

Un anno di pandemia nella panetteria-confetteria svizzera

Guardare al futuro con cauto ottimismo

Il settore della panetteria-confetteria in questo difficile anno di pandemia se l'è cavata con un occhio blu. Questo è il risultato di un sondaggio di «panissimo» tra le Associazioni cantonali ed alcuni membri. Pochi i risultati positivi e molti i punti critici nella valutazione della situazione.

«panissimo» ha chiesto ai rappresentanti cantonali e regionali di descrivere la situazione economica attuale dei loro membri. Le loro risposte sono riassunte nella lingua corrispondente e possono essere lette qui di seguito. Inoltre, «panissimo» ha chiesto ad alcuni dei suoi membri. Le brevi dichiarazioni possono essere lette a pagine 29-31. Si prevede di pubblicare tali brevi dichiarazioni dei membri della PCS su «panissimo» da ora in poi regolarmente.

Ticino: notevoli difficoltà

Le risposte delle associazioni cantonali mostrano un quadro misto. A differenza del Ticino, dove, secondo una dichiarazione del Presidente cantonale Massimo Turuani, «alcune delle nostre aziende sono in notevole difficoltà», la situazione nella Svizzera romanda e in quella tedesca è alquanto simile: l'umore generale è positivo. Tuttavia, alcuni rappresentanti cantonali hanno sottolineato che l'esperienza ha dimostrato che quei membri che hanno problemi maggiori non si sarebbero fatti notare.

Fuori dalla paura paralizzante

Rispetto al primo blocco, la paura paralizzante tra le persone è sparita. Non c'è più un senso di sgomento. Alcuni sottolineano che l'umore positivo può ancora essere sentito e che la situazione è migliore rispetto

«E' aumentato il valore della professione di panettiere-confettiere.»

al primo blocco. Inoltre, il valore della professione di panettiere-confettiere è aumentato. La regionalità, l'artigianato e la qualità, così come la comunicazione attiva, sono visti



I caffè chiusi hanno comportato perdite considerevoli di fatturato. Tuttavia, alcune imprese hanno trovato nuovi canali di vendita..

come un'opportunità nella lotta contro la grande distribuzione e i discount. Chi non riesce a tenere il passo viene lasciato indietro, si dice per esempio nel Vallese. Molti degli intervistati hanno notato che i consumatori sono grati.

Immagine diversa

Mentre i punti vendita rurali e di quartiere hanno prosperato, quelli nei centri urbani e nelle zone turistiche hanno visto un massiccio calo delle vendite. Ma anche qui il quadro non è un'immagine uniforme. Le città più piccole, per esempio, soffrono molto meno delle misure Covid-19. Le perdite nelle vendite nelle imprese con un'alta percentuale di ristoranti/café o servizi di consegna sono considerevoli. Un chiaro punto a favore, soprattutto per i ginevrini: i controlli restrittivi alle

frontiere scoraggiano i turisti degli acquisti all'estero. Tuttavia, la situazione per i cioccolatieri è difficile.

Flussi di lavoro ottimizzati

Molti membri hanno utilizzato il tempo per ottimizzare i processi di lavoro, adattare la gamma di prodotti, portare avanti la digitalizzazione ed effettuare delle ristrutturazioni. Alcuni hanno convertito in modo creativo i locali sfitti, mentre altri hanno trovato nuovi canali di vendita.

Nessuna certezza di pianificazione

Lo sguardo al futuro è cautamente positivo. Quello che manca è pianificare la sicurezza. Lo sforzo amministrativo e la complessità sono grandi. Solo gli avvocati e gli amministratori che possono compilare i

documenti necessari in relazione al Covid-19, lo criticano. Il desiderio di tornare al lavoro, di implementare, di diventare attivi è palpabile. Ma ci sono anche molti punti interrogativi. Cosa succederà alle vendite da

«Quello che manca è pianificare la sicurezza.»

asporto, che sono state ampliate l'anno scorso, quando i ristoranti saranno autorizzati a riaprire? Come si comporteranno i consumatori? Come sarà il futuro mondo del lavoro?

pan/sf

Risultati del sondaggio:
Associazioni cantonali alle pagine
29/30 e Aziende a pagina 31

Cooperativa Pistor Holding

«Il modello d'impresa funziona anche con la crisi»

L'assemblea generale della Cooperativa Pistor Holding non può avere luogo neanche quest'anno a causa della pandemia. Ci sarà un'altra votazione. Come sta Pistor ad un anno dal Covid-19? Che aspetto ha il futuro? «panissimo» lo ha chiesto al Presidente Daniel Eichenberger e al CEO Markus Lötscher.

Un anno fa le abbiamo posto la domanda: «I membri della cooperativa devono temere per l'esistenza di Pistor?» La sua risposta è stata: no. Questo era all'inizio della pandemia. Qual è la situazione attuale?

Markus Lötscher: Anche in questi tempi difficili, l'esistenza di Pistor non è mai stata minacciata. Si può anche dire più chiaramente che il modello d'impresa funziona anche in tempi difficili.

Daniel Eichenberger: La vedo esattamente allo stesso modo. Siamo in una posizione molto stabile. Tuttavia, la situazione del mercato rimane difficile. Siamo convinti che saremo in grado di costruire sui successi degli anni precedenti dopo la crisi.

Negli ultimi anni, il settore della panetteria-confetteria commerciale è stato il problema di Pistor e il settore della ristorazione è stato la strada del successo. Com'è la situazione al momento?

D.E.: Non sono d'accordo. L'industria della panificazione non ci ha mai preoccupato. Il settore B (settore dei prodotti da forno) è cresciuto nel 2019. Penso che questo sia molto importante da menzionare. Naturalmente, in passato, era più difficile crescere in dimensioni nel settore B perché lì siamo già molto forti. E quindi è anche chiaro che il settore G (quello della gastronomia) è cresciuto maggiormente e ci ha sostenuto.



Il Presidente Daniel Eichenberger e il CEO Markus Lötscher nei magazzini della Pistor.

M.L.: L'espressione «il problema di Pistor» non è corretta. Ma il fatto è che il settore della ristorazione è cresciuto fortemente negli ultimi anni. Il settore della panetteria è ancora quello più forte e più grande di Pistor. Nella crisi del Covid-19, l'industria della ristorazione nel suo insieme ha sofferto più dei nostri proprietari. Naturalmente, ci sono anche casi nel settore B che hanno sofferto molto di questa crisi. Tuttavia, alcune imprese di panetteria sono state in grado di beneficiare di questa crisi – ci sono molte diffe-

renze all'interno del settore. La maggiore preoccupazione al momento è il sistema della gastronomia, che ha subito pesanti perdite a causa della crisi del Coronavirus.

Quali conseguenze ha questo per i membri della cooperativa?

M.L.: I membri della cooperativa possono stare tranquilli. La Pistor è sempre stata in grado di adempiere al suo mandato di fornitura – il modello aziendale si è dimostrato valido. Possono continuare a contare su Pistor anche in futuro.

Il contributo di Pistor al settore commerciale è grande. Ci sono delle correzioni da fare in seguito a questa crisi?

D.E.: No, ci atteniamo ai rimborsi annuali e trasudiamo continuità. Durante il blocco, Pistor ha sostenuto i suoi clienti e i membri della Cooperativa con misure aggiuntive. Come parte di un pacchetto di aiuti per i membri della Cooperativa,

Pistor ha aumentato i rimborsi. Inoltre, l'anno 2020 non ha alcun impatto negativo dovuto al Coronavirus sul bonus clienti. Il bonus clienti per il 2021 è calcolato sulla base dei valori del 2019.

Un anno fa, abbiamo fatto la domanda dove Pistor vede un potenziale di miglioramento. Lei ha menzionato la digitalizzazione e la struttura nella gestione. A che punto siete oggi in queste aree?

D.E.: Questi argomenti sono, ovviamente, un compagno costante. La digitalizzazione è un processo continuo che ci terrà molto occupati in futuro. È anche importante riconoscere il potenziale nelle varie aree. Abbiamo già ottenuto tanto, ma dobbiamo ancora investire molto nel futuro.

M.L.: Direi che la pandemia ha accelerato molto la digitalizzazione in certi settori. Voglio dire, chi avrebbe potuto immaginare un anno fa come avrebbero funzionato bene le video-

Daniel Eichenberger e Markus Lötscher

Alla fine di maggio 2022, il CEO di lunga data Markus Lötscher lascerà Pistor (vedi «panissimo» del 22 gennaio e del 5 febbraio). A quel punto sarà stato al timone dell'azienda per 14 anni. La ricerca di un successore è in corso.

Daniel Eichenberger è stato eletto Presidente del Consiglio di amministrazione della Pistor durante l'ultima assemblea generale fisica, nel 2019. Pasticciere di formazione, è la seconda generazione a dirigere la Pasticceria Eichenberger a Berna. com/ap

conferenze o l'home office? Questa è stata una sorpresa – come ha detto Daniel, è un processo costante. Naturalmente, la digitalizzazione ci costa anche un sacco di soldi. Siamo sicuri che sono necessari investimenti per migliorare i processi e la sicurezza informatica di Pistor. Ci sarà anche un grande cambiamento nella logistica nei prossimi anni. Attualmente siamo soddisfatti del ritmo con cui la digitalizzazione procede alla Pistor.

Pistor vuole riclassificare ed espandere una riserva di terra adiacente per aumentare il fatturato delle merci. Pistor rispetterà la tabella di marcia o questa sarà ritardata a causa della crisi del Coronavirus?

M.L.: Il processo è stato avviato e il Comune di Rothenburg voterà

sulla riclassificazione nel febbraio 2022. Questa ridefinizione fa parte del nostro piano regolatore a lungo termine (vedi riquadro) – molte cose possono ancora cambiare nei prossimi anni. Con questo terreno, stiamo assicurando la crescita di Pistor per i prossimi 25 anni.

Qual è la sua visione del futuro? A medio termine con il CEO Markus Lötscher, a lungo termine con il suo successore?

M.L.: La coesione tra Pistor e i membri della Cooperativa si è rafforzata durante la crisi. Pistor ha un forte legame con il settore B. Abbiamo una strategia così come molte idee e siamo ansiosi affinché questa crisi non sarà finita.

D.E.: Sono convinto che usciremo più forti da questa crisi e costruire-

mo sui successi passati. Siamo stati in grado di rafforzare il settore B con le misure che abbiamo preso. Vogliamo investire di più in futuro nel settore dell'assistenza. L'imminente cambio del CEO non porterà alcun cambiamento fondamentale nella direzione della Pistor; le linee guida del Consiglio

di amministrazione sono chiare. Naturalmente, il nuovo Amministratore delegato vorrà andare per la sua strada, e questo è giusto e previsto.

Interviste:
Claudia Vernocchi/ap

Il piano generale

La Pistor AG prevede di espandersi e di investire nei prossimi anni nella fornitura ospedaliera. L'azienda da molto tempo gestisce un magazzino per prodotti congelati, convenience, refrigerati e freschi, tra le altre cose, a Rothenburg (LU) con oltre 500 dipendenti. Direttamente adiacente al suo quartiere generale, Pistor prevede di costruire un magazzino e un edificio logistico con strutture di carico a due piani su un'area di 31 700 metri quadrati. Inoltre, è previsto un edificio amministrativo con un parcheggio sotterraneo con 372 posti auto. Il progetto sarà realizzato a tappe fino al 2035 (vedi «panissimo» n° 24/2020).

com/ap

Le FFS cercano collaborazione con le panetterie-confettiere artigianali

Regionalità, artigianato e qualità

L'anno scorso le FFS hanno registrato un drastico calo dei passeggeri. La compagnia di trasporti prevede un numero notevolmente inferiore di rinnovi di abbonamenti AG per il 2021. I responsabili vogliono contrastare questo problema con un regalo della panetteria-confetteria artigianale.



Termine bando concorso FFS: 11 aprile 2021.
Informazioni: swissbaker.ch/SBB-Merci.

La crisi del Coronavirus ha portato enormi perdite per le Ferrovie Federali Svizzere nel 2020. Essi riportano un deficit di 617 milioni di fran-

chi – un minimo storico; era stato preventivato un utile di 463 milioni di franchi. Le previsioni per il 2021 sono tutt'altro che rosee: dato che

molti pendolari lavorano attualmente da casa, le vendite «AG adulti» (AG) sono diminuite in modo massiccio.

Artigianato e qualità

Le FFS vogliono contrastare questo fenomeno con diverse misure. Oltre a comunicare ed evidenziare i vantaggi di una carta di viaggio AG, da maggio ogni cliente riceverà un regalo di ringraziamento per una carta di viaggio AG completata o rinnovata. Sapendo che negli ultimi mesi i consumatori svizzeri hanno scoperto la regionalità, l'artigianato e la qualità, le FFS hanno deciso di regalare qualcosa di dolce della panetteria-confetteria artigianale piuttosto che un prodotto industriale di massa. Per questo motivo, le FFS si sono rivolte all'Associazione svizzera maestri panettieri-confettieri per questo appalto. «Accogliamo questa idea e sosteniamo le FFS nella loro comunicazione», sottolinea la Vice-

direttrice della PCS Claudia Vernocchi. Le FFS sono ora alla ricerca di imprese del nostro settore che possano fornire prodotti adatti. Chiunque desideri informazioni o voglia candidarsi a questa gara d'appalto deve registrarsi senza impegno su swissbaker.ch/SBB-Merci. Il bando del concorso scade il 11 aprile 2021.

PCS/sf

Segretariato SMPPC chiusura per vacanze

Il Segretariato della Società Maestri Panettieri Pasticcieri Confettieri del Canton Ticino SMPPC rimarrà chiuso per vacanze da venerdì, 2 aprile a domenica, 11 aprile 2021. In funzione la segreteria telefonica: 091 923 38 28. Le e-mail all'indirizzo info@smppc.ch verranno lette alla riapertura.

Corsi interaziendali: ottimi risultati



Squisiti prodotti sono stati realizzati con impegno ed entusiasmo durante i Corsi interaziendali Modulo1 dagli apprendisti panettieri-pasticcieri-confettieri.

Nelle date 22, 23 e 24 febbraio si sono svolti, presso il CPT di Treviso in collaborazione con la SMP-PC, i Corsi interaziendali Modulo 1 per i ragazzi del primo anno di panetteria/pasticceria/confetteria. Il corso è stato diretto dagli istruttori Paolo Poletti, Domenico Lan-

giù e con l'aiuto di Diego Schiavina. Il tutto si è svolto in conformità alle normative Covid-19 in vigore. Gli apprendisti sono stati molto positivi ed attenti nel cercare di apprendere nuovi metodi di lavorazione e nuovi prodotti, che ritroveranno nel loro esame finale del terzo anno.

Hanno potuto addentrarsi nel lavoro producendo prodotti come le paste involte (brioche e prussiani) piccoli prodotti di gastronomia (canapé e panini) e torte (salate e dolci). Gli argomenti trattati sono stati molteplici. Si è partiti dalle materie prime fino ad arrivare al prodotto finale da

mettere in esposizione, con un occhio di riguardo per l'igiene. I ragazzi hanno potuto anche studiare diversi metodi di lavoro, affrontando le difficoltà nel trovarsi in un ambiente diverso dal proprio laboratorio e quello del lavoro di gruppo.

SMPPC/ds



Foto Diego Schiavina

Vendita 2022+ – Informazione e formazione

Sono richiesti formatrici e formatori

Il progetto Vendita 2022+ è nella fase finale. La campagna d'informazione e di formazione partirà da agosto 2021. Affinché il cambiamento abbia successo, le aziende di formazione devono attivarsi.

Le professioni del Commercio al dettaglio hanno subito una revisione totale sotto la direzione dell'organizzazione mantello nazionale Formazione nel Commercio al Dettaglio in Svizzera (FCS). I corsi di formazione di base revisionati saranno offerti per la prima volta dall'inizio dell'apprendistato nel 2022. Il concetto di informazione e formazione FCS sarà implementato da marzo 2021.

Le aziende giocano un ruolo importante. I membri della PCS, gli istruttori della formazione professionale e gli esperti hanno partecipato attivamente a vari gruppi di lavoro e commissioni. La FCS e la PCS invitano le aziende formatrici a informarsi attivamente e per tempo, in modo da garantire una transizione senza problemi verso il futuro della formazione professionale nel Commercio al dettaglio.

Informazioni e formazione

La FCS fornisce le informazioni e il piano di formazione mostrato nel diagramma qui sotto per i formatori professionali nel Commercio al dettaglio.

Domande/Risposte Vendita 2022+

Per i formatori professionali, i rappresentanti delle aziende e altre parti interessate, la FCS offre eventi di



Il nuovo sito bds-fcs.ch/it/Vendita2022 è online e la comunicazione del progetto sta entrando in una fase attiva.

domande/risposte online supplementari oltre a un centro informazioni sotto la voce «Info/com vendita 2022+» sul sito Web da aprile a giugno 2021.

Gli obiettivi

L'organizzazione mantello della formazione professionale Commercio al dettaglio Svizzera persegue i seguenti obiettivi con questa campagna informativa:

■ I risultati chiave del processo di revisione sono noti ai gruppi di riferimento.

- Tutti hanno una visione d'insieme della struttura dei nuovi corsi di formazione di base.
- I cambiamenti più importanti nei tre luoghi di apprendimento sono noti a tutti.
- Le nuove priorità nell'AFC e il loro impatto sul reclutamento sono chiari.
- Tutti sono consapevoli delle tappe di attuazione della riforma.

Se sorgono domande sulla riforma Vendita2022+, possono essere poste nelle sessioni di domande e risposte online. Sul sito web della FCS, i visitatori sono guidati attraverso un percorso informativo. Le informazioni sono destinate ad essere auto esplicative in modo che possano essere assimilate individualmente.

Eventi informativi online

La FCS aveva pianificato eventi informativi decentralizzati per le aziende per il periodo da aprile a giugno 2021. Purtroppo, questi eventi faccia a faccia non possono essere tenuti a causa della pandemia. Tuttavia, con la piattaforma infor-

mativa sul sito web www.bds-fcs.ch, tutti possono ottenere autonomamente una buona panoramica iniziale e prepararsi per i nuovi corsi di formazione di base e il reclutamento degli apprendisti.

La FCS offre eventi online nel periodo da aprile a giugno 2021, che possono essere prenotati tramite il sito www.bds-fcs.ch/it/Info-com-vendita.

Fase 2 e 3

Da agosto 2021, la FCS presenterà le informazioni e gli strumenti per il lavoro quotidiano come formatore professionale. A partire dal 4° trimestre del 2021, la FCS fornirà un'offerta di formazione e perfezionamento e le informazioni specifiche del settore saranno utilizzate dai singoli settori di formazione e d'esame.

I responsabili saranno informati in tempo utile sulla concretizzazione di queste fasi.

Markus Zimmerli, Vicedirettore Scuola Professionale Richemont/sf



Concetto e struttura temporale del piano di informazione e formazione.

Printscreens: Markus Zimmerli

Il lievito madre nella storia

E' rinato un bene culturale quasi dimenticato

Come la birra e il vino, i dolci a lievitazione naturale hanno una tradizione millenaria. Ma a differenza delle bevande, sono state quasi dimenticate per molto tempo. Oggi, è tornato nuovamente il valore del lievito madre.

Per migliaia di anni, il pane è stato fatto con il lievito madre. Tuttavia, il processo, che oggi è in piena espansione, non è sempre stato ugualmente diffuso.

Gli inizi nell'antico Egitto

Già tra il 3500 e il 4000 a.C., nell'antico Egitto si facevano i pani a pasta acida. L'origine esatta non si conosce. Alcuni suppongono che un panettiere abbia dimenticato involontariamente un impasto per lungo tempo e poi l'abbia comunque cotto. Altri suppongono che i sacchi di farina si siano bagnati a causa di un'inondazione del Nilo e che lo sviluppo naturale dei microrganismi abbia portato al loro sviluppo. Dall'Egitto il processo del lievito madre si è diffuso in molte culture in tutto il mondo.

Nella sua ampia storia naturale «Naturalis historia», lo studioso romano Plinio il Vecchio, nel 79 d.C., ha descritto la produzione di pasta acida mescolando crusca di grano con mosto d'uva di tre giorni facendoli fermentare.

La diffusione in Europa

Nel Medioevo, il vecchio sapere era mantenuto in vita solo nelle nobili residenze e nei monasteri. Altrimenti cadeva nell'oblio. A partire dal 15° e 16° secolo, i birrai e i distillatori rifornivano i panettieri in Europa con il lievito. La qualità di questo lievito non era ideale, ma con la nascita delle fabbriche di lievito dalla fine del 18° secolo e soprattutto



Il Panettone viene preparato in modo tradizionale con il lievito madre.

nel corso del 19° secolo, i prodotti sono diventati sempre migliori.

Con il trionfo del lievito, la pasta madre non aveva più grande importanza. Era ancora usato per il pane di segale ma solo per raggiungere il giusto grado di acidità. Nel 1930, i primi lieviti naturali pronti e i primi

» Il vecchio sapere era mantenuto in vita solo nelle nobili residenze e nei monasteri.

lieviti naturali secchi arrivarono sul mercato. Con la farina di grano, il lievito madre è sempre stato usato

per prodotti speciali come il Panettone. Tuttavia, è solo negli ultimi decenni che il lievito naturale è diventato gradualmente più apprezzato in Europa occidentale.

Il lievito madre in Svizzera

Il primo pane a lievitazione naturale registrato in Svizzera risale al 3550 a.C. ca. ed è stato scoperto nel 1976 a Twann (BE). Come nei paesi circostanti, il lievito madre non ha più avuto un ruolo importante in Svizzera intorno all'anno 1900. Era ancora usato in alcuni prodotti da forno tradizionali come il Weggen di Lucerna, il pane di segale del Vallese e il Panettone.

Il Sommelier del pane bernese Patrik Bohnenblust ha rivelato a «panissimo», grazie al «Generale-Panettiere» Walter Kuchen, come sono stati formati gli esperti del lievito madre nell'esercito dal 1960 al 1990, in modo che il paese fosse ben preparato in caso d'emergenza.

Nuova importanza acquisita

Il lievito madre, che era poco considerato dall'industria nel dopoguerra,

è stato menzionato di sfuggita negli anni 1990. Dal 1998 al 2010 non se ne parlava più del tutto, spiega Bohnenblust.

Richemont, d'altra parte, ha continuato a trattare l'argomento, dando e tenendo corsi su di esso. Con la nuova formazione di Panettiere-Pasticcere-Confettiere nel libro della Richemont «Nozioni di base», l'argomento viene ora preso di nuovo in considerazione nella formazione, afferma Bohnenblust.

Sta diventando sempre più importante come dimostra l'intervista al responsabile della panetteria Richemont Urs Röthlin («panissimo», n° 5). Richemont ha persino tenuto un congresso internazionale sul lievito madre nel 2019, e molti dei fornitori del settore si affidano molto al lievito madre.

Christof Erne/ap

Fonti: berniersauerteig.ch; de.wikipedia.org/wiki/Sauerteig; it.wikipedia.org/wiki/Lievito_naturale

Serie lievito madre: [swissbaker.ch/panissimo](http://swissbaker.ch/) > Themen > Sauerteig

Prodotti panari svizzeri con lievito madre

Grigioni: Anello di segale dei Grigioni (con lievito madre di segale)

Svizzera centrale: Weggen lucernese (con lievito madre di grano)

Svizzera romanda: Parisette (con lievito madre di grano liquido)

Ticino: Panettone (con lievito madre di grano duro)

Vallese: Pane di segale del Vallese AOP (pane di frumento)

Fonte: www.berniersauerteig.ch