ramo della panetteria-confetteria per i settori della produzione e della vendita.

## Domande ricorrenti

Lo stand è stato animato grazie alla presenza di apprendisti e professionisti che hanno potuto rispondere alle domande più ricorrenti: come si

accede alla formazione, quali requisiti servono, la durata, dove si trova la scuola e come fare a trovare un posto d'apprendistato.

## Non solo informazioni

Studenti, insegnanti e genitori hanno avuto anche la possibilità di svolgere delle attività: modellare soggetti in marzapane, intrecciare, sprizzare biscottini, fare decorazioni con il cornetto e molto altro. I vari

tipi di pane, salatini, biscottini, cakes e cioccolatini prodotti nello stand sono stati offerti come degustazione con grande apprezzamento del pubblico.

## Interesse

L'auspicio, per chi ha potuto visitare lo stand della SMPPC, è quello di aver potuto creare un interesse per intraprendere una formazione nel nostro settore.

## Ringraziamenti

Sono dovuti al Dipartimento dell'educazione, della cultura e dello sport (attraverso la DFP e l'Ufficio dell'orientamento scolastico e professionale), come pure a tutti gli apprendisti e ai collaboratori che, con il loro impegno, hanno permesso di rendere attrattiva questa importante panoramica professionale.

Roberto Guadagnin, resp.  
Espoprofessioni – SMPPC



Decorazioni con il cornetto di un giovane visitatore.



Allo stand SMPPC le informazioni sulla formazione AFC e CFP.

Formazione professionale

## Stimoliamo gli apprendisti con maggiori informazioni

Il Centro Professionale Tecnico di Trevano ha ospitato nel mese di gennaio e febbraio gli apprendisti del primo e secondo anno per la formazione di base pratica attraverso i Corsi interaziendali.

Con l'inizio del nuovo anno, la SMPPC – Società Mastri Panettieri Pasticcieri Confettieri del Canton Ticino - ha organizzato i Corsi interaziendali (modulo 1 e modulo 2), che vengono svolti nelle aule del Centro Professionale Tecnico di Trevano.

### Numero apprendisti in calo

Il numero di apprendisti è in continuo calo. Sono stati svolti due corsi del modulo 1 e solamente un corso del modulo 2 invece di due.

### Interessanti miglorie

I corsi vengono sempre organizzati cercando di inserire alcuni accorgimenti atti a renderli più interessanti. Quest'anno abbiamo avuto la possibilità di usufruire dei nuovi supporti tecnologici e di un sito internet creato appositamente da Beat Galizia (istruttore dei CI). Grazie a questo, i ragazzi hanno la possibilità di poter usufruire delle direttive del corso e di vedere le ricette. Si può discutere con loro su quello che viene fatto e si eliminano tutti i dubbi che possono sorgere durante le diverse lavorazioni.



Alcuni degli apprendisti ai Corsi interaziendali, fieri dei prodotti realizzati.

### Maggiori informazioni

Utilizzando queste tecnologie ci rendiamo conto che i ragazzi per venir stimolati hanno bisogno di maggiori informazioni. Spetta quindi a noi istruttori professionisti rendere gli argomenti sempre più interessanti. Con le possibilità che si hanno

al giorno d'oggi non è più sufficiente dir loro di far qualcosa ma bisogna essere in grado di spiegare loro il perché di certe metodologie.

### Impegno e passione

Speriamo che queste continue miglorie diano i giusti stimoli ai nostri

ragazzi per poter proseguire al meglio la loro formazione e superare brillantemente gli esami finali. Il nostro lavoro è impegnativo ma molto appassionante e stimolante.

Luca Danesi, Responsabile  
Corsi Interaziendali 1° e 2° anno

## L'attuazione non colpisce il nostro settore

Il settore della panetteria-confetteria non è influenzato nella prima fase dall'attuazione dell'iniziativa popolare «contro l'immigrazione di massa».

Nel 2014, il popolo svizzero aveva approvato l'iniziativa «contro l'immigrazione di massa». Il Consiglio federale ha adottato il regolamento relativo all'attuazione dell'art. 121a della Costituzione federale, in data 8.12.2017. La legge prevede in particolare l'introduzione di un obbligo di annunciare i posti vacanti agli uffici di collocamento regionali (URC), dove il tasso di persone in cerca d'impiego raggiunge o supera una determinata percentuale. Visti i

risultati della consultazione sull'ordinanza, il Consiglio federale ha deciso di procedere a tappe, applicando una percentuale dell'8% dal 1° luglio 2018 e del 5% dal 1° gennaio 2020. L'obiettivo era di dare un vantaggio a tutti i disoccupati in Svizzera rispetto ai lavoratori stranieri. Il settore della panetteria-confetteria non è influenzato da questo regolamento (a differenza di molti altri settori) prevale qui la carenza di manodopera e il tasso minimo di

disoccupazione del 5% non viene raggiunto.

### lavoro.swiss

Per la gestione amministrativa futura, gran parte della documentazione si troverà solamente in formato digitale. Nel 2018/2019 l'assicurazione contro la disoccupazione (AD) introdurrà gradualmente servizi online su «lavoro.swiss». Sullo stesso sito si possono trovare annunci di lavoro e molto altro. PCS

### Novità SMPPC: Corsi dessert al piatto

La SMPPC organizza imperdibili e innovativi corsi di dessert al piatto:

- GIO 12. 04. 2018 con Joel Perriard executive chef della Chocolate Academy di Zurigo
- GIO 03. 05. 2018 con Loretta Fanella pasticceria internazionale che ha lavorato nei più grandi ristoranti d'Europa.

Info e iscrizioni:  
www.smppc.ch – info@smppc.ch  
tel. +41 (0)91 923 38 28

## Pane alla rucola per grigliate



### Pasta Bürli al pomodoro, a lunga fermentazione (25 250 g)

3500 g Farina di frumento 1100  
5000 g Farina di spelta 720  
1500 g Farina di segale fine  
6750 g Acqua  
2500 g Polpa di pomodoro  
200 g Lievito di panetteria  
5500 g Pasta fermentata  
300 g Sale da cucina;  
da incorporare verso la fine e impastare fino ad ottenere una pasta liscia

Riposo in pasta: 60 min. a temperatura ambiente, ripiegare una volta e lasciar fermentare una notte in frigorifero da 0–5 °C. Prima della lavorazione: togliere la pasta dal frigorifero e lasciarla acclimatarsi a temperatura ambiente per ca. 3 ore.

### Burro rucola-limetta (3780 g)

1055 g Burro liquido  
740 g Rucola;  
ridurre in purea con il burro liquido

1585 g Burro morbido  
85 g Sale da cucina  
20 g Tabasco rosso  
30 g Scorza di limetta  
265 g Succo di limetta;  
amalgamare il tutto con la sbattitrice

### Ingredienti (1090 g)

520 g Frumento grezzo da spolvero  
380 g Farina di segale grosso per la superficie

### Dichiarazione

#### Lista degli ingredienti

Acqua, **farina di frumento (CH)**, **farina di spelta (CH)**, **burro**, Polpa di pomodoro (acidificante [acido citrico]), **farina di segale (CH)**, rucola 2%, sale da cucina iodato, succo di limetta 1%, lievito di panetteria, scorza di limetta, tabasco rosso (spicchio di peperoncino rosso, aglio, aceto, acqua, sale da cucina).

#### Valori nutritivi 100 g

Valore ener. 1130 kJ / 270 kcal.  
Lipidi 9,5 g, di cui acidi grassi saturi 5,3 g; glucidi 38,2 g, di cui zuccheri 1 g; proteine 6,9 g; sale 1,8 g.

Dichiarazione, valori nutritivi e calcoli si rapportano esclusivamente a questa ricetta.

#### Tempo | Prezzo

Tempo (63 pezzi): 110 min.  
Prezzo per pezzo: CHF 7.70.

190 g Farina di frumento 720 da spolvero per cestini

## Preparazione



### Lavorazione

Prendere dei filoni da 400 g e metterli su degli assi infarinati con segale. Lasciar fermentare per 20–30 min. Girare i filoni e metterli a forma di ciambella nei cestini infarinati. – Lievitazione: 30 minuti.

### Cottura

Girare le ciambelle di pasta e

metterle sui telai di infornamento cuocendole in un forno caldo, dando vapore, come prodotto precotto.

### Burro rucola-limetta

Farcire le canaline con burro schiumoso rucola e limetta senza formare delle bolle d'aria e deporre in congelatore. Scongellare e tagliare in tranci da 5 g.

### Riempire

Dopo raffreddamento tagliare 12 volte nel senso verticale in modo che il pane mantenga la sua forma. Mettere un trancio di burro rucola e limetta congelato in ogni spazio del Bürli al pomodoro.

### Consigli

Imballare i pani in un sacchetto per prodotti precotti con le istruzioni di cottura per il grill e il forno. Vendere i pani congelati. I clienti possono loro stessi terminare la cottura del pane e gustarlo ancora caldo come apéro o accompagnando le grigliate.

Turismo degli acquisti: analisi e raccomandazioni del Prof. Thomas Rudolph

## Il settore dovrebbe sfruttare l'opportunità di internet

Sul turismo degli acquisti in Svizzera è stato realizzato nel 2017 un secondo studio dal Centro di ricerca per la gestione commerciale presso l'Università di San Gallo. L'ultimo nel 2015. Ci sono stati dei cambiamenti? Qual è la situazione nel nostro settore? «panissimo» ne ha parlato con l'autore Prof. T. Rudolph.

Nel 2015 e 2017 ha fatto uno studio sul turismo degli acquisti per cinque settori svizzeri del commercio al dettaglio (alimentari, farmaceutica, abbigliamento, sport e arredamento) e ha scoperto che, in Svizzera negli ultimi due anni, è aumentata la perdita d'acquisto di quasi il 10%. Questo nonostante la svalutazione del Franco nell'ultimo quarto dell'anno. Il prezzo è soltanto una causa per il turismo degli acquisti. Nel suo ultimo studio elenca altre cause, quali?

L'«E-Commerce» (commercio online) ha un ruolo molto importante al giorno d'oggi. Particolarmente colpiti sono i settori dei tessili e articoli per lo sport, così come anche il settore elettronico. Più del 25% degli acquisti vengono fatti in modo online. La competizione internazionale nel mercato online è diventata più forte. Comande in Cina, per esempio tramite Ali-Express, sono aumentate visibilmente. Nel commercio al dettaglio per il settore alimentare invece, l'«E-Commerce» non ha quasi nessuna importanza. Nel confronto con il 2015 è diminuito il turismo degli acquisti, però quelli rimasti acquistano molto di più nelle vicinanze del confine.

**«Il mio primo consiglio: assolutamente mai abbassare la qualità.»**

Com'è la situazione nel settore della panetteria-confetteria?

La situazione è divisa in due. La clientela ha l'interesse di acquistare degli alimenti locali di alta qualità per un prezzo adeguato. I prodotti dei programmi d'etichetta d'alta qualità hanno una resa molto buona dai grossisti. La richiesta per questi prodotti in Svizzera è buona, ma si

deve vedere e anche sentire la differenza in confronto ai prodotti industriali. La pressione dei prezzi sugli articoli standard, confrontata con il 2015, è aumentata. Le azioni abbattano il margine e di conseguenza la redditività del commercio al dettaglio svizzero.

Cosa pensa che il nostro settore si aspetti nel nostro contesto con le attività online?

La pressione che ci viene fatta da internet è leggera, poi si riesce bene a tenerla d'occhio. Ci si chiede: resterà così? Gli acquisti online nel settore alimentare sono aumentati leggermente e hanno raggiunto quasi il 2% della spesa totale.

Allora via libera per il nostro settore?

No, non direi. Dobbiamo tener d'occhio la situazione. Non esiste ancora nessuno che riesce a vendere gli alimenti online con successo. Amazon fresh ci sta provando in Germania da quasi dieci anni in vari modi, ma molto probabilmente non ancora in modo da riuscire a coprire i costi. Bofrost in Germania funziona abbastanza bene con i prodotti congelati (torte, michette, ecc.). Un consiglio da parte mia al vostro settore è quello di utilizzare l'opportunità di internet. Una buona idea sarebbe per esempio, un abbonamento per i croissant o le michette: il cliente comanda online e riceve la merce a casa. Anche per il pane vedo delle possibilità. Ogni famiglia consuma quasi giornalmente del pane. Io stesso sarei disposto a pagare di più ad un panettiere per questo servizio.

In Ticino per esempio, il pane arriva per posta...

Sì, perché non è un abbonamento «Panettiere-Prime» simile a quello di Amazon-Prime. Così non devo più andare a prendermi il pane. Mi piacerebbe provarlo!



Forschungszentrum für Handelsmanagement

«Per potersi posizionare nel mercato, serve la qualità» dice il Prof. Rudolph.

Nello studio pretende una strategia a lungo termine, per intercettare le conseguenze del turismo degli acquisti sull'industria alimentare. Quali sono i punti più importanti?

Le domande «come posizionare la mia attività e la mia proposta di valore sul mercato» sono centrali. In linea di principio si trovano due soluzioni in Svizzera per i panettieri. In primis, il posizionamento come leader di prodotti. Così i prodotti sono qualitativamente migliori, con ingredienti locali, con un sapore della regione e non un prodotto che viene tolto dal congelatore per poi finirlo in cottura. Secondo, il posizionamento come capo servizio. In questa posizione la panetteria deve distinguersi con il suo servizio rispetto alla concorrenza. A questa scelta appartiene la vendita online, la consulenza competente come il corso di biscotti per le massaie. La strategia del voler comandare i prezzi per un leader con l'attuale concorrenza non ha senso.

Cosa può fare la politica contro il turismo degli acquisti?

Nello studio abbiamo scoperto che la politica potrebbe fare qualcosa, per esempio abbassare il limite

dell'IVA, che al momento si trova a CHF 300.- per persona.

Cosa consiglia alle nostre aziende nelle vicinanze del confine?

Il mio primo consiglio è: assolutamente mai abbassare la qualità. Secondo: essere individuali, con un assortimento innovativo, anche nelle consegne, essere unici.

Per i pranzi fuori casa? Ci sono ancora delle possibilità per migliorare questa tendenza?

Tutto dipende della posizione e dal bacino d'utenza. Idee innovative hanno sicuramente una possibilità. È molto importante la cordialità, la competenza e il personale giusto.

Non è soltanto il turismo degli acquisti che frena tanto il nostro settore, ma anche la merce confezionata dai nuovi giocatori nel commercio al dettaglio: Lidl e Aldi. Anche nella gastronomia dove la provenienza del prodotto non dev'essere quasi mai dichiarata. La merce d'importazione è una quota alta, cioè 120 000 tonnellate. Cosa ci consiglia?

Difficile. Conosco il fenomeno. Confrontiamo i prezzi: una michette

ta precotta da Aldi in Germania costa circa 8 Cts. In Svizzera una michetta fresca dal panettiere dieci volte tanto. È una differenza enorme, ma ci sono certe famiglie che non possono o non vogliono pagare di più, anche se quello in Svizzera è più gustoso e fresco. Non possiamo abbassare i prezzi in modo drastico, i costi in Svizzera sono molto più alti. Per potersi posizionare nel mercato serve la qualità.

Ogni anno chiudono circa 50 aziende nel nostro settore. Cosa può fare la nostra associazione?

Questo processo, purtroppo, non si può fermare. Spesso sono nei piccoli comuni, dove la gente si reca in città per il lavoro e prima di tornare a casa va a fare la spesa. Sarebbe interessante e d'aiuto, se in queste periferie ci fosse un servizio a domicilio, con un aumento del prezzo per la consegna. Qui vedo un potenziale.

Cercare nuove soluzioni in modo innovativo e non farsi bloccare dalle condizioni difficili...

...esattamente. Chi non vede l'opportunità, vende o chiude in tempo la propria attività. Anche questa è un'opzione.

Al Congresso PCS 2010 aveva presentato uno studio dell'Università di San Gallo sul comportamento dei consumatori. Il risultato: al primo posto «prima di tutto mangiare», al secondo «mangiare sano» e al terzo «mangiare a buon mercato». Cosa è cambiato da allora?

Il desiderio di maggiore praticità è aumentato a causa di internet nella popolazione. Ne abbiamo già parlato. Inoltre, ci si dovrebbe porre la domanda: come riesco a ispirare il cliente? Quindi, ad esempio, acquista un secondo prodotto vicino al pane di San Gallo. L'esperienza nel settore della panetteria-confetteria deve essere aumentata. Il commercio stazionario deve intensificare l'ispirazione. Perché solo se questo succede, l'azienda stazionaria ha un diritto nel futuro. Se si lavora soddisfando solo i requisiti standard, il rischio per queste aziende è che saranno sostituite dal commercio online.

**«Nei negozi del settore, mi aspetto cordialità e competenza, una bella atmosfera, un po' di ispirazione e qualche novità di tanto in tanto.»**

Aveva detto nel suo discorso: «Rimanete fedeli nei vostri punti di forza e alle vostre ricette!». Lo sottolineerebbe ancora?

Sì, rafforzare i propri punti di forza è un principio molto centrale. Ciò significa che si sta espandendo i propri punti di forza esistenti. Ci vuole innovazione nell'area del servizio. Di conseguenza: convenienza, comunicazione, ispirazione e natu-

ralmente nell'assortimento, è inclusa la qualità e la regionalità. Ma per favore non commettete l'errore di voler diventare un discount, sperando che se si riducono i prezzi del 50%, se ne venderebbero quattro volte di più! Questo non funzionerà.

**«Forse si dovrebbe pensare alle offerte combinate.»**

C'è qualcos'altro che non le ho chiesto, che vorrebbe dire alla nostra categoria?

C'è ancora un punto importante. Molti commercianti si trovano di fronte a delle voragini e parlano di cambiamenti distruttivi. Io profetizzo che il settore della panetteria-confetteria non avrà un tale cambiamento. Ma il ritmo è in aumento. Ad esempio, le aziende più piccole hanno un maestro fornaio come figura di integrazione. Deve essere preoccupato per la cultura aziendale di come comportarsi l'un l'altro. Deve sviluppare l'azienda insieme ai dipendenti. I dipendenti devono sentirsi stimati, devono provare contribuendo a modellare questo processo di cambiamento. Questa è la forza delle piccole e medie imprese.

Cosa si aspetta quando entra in un negozio del nostro settore?

La qualità per quanto riguarda i prodotti, questo è il punto importante per me. Mi aspetto cordialità e competenza, una bella atmosfera e forse anche un po' di ispirazione. Ogni tanto qualcosa di nuovo. E mi aspetto ancora di più in futuro più comodità.

Ci sono cose che attirano la sua attenzione e che la infastidiscono? Cosa le dà fastidio?

Viaggio molto. A volte mi meraviglio dei prezzi. Questo è quanto. Capisco che i prezzi sono più alti ma apprezzo la qualità. Ma a volte ci si chiede, perché è tutto molto più costoso qui da noi. Conosco le ragioni. Ma penso sia così per molti. Forse si dovrebbe pensare alle offerte combinate. Un ospite beve un caffè e consuma uno sformato alle prugne. Forse si potrebbe fare qui

## Thomas Rudolph

Thomas Rudolph è professore all'Institute of Retail Management presso l'Università di San Gallo. È anche direttore del Centro di ricerca per la gestione del commercio e direttore della Gottlieb-Duttweiler-Chair per la gestione del commercio internazionale e il Retail-Lab. Il Prof. Thomas Rudolph ha preparato uno studio sul turismo degli acquisti presso l'Università di San Gallo e ha esaminato cinque settori del commercio al dettaglio (alimentari, farmaceutica, abbigliamento, sport e arredamento).  
Sito web: <http://bit.ly/2FXEOof>

una piccola riduzione di prezzo. Questa è un'offerta combinata. La fedeltà viene ricompensata. Non deve essere il 20-30%, ma una piccola riduzione non sarebbe una cattiva idea. Tali offerte combinate tuttavia, sono raramente notate.

Un'ultima domanda: quali sono i suoi prodotti preferiti nel nostro settore?

Il pane di San Gallo: è buono nel gusto e si può tenere per più di un giorno. Mi piace la sua forma e si può accompagnare con molto altro. Una gran cosa!

Intervista:  
Claudia Vernocchi



Pane San Gallo - il pane preferito del Prof. Thomas Rudolph.

Associazione pane svizzero

Annuncio

**Assemblea generale  
2 maggio 2018  
Forum Fribourg, Friburgo**  
Inizio ore 10.15  
caffè di benvenuto a partire dalle ore 9.30;  
e successivamente pranzo a buffet  
Gli inviti verranno spediti  
a metà aprile.

**pistor**  
HOLDING

# la tua idea e cambia la Svizzera.

## Cambia la Svizzera con un click

La campagna nazionale «Cambia la Svizzera!» è prossima a concludersi. La Federazione Svizzera dei Parlamenti dei Giovani (FSPG) dà spazio, per la seconda volta, a giovani e a giovani adulti per cambiare qualcosa nella politica nazionale. Fino a domenica 25 marzo i giovani e i giovani adulti fino a 25 anni possono postare le proprie idee su [www.engage.ch](http://www.engage.ch).

Sulla piattaforma online [www.engage.ch](http://www.engage.ch) ancora una volta possono essere postate giovani idee per il futuro della Svizzera. Tutti i giovani residenti in Svizzera di età compresa tra i 14 e i 25 anni sono chiamati a inoltrare le proprie idee e i propri desideri. I 14 parlamentari più giovani sceglieranno almeno una richiesta ciascuno e la porteranno dentro le mura di Palazzo Federale. Dal PS all'UDC i giovani parlamentari sono tutti concordi sull'importanza dei giovani per la politica svizze-

ra. Il Consigliere Nazionale PS Cédric Wermuth esorta tutti i giovani a partecipare, «ognuno può raggiungere qualcosa!». Dal canto suo, il Consigliere Nazionale Lukas Reimann dell'UDC, è convinto che «la cosa più importante per giovani volenterosi e neo-politici è credere in sé stessi!».

## Le richieste dell'anno scorso Facile come farsi un selfie

L'anno scorso sono state inoltrate più di 700 richieste. Che i giovani possano veramente cambiare qualcosa è dimostrato da una decisione del Consiglio degli Stati della sessione primaverile di quest'anno. Il Consiglio degli Stati ha accettato un postulato del liberale Damian Müller per la promozione del Civic Tech. L'idea è nata dal 21enne lucernese Janik Steiner che un anno fa ha pubblicato la sua proposta sulla piattaforma. Tutti i giovani le cui richieste sono state scelte nel corso della campagna dell'anno scorso, hanno incontrato i rispettivi politici durante la sessione estiva delle camere federali a Palazzo Federale. Una delle fortunate è stata la 17enne Elmonda Bajraliu che, assieme alla sua amica e al Consigliere Nazionale

PPD Marco Romano, ha voluto abbassare il prezzo dei biglietti del treno per i giovani e per i giovani adulti: «attraverso [engage.ch](http://engage.ch) ho avuto la possibilità, come giovane, di cambiare qualcosa a livello politico. Un'esperienza veramente arricchente.»

Anche quest'anno le idee creative su [engage.ch](http://engage.ch) non sono mancate. Non è passata inosservata la proposta di concedere più vacanze agli studenti, che oggi hanno troppo poco tempo per prepararsi agli esami, così come la proposta di vietare la rivendita di biglietti per eventi sul mercato nero. Inoltre i giovani hanno postato proposte quali un salario minimo per apprendisti a 500 CHF, l'autorizzazione per piccoli veicoli elettrici, come gli Hoverboards, o ancora la promozione di auto ad idrogeno. La campagna [engage](http://engage.ch) continua fino al 25 marzo 2018. Settimana prossima per i giovani è l'ultima per postare la propria idea. Così, cambiare la Svizzera, è facile come farsi un selfie.

**Verändere die Schweiz!**  
**Change la Suisse!**  
**Cambia la Svizzera!**

**DSJ FSPJ FSPG**  
Dachverband Schweizer Jugendparlamente  
Fédération Suisse des Parlements des Jeunes  
Federazione Svizzera dei Parlamenti dei Giovani

**engage.ch**