

Marktkieker 2021 / 22

Premiata la Confiserie Al Porto

Il Marktkieker di quest'anno è andato alla Confiserie Al Porto di Tenero, la decima azienda svizzera che ha ricevuto il più importante premio imprenditoriale.



I vincitori del premio Marktkieker. Da destra: Anton Froschauer (Direttore), Patrizia Roder (Responsabile della vendita) e Paolo Loraschi (Vicedirettore e Responsabile di produzione) della Confiserie Al Porto con gli altri vincitori.

La Confiserie Al Porto è stata premiata a Berlino con il più importante premio imprenditoriale nel settore della panetteria-confetteria nell'area germanofona: il premio è assegnato dal «Back Journal».

Qualità a tutti i livelli

«La Confiserie Al Porto ha conquistato la giuria con la qualità a tutti i livelli, che costituisce un parametro di riferimento anche per gli elevati standard svizzeri», si legge nel comunicato stampa del «Back Journal». In qualità di datore di lavoro esemplare, l'Amministratore delegato Anton Froschauer è riuscito ad ottenere eccellenti professionisti – anche francesi e italiani – per la sua azienda. Dietro un marketing perfetto c'è una strategia sofisticata. La Confiserie Al Porto utilizza intensamente i Social media tra cui un account Instagram che vale la pena vedere.

Nel concetto sono inclusi anche gli spot geolocalizzati. Il professor Michael Kleinert, membro della giuria, riassume: «La Confiserie Al Porto è l'esempio perfetto di un'azienda che conosce al meglio il proprio mercato».

Eccellente lavoro di squadra

«È fantastico e anche emozionante poter ricevere questo premio per l'innovazione», dice Anton Froschauer interpellato da «panissimo» e aggiunge: «Siamo la decima azienda in Svizzera a ricevere questo pre-

mio creato 34 anni fa e conferito da una giuria specializzata. Anche questo ci rende un po' orgogliosi». È anche un grande riconoscimento per l'eccellente lavoro di squadra proprio in occasione del 25° anniversario della direzione. Il suo ringraziamento va in primo luogo a tutti i 133 collaboratori che lavorano quotidianamente con creatività e passione per soddisfare i clienti: «Grazie mille!»

Gli altri vincitori

Oltre all'Al Porto, sono state premiate altre quattro imprese tedesche: Max Kugel che ha osato fare un passo radicale come giovane mastro fornaio e ha aperto una panetteria a Bonn dove ci sono solo dieci tipi di pane. Tanja e Ingmar Krimmer dimostrano che la pasticceria artigianale di alto livello ha un futuro non solo nelle grandi città. Il fornaio Krimphove è un'istituzione sul mercato di Münster. Georg e Christopher Krimphove impressionano con l'arte pasticceria francese. Eva-Maria e Axel Schmitt con i loro tre concetti: panificio familiare tradizionale con eccellente qualità, sommelier del pane con un concetto di marketing innovativo e Axel Schmitt che incarna il lato non convenzionale del commercio della panetteria e migliora così anche l'immagine dell'intero settore. com/gue/sf

A Brot-Chef il più giovane finalista ticinese

I tre finalisti del nuovo concorso professionale Brot-Chef sono noti. Si tratta di Glenda Müller (LU), Ameya Martinelli (ZH) e Lorenzo Gabaglio (TI). Più di 20 apprendisti hanno fatto domanda per questo concorso. Lorenzo Gabaglio ha 17 anni ed è il più giovane finalista. Lavora presso la Pasticceria Marnin a Locarno. Quando gli si chiede perché dovrebbe vincere il concorso, ri-

sponde senza pensarci troppo: «Perché il mio programma è in parte straordinario. Aggiungendo ingredienti esotici e facendo in modo che sia ancora molto gustoso». È già il terzo finalista ticinese e ora desidera portare per la prima volta la vittoria nella Svizzera meridionale. La finale si terrà il 13 novembre 2021 presso la Scuola Professionale di Aarau.

com/cv/sf



Lorenzo Gabaglio

Giuseppe Piffaretti – Consulente professionale SMPPC da 20 anni

Instancabile sostenitore della professione

Giuseppe Piffaretti è Consulente professionale della Società Mastri Panettieri Pasticcieri Confettieri del Canton Ticino (SMPPC) dal 2001. Ama la sua professione ed elargisce generosi consigli a coloro che gli chiedono aiuto. «panissimo» gli ha rivolto alcune domande.

Giuseppe Piffaretti è ben conosciuto non solo in Ticino e in Svizzera ma anche all'Estero soprattutto in Italia e in Spagna. Ma da quando ha ideato la Coppa del Mondo del Panettone (CMP) possiamo dire che il suo nome è ormai conosciuto su scala internazionale.

E' un instancabile sostenitore della sua amata professione ed è un esperto del Panettone e del lievito madre. Oltre ad occuparsi della sua azienda svolge il ruolo di Consulente professionale della Società Mastri Panettieri Pasticcieri Confettieri del Canton Ticino (SMPPC) da ben 20 anni. «panissimo gli ha rivolto alcune domande.

Giuseppe Piffaretti, cosa significa essere un Consulente professionale?

Il significato di essere Consulente professionale ha diverse sfaccettature. Quella che reputo la più importante è quella di non essere gelosi delle proprie conoscenze ma di condividerle con il maggior numero di persone possibili.

«...non essere gelosi delle proprie conoscenze ma condividerle con il maggior numero di persone possibili.»

Lei svolge questo incarico per la SMPPC da 20 anni. Cosa è cambiato nel corso degli anni da quando ha iniziato?

Soprattutto lo scorrere del tempo. Le cose cambiano molto velocemente e l'avvento dell'informatica, del Web e dei Social ha cambiato la maniera di fare consulenza. Non sono più chiamato in causa per degli interventi anche notturni (come succedeva spesso all'inizio) perché

ormai in rete si può trovare di tutto. Quindi chi si rivolge al Consulente lo fa di più per essere informati sulle tendenze o eventualmente su delle scelte per l'acquisto di un nuovo macchinario.

Cosa ama in modo particolare del suo ruolo?

Che si è sempre in contatto con persone diverse non per forza del nostro settore quindi le conoscenze professionali si espandono oltrepassando i limiti cantonali nei quali a volte come artigiani ticinesi ci sentiamo troppo legati e possono limitare la nostra crescita professionale. Aggiungo cosa non mi piace. La mancanza del riscontro da parte di chi aveva richiesto il mio intervento.

Quali sono le sue più grandi soddisfazioni?

Soddisfazioni che ho avuto sono soddisfazioni molto intime che a volte non si vuole condividere con nessuno ma lasciano una gran pace interiore. Senza citarne alcuna, posso dire che in 20 anni sono state molte. Sicuramente più delle delusioni che comunque fanno parte della vita, del nostro percorso e ci aiutano a crescere.

Organizza corsi per professionisti e per adulti. Quali sono quelli che vanno per la maggiore?

Purtroppo ultimamente il Covid-19 ha rallentato l'organizzazione. I corsi per adulti diventa abbastanza difficile poterli fare a nome della SMPPC per questioni logistiche. Mentre molto richiesti anche dai nostri membri sono i corsi con professionisti riconosciuti a livello internazionale. Posso già dire che nel 2022 ne proporremo ancora alcuni che varieranno come tematica.

Ha detto in varie occasioni: «Se non si ha passione per questo mestiere



Giuseppe Piffaretti è un esperto del Panettone e del lievito madre.

è meglio lasciar perdere». Oltre alla passione, quali altre qualità o caratteristiche deve avere un valido professionista?

I requisiti necessari sono diversi e variano a dipendenza dello scorrere del tempo. La passione può arrivare anche da ragazzino ma nella maggior parte dei casi ci si appassiona a questo lavoro durante il nostro percorso di crescita professionale.

«... l'avvento dell'informatica, del Web e dei Social ha cambiato la maniera di fare consulenza.»

Personalmente la molla che ha fatto scattare dentro di me la passione al

100% è stata il percorso iniziato con l'esame professionale (EP) e poi sfociato nelle partecipazioni ai vari concorsi internazionali. Una cosa importante da dire è che la passione di una volta è diversa da quella dei giorni nostri. Ai miei tempi non eravamo così informati su quello che succedeva altrove. E le occasioni di emozionarsi vedendo le opere d'arte che si possono ammirare durante le gare a livello internazionale non erano così frequenti. Quindi posso dire che la passione potrebbe arrivare molto prima.

Altre qualità: l'umiltà (che forse è la più difficile da controllare), la perseveranza e il non lasciarsi scoraggiare davanti alle prime difficoltà. Saper salire sul treno giusto: non è vero che passa solo una volta. Il treno ha il suo percorso e il nostro compito è di poterci salire sopra a

dipendenza della fermata, sicuramente però prima del capolinea.

Quale consiglio darebbe ad un giovane professionista che parte da zero con la sua attività?

Personalmente io ho iniziato a 22 anni la mia attività in proprio. Erano altri tempi. Al giorno d'oggi consiglieri a un giovane di mettersi in proprio di maturare delle solide esperienze non solo in Svizzera ma anche all'Estero. Solo così potrà farsi un'idea a 360 gradi del percorso che dovrà seguire per arrivare al successo senza incappare in spiacevoli errori di percorso. Altro consiglio di ascoltare chi prima di lui ha intra-

preso questo cammino cogliendone i lati positivi e cercando di non ripetere gli stessi errori.

Si ricorda chi e quale consiglio le è stato dato all'inizio della sua carriera professionale?

Il più grande consiglio che ho ricevuto prima di iniziare la mia carriera professionale (avevo 17 anni) è stato quello di mia nonna che a 94 anni qualche tempo prima di passare a miglior vita mi disse: non farti sovrappare mai da nessuno e credi sempre in quello che fai.

Intervista:
Sandra Fogato

Specialista della gestione PMI con attestato federale

Sono aperte le iscrizioni della Camera di Commercio dell'industria, dell'artigianato e dei servizi del Cantone Ticino (Cc-Ti) per il prossimo corso di formazione continua «Specialista della gestione PMI con attestato federale» che inizierà il prossimo ottobre. Questo corso è destinato a coloro che desiderano acquisire le competenze per assumere la posizione di quadro in una PMI. Lo scopo è dunque quello di formare correttamente – attraverso moduli tematici specifici – imprenditori, futuri dirigenti di PMI e quadri aziendali.

Iscrizioni e informazioni

Il numero di partecipanti è limitato. Le iscrizioni saranno accolte in base all'ordine di arrivo. Per maggiori informazioni e iscrizioni è possibile consultare la pagina cc-ti.ch/specialista-della-gestione-pmi.

Marco Borradori (1959 – 2021)

Il Sindaco che ha sempre sostenuto i Panettieri-Pasticcieri-Confettieri del Canton Ticino

Marco Borradori, Sindaco di Lugano scomparso prematuramente nei giorni scorsi, ha lasciato un vuoto incolmabile nei cuori dei cittadini, ma anche in quello dei Panettieri-Pasticcieri-Confettieri ticinesi.



L'ultimo scatto fotografico con Marco Borradori (2° fila, 1° da sinistra), durante la selezione Svizzera della Coppa del Mondo del Panettone presso Villa Ciani a Lugano ad inizio dicembre 2020.

E' doveroso onorare il ricordo di Marco Borradori che non è stato solo l'amato Sindaco di Lugano, ma anche un Amico con la «A» maiuscola dei Panettieri-Pasticcieri-Confettieri del Canton Ticino (SMPPC).

Era una persona dotata di grande rispetto per il prossimo e faceva sentire tutti importanti.

Era sensibile, attento e prendeva parte a tutte le nostre manifestazioni. A volte passava anche solo per un saluto veloce ma la sua presenza si sentiva, riempiendo la sala di calorosi saluti e grandi sorrisi. Lui per noi c'era sempre. Marco Borradori lascia un vuoto incolmabile nella nostra categoria professionale.

Giuseppe Piffaretti, l'ideatore della CMP, lo ha ricordato su Facebook come: «...un uomo vero e sincero, senza di lui la Coppa del Mondo del Panettone non sarebbe esistita. Grazie per quello che hai fatto per noi...».

Serberemo gelosamente l'ultimo scatto fotografico insieme a Marco Borradori durante la sele-

zione svizzera della Coppa del Mondo del Panettone tenutasi il 5 dicembre 2020 presso Villa Ciani a Lugano.

Ai familiari giungano le più sincere condoglianze da parte dei Panettieri-Pasticcieri-Confettieri del Canton Ticino.

Sandra Fogato
Segretariato SMPPC

Combinazioni creative-bizzarre di gelati dalla Lituania

Dalle corna d'alce al gelato al pane di segale

«panissimo» pubblica alcune combinazioni di gusti di gelato particolarmente creative-bizzarre dai paesi baltici – dalle corna d'alce al gelato al pane di segale. Perché si dice che i lituani siano tra i più grandi fans di gelato al mondo...

Gli chef lituani sperimentano diversi sapori come le ortiche, la birra e gli aghi di pino, dando a questa delizia gelata un tocco locale speciale. Lithaunia Travel, l'agenzia nazionale di promozione del turismo, ha presentato in un comunicato stampa i nove gelati lituani più stravaganti creati per l'estate dopo la quarantena del 2021.

Gelato al pane nero di segale

Il pane di segale è così indispensabile nella cucina lituana che i locali lo usano anche nel gelato. La combinazione della preparazione italiana della gelatina e degli ingredienti biologici lituani rendono questo gelato con pezzi di pane salato e croccante un'esperienza rinfrescante.

(Ristorante Compensa a Palanga)

«... i nove gelati lituani più stravaganti...»

Gelato di cetriolo e miele

La combinazione di cetriolo e miele è una classica prelibatezza lituana e si dice che sia l'ultimo gusto dell'estate. Ecco perché gli chef di Labanoras hanno sviluppato una ricetta di gelato che cattura questa tavolozza di sapori lituani.

Gelato con formaggio e mirtilli rossi

Per questo gelato, i sapori piccanti del formaggio duro lituano stagionato Džiugas sono mescolati con mirtilli freschi e con una crema dolce e setosa. Questa specialità è servita con un croccante biscotto al formaggio fuso. (Ristorante Porto)

Gelato al corno d'alce e ai frutti di bosco affumicati

Questo stravagante dessert è fatto con polvere di corna d'alce, che i maschi perdono ogni anno, bacche

affumicate di stagione e malto invecchiato prodotto localmente. (Cordo.22)

Sorbetto di lattuga e cetrioli

Gli chef del Palaima hanno creato questo fresco dessert allo yogurt per chi cerca qualcosa di dolce ma di esotico. Lo yogurt gelato al cioccolato bianco è servito insieme a strisce di cetriolo fresco e un sorbetto verde ghiacciato fatto con finocchio, lattuga e menta fresca e altre erbe. (Palaima)

Gelato al tè di rosa

Le rose da tè del Monastero di Pažaislis hanno ispirato lo chef del Monte Pacis. Si dice che questi fiori eccezionalmente fragranti riflettano

l'atmosfera floreale del Monastero nel gelato al tè di rosa. (Monte Pacis)

Gelato ai fiori di tiglio e torta al miele

Il fiore di tiglio è il simbolo lituano della dolcezza e della delicatezza. Gli chef del Monte Pacis preparano il gelato ai fiori di tiglio su una fetta di torta croccante imperiale al miele Medutis, ispirata alle antiche ricette del Granducato di Lituania.

Gelato all'avocado con melone

Secondo un comunicato stampa, in Lituania i gelati alla vaniglia, alla fragola e al cioccolato sono passati di moda. L'avocado, dolce e ricco di noci, ha fatto il suo ingresso. Al ri-

storante della Villa Miško Natos si può gustare il gelato di avocado con melone.

Burro rosolato e pere caramellate

Gli chef della Sala Plateliai Resort mescolano il dolce burro rosolato con il fresco gelato alla vaniglia in modo che si congeli all'istante, creando croccanti fiocchi di caramello. Le pere caramellate, servite a lato, completano il sapore e aggiungono una freschezza fruttata.

com/cv/ap

La lista dei ristoranti menzionati si possono trovare qui: bit.ly/3B2Bkgp



In Lituania pezzi di pane di segale salato e croccante vengono usati nel gelato.

Calendario del gusto 2022

Secondo il calendario – è tempo di calendario

La stampa del Calendario del gusto 2022 e delle cartoline è stata completata. Ora è il momento di inviare i campioni. I membri della PCS riceveranno a tal fine dei moduli d'ordine personalizzati.

È nella natura delle cose che con il Calendario del gusto si è sempre un po' in anticipo sui tempi. Per poter fornire ai membri il calendario campione personalizzato in tempo utile, è essenziale che il calendario sia stampato prima delle vacanze estive dell'anno in corso.

«I campioni con il modulo d'ordine personalizzato verranno inviati ai membri della PCS per posta.»

Invio dei campioni

Il passo successivo è preparare gli ordini di stampa e inviare i campioni. Questo avverrà nella settimana dal 23 al 29 agosto con un modulo d'ordine personalizzato inviato per posta ai membri della PCS.

Vale la pena notare che un ordine immediato faciliterà notevolmente il flusso di lavoro alla PCS e all'azienda di stampa e garantirà la spedizione puntuale alle aziende. Nuovi indirizzi, sedi, giubilee aziendali, filiali aggiuntive o il desiderio



Il Calendario del gusto e le cartoline sono il miglior mezzo pubblicitario per i membri della PCS.

di un nuovo design grafico richiedono sempre un po' di tempo per l'impaginazione fino alla fase «good-to-print», che può portare a ritardi indesiderati. Il settore promozionale PCS è anche felice di assistere con il design grafico.

Pubblicità per tutta l'industria

Lei e la sua azienda siete di nuovo coinvolti? Più ampia sarà la distribuzione del Calendario del gusto nel settore, maggiore sarà l'attenzione che attrae i clienti, non solo in un giorno, ma durante tutto l'anno.

«Più ampia sarà la distribuzione del Calendario del gusto, maggiore sarà l'attenzione.»

Anche i panettieri-confettieri possono trarre vantaggio dagli investimenti nella più recente tecnologia di stampa, sia attraverso il design individuale dei dorsi dei calendari che dalla qualità di stampa convincente. Promoshop PCS/sf

FBKplus 2022 sarà posticipata di un anno



La fiera FBKplus, prevista per gennaio 2022, non si terrà presso la

Bernexpo di Berna. È rinviata di un anno. Questa decisione è stata presa congiuntamente dai principali promotori, dall'Associazione svizzera mastri panettieri-confettieri PCS e la Bernexpo in qualità di organizzatrice.

La ragione della cancellazione è l'incertezza economica ancora prevalente nel settore e la conseguente bassa volontà di partecipare alla fiera tra gli espositori. Con lo slogan «Punto d'incontro per la produzione alimentare», FBKplus doveva

essere istituita nel gennaio 2022 come la nuova fiera leader per la produzione commerciale e industriale di alimenti e bevande. «Anche se probabilmente sarebbe possibile tenere la fiera da un punto di vista epidemiologico, stiamo percependo una grande reticenza tra gli espositori per ragioni economiche. L'industria non è ancora pronta a investire di nuovo in una presenza fieristica», afferma il Dir. della fiera Michael Stocker nel comunicato stampa. Di conseguenza, le cifre di

registrazione sono inferiori alle aspettative.

Nuovo lancio nel 2023

«La decisione di annullare la fiera non è stata facile per noi; tuttavia, date le circostanze, è la conseguenza più sensata fino a quando la situazione del mercato non si sarà ripresa», ha spiegato Michael Stocker. La prima edizione di FBKplus è ora prevista per gennaio 2023. La data esatta sarà comunicata a tempo debito. PCS/sf

Indagine nazionale sulla nutrizione menuCH

Primi dati nutrizionali rappresentativi sulla Svizzera

La popolazione svizzera beve quanto raccomandato dagli esperti di nutrizione, ma mangia in modo troppo unilaterale: troppi cibi dolci e salati, troppo unilaterale in grassi e proteine, e troppo pochi prodotti vegetali. Questo è il risultato della prima indagine nazionale rappresentativa sulla nutrizione menuCH.

Per la prima volta, sono disponibili dati rappresentativi sulle abitudini culinarie, alimentari e di movimento della popolazione svizzera. Nel sondaggio nazionale sull'alimentazione menuCH, l'Università di Losanna, su incarico dell'Ufficio federale della sanità pubblica (UFSP) e dell'Ufficio federale della sicurezza alimentare e di veterinaria (USAV), ha intervistato circa 2000 adulti dai 18 ai 75 anni della Svizzera tedesca, francese e italiana. L'indagine dettagliata è stata condotta in tre fasi e ha incluso anche la raccolta di dati corporei. I risultati sono presentati su <https://bit.ly/3gd63iM>.

Mancanza di cibo vegetale

Il risultato mostra che il consumo alimentare della popolazione non corrisponde alle raccomandazioni della Società Svizzera di Nutrizione e dell'UFSP, tranne che per le bevande. Invece di una linea retta, la realtà è una piramide frastagliata. Essenzialmente, si consumano troppi stimolanti e prodotti animali e troppo pochi alimenti a base vegetale.

» Tutti gli alimenti vegetali – compresi i cereali – vengono consumati in misura insufficiente.

In dettaglio, però, è più complicato. Dolci, cibi salati, alcol e carne sono consumati troppo dalla maggioranza. Tutti gli alimenti a base vegetale – compresi i prodotti a base di cereali – sono consumati troppo poco dalla maggioranza, e troppo poco di tutti i prodotti a base vegetale – da frutta e verdura ai prodotti a base di cereali, patate, legumi e noci. Ma anche i latticini (senza burro) non sono sufficienti nella dieta. La gente beve la giusta quantità, ma troppo alcol.

La piramide alimentare in teoria e in pratica



Abitudini alimentari svizzere*

Dolci, snack salati e alcolici ———
Giornalmente si consumano circa 4 porzioni invece di 1.

Oli, grassi e frutta oleaginosa ★★★★★
Giornalmente si consumano tuttavia troppi grassi di origine animale.

Latticini, carne, pesce, uova e tofu ★———
Giornalmente si consumano solo 2 porzioni di latticini invece di 3 e, per contro, troppa carne.

Cereali, patate e leguminose ★★★★★
Giornalmente si consumano 2,4 porzioni invece di 3.

Verdura e frutta ★★★★★
Giornalmente si consumano circa 3-4 porzioni invece di 5.

Bibite ★★★★★
Giornalmente si bevono 1-2 litri di bevande (acqua, caffè, tè).

*secondo il sondaggio nazionale sull'alimentazione

Ulteriore studio in corso

L'obiettivo del sondaggio, che era già stato realizzato nel 2014/15 e quindi prima del Covid-19 e che ora viene presentato in modo più dettagliato, era quello di ottenere dati rappresentativi e una panora-

mica della situazione nutrizionale in Svizzera. I risultati di aspetti parziali erano già stati pubblicati in precedenza. Oggi, tutti i dati dettagliati sono anche disponibili in forma anonima ai ricercatori per ulteriori approfondimenti. Vari studi su sin-

goli aspetti sono in corso o sono già stati pubblicati (vedi riquadro su <https://bit.ly/3gd63iM>).

Christof Erne /sf

Lancio del marchio Pane svizzero

Un punto a segno per il pane svizzero

L'Associazione Pane svizzero (APS) ha lanciato il marchio Pane svizzero. Il marchio può essere richiesto e utilizzato da subito: «Ciò contribuirà a una maggiore trasparenza nel commercio del pane, creando valore aggiunto per i consumatori, così come per le panetterie-confetterie e le imprese del settore della trasformazione», afferma l'APS nel comunicato stampa.

Da subito, tutti i membri dell'Associazione Pane svizzero, e pertanto anche i membri PCS, potranno richiedere il nuovo marchio per la dichiarazione d'origine del pane locale mediante una semplice procedura di registrazione (si veda box informativo). Il nuovo logo mira a creare la debita trasparenza nel processo di produzione, trasformazione e vendita di prodotti a base di cereali.

Consumo di pane in calo e importazioni in aumento

Studi rappresentativi dimostrano che, malgrado la diminuzione dei consumi, l'apprezzamento nei confronti del pane svizzero resta elevato. La riduzione in termini di vendite e il continuo aumento delle importazioni di prodotti da forno esteri impongono un'energica offensiva sul mercato per il pane svizzero. Infatti: «Il pane di origine svizzera incontra la netta preferenza dei consumatori rispetto ai prodotti esteri», conferma Stephan Scheuner, direttore dell'APS. L'APS mira quindi a potenziare il marchio Pane svizzero quale parte integrante della strategia di creazione di valore aggiunto per il settore dei cereali.

Promuovere la vendita e la trasparenza

La dichiarazione non si pone soltanto come chiaro rimando all'origine svizzera, bensì mira anche a rendere visibili le accresciute importazioni di



La domanda per l'utilizzo del marchio Pane svizzero può essere presentata da subito.

prodotti da forno. Inoltre, il contrassegno intende anche migliorare il servizio ai clienti: la visibilità dell'origine dei prodotti, creando maggiore trasparenza, consentirà una scelta rapida e consapevole a favore dei prodotti locali. Per l'APS, esso costituirà anche un tributo delle aziende di trasformazione e di produzione verso il settore agroalimentare elvetico. Il che si tradurrà da parte dei consumatori in una preferenza per i prodotti svizzeri.» Il logo del marchio consoliderà inoltre la fiducia nella qualità di prim'ordine del processo di trasformazione e lavorazione. E, non da ultimo, il tutto contribuirà a sensibilizzare la popolazione nei confronti del pane svizzero e del relativo valore aggiunto, con conse-

guente promozione delle vendite, prosegue l'APS.

Già un vivo interesse per l'utilizzo del marchio

Alla vigilia e in corrispondenza del lancio del logo in data 23 agosto 2021, erano già state segnalate numerose aziende interessate al marchio Pane svizzero: «Con il nostro marchio, confidiamo di poter mettere a disposizione dei protagonisti del mercato un importante strumento di differenziazione», sottolinea Stephan Scheuner. I criteri per l'utilizzo del logo sono riportati all'interno del box informativo.

Campagna pubblica e supporto al marketing

Relativamente a «panissimo», l'APS sottolinea che le aziende di produzione e di trasformazione trarranno notevoli vantaggi dal positivo consolidamento del marchio. Saranno messi a disposizione modelli per il confezionamento e svariati materiali pubblicitari e informativi. «Così facendo, miriamo a radicare il marchio Pane svizzero in tempi rapidi e in modo duraturo nelle menti dei consumatori in suolo elvetico e a preservare il pane locale come bene culturale nazionale a lungo termine», scrive l'APS. com/pan

Istruzioni per la procedura di registrazione

La richiesta e l'utilizzo del nuovo marchio sono semplici. I membri dell'APS possono registrarsi sul sito schweizerbrot.ch/markenlogo. Ulteriori aziende/organizzazioni possono a loro volta presentare la domanda di utilizzo; l'associazione provvederà poi alla relativa verifica e alla concessione in tempi rapidi dell'autorizzazione per l'impiego del marchio.

Criteri per l'utilizzo del marchio

Chi desidera beneficiare del nuovo marchio deve soddisfare i seguenti requisiti:

- L'80% delle materie prime utilizzate deve essere di origine svizzera; come base minima fa fede l'etichetta di qualità Suisse Garantie.
- Il marchio di garanzia Suisse Garantie dev'essere impiegato fino all'uscita dal centro di raccolta.
- La trasformazione deve avvenire al 100% in suolo svizzero.
- L'utilizzo s'intende per il pane (normale/speciale), panini (ad es. al latte, cornetti e bürli) e pane da sandwich.