

ATTUALITÀ

NUOVA REALTÀ PER LA FAMIGLIA MÜNGER. Dal 1° maggio 2023, nel centenario della sua fondazione, la Eredi E. Münger SA di Paradiso crea una nuova realtà: la Münger 1923 SA. Lo staff verrà ora affiancato da Chiara Biondi (Operating Manager) e da Marco Rossi (Division manager). Mentre Isa Münger, resterà nel Consiglio di Amministrazione. sf

VITTORIA VODESE SULLE TARIFFE ELETTRICHE. Poiché le alte tariffe dell'elettricità gravavano pesantemente sul futuro di dieci dei suoi membri, l'Associazione cantonale vodese dei panettieri-pasticcieri-confettieri (ABPCV) ha incontrato Romande Energie. «I responsabili ci hanno spiegato che il 90% della bolletta in questione consisteva in elettricità acquistata da fornitori terzi», ha dichiarato a «Panissimo» il Segretario generale dell'ABPCV, Yves Girard. Tuttavia, hanno proposto di «smussare» le tariffe per tutta la durata del contratto. L'ABPCV si è detta d'accordo; tuttavia, questa media non può superare i 25 centesimi per chilowattora. Nei casi in cui il risultato ottenuto sia superiore, il contratto viene prorogato per il tempo necessario al raggiungimento del limite stabilito. jr/sf

LOTTA ALLO SPERCO ALIMENTARE. Il settore artigianale della panetteria-confetteria, insieme a United Against Waste (UAW) e all'Ufficio federale dell'ambiente (BAFU), ha dichiarato guerra agli sprechi alimentari. Circa 40 aziende associate all'Associazione svizzera mastri panettieri-confettieri (PCS) hanno partecipato martedì scorso al workshop inaugurale presso la Pistora a Rothenburg (LU). Un gruppo di lavoro svilupperà ora un progetto pilota insieme a UAW e BAFU. Testo completo online: swissbaker.ch/panissimo > Ticino cv/sf

PATISWISS RILEVA PESHI. Patiswiss AG rileva le ricette e i clienti di Peter Scheidegger AG (Peshi AG), con sede a Wiedlisbach (BE), continuando così l'attività di torrefazione e stagionatura della tradizionale azienda di Gunzgen. Peshi AG vanta una lunga storia. Nel 1850 fu aperto a Wiedlisbach un panificio di paese che nel 1930 divenne un biscottificio. Fino all'acquisizione, noci e nocciole venivano tostate e raffinate nella sede di Wiedlisbach. sf

PRODOTTI ALIMENTARI DI BASE PIÙ CARI. Secondo un comunicato stampa del servizio di confronto Comparis, a marzo 2023 i prodotti alimentari di base sono diventati significativamente più cari rispetto allo stesso mese dell'anno precedente. Ad esempio, la margarina, i grassi da cucina e gli oli costano quasi il 20% in più. Latte, formaggio, uova, pane, farina, prodotti a base di cereali, frutta, verdura, patate e funghi sono diventati più cari del 7-9%. com/sf

Altre notizie d'attualità online
in lingua italiana:
swissbaker.ch/panissimo > Ticino



IN MEMORIA DI

**FRED FELDPAUSCH (1929 - 2023)**

Era un ristoratore e albergatore ticinese appassionato e competente, con un carisma che andava oltre i confini cantonali. Fred P. Feldpausch si è spento all'età di 94 anni. Chiunque abbia avuto la possibilità di incontrare e conoscere Fred P. Feldpausch, è rimasto colpito dalla sua vitalità, dal suo acume e dalla sua linfa

vitale per la panetteria-confetteria, la gastronomia, il settore alberghiero e soprattutto per gli esseri umani. Era interessato alle persone e i suoi dipendenti gli stavano a cuore. I più giovani lo chiamavano «il nostro Papà». Fred P. Feldpausch aveva una grande esigenza per la qualità, che era parte della sua ricetta di successo. La sua vita è stata caratterizzata da un'enorme dedizione.

Fred P. Feldpausch non ha seguito le orme dei genitori in giovane età, non ha rilevato la rinomata casa di moda svizzera Feldpausch, ma ha dedicato la sua vita interamente alla sua passione, la gastronomia. La sua carriera decolla all'inizio degli anni '60. Dopo aver frequentato la scuola alberghiera e aver lavorato ad Arosa e a Londra, acquistò nel 1963 un Hotel con ristorante ad Ascona. «Non ho fatto altro che lavorare con impegno», aveva dichiarato a «Panissimo» poco meno di un anno fa. All'inizio degli anni '90, l'impero alberghiero e della ristorazione FF in Ticino contava tre punti vendita Al Porto, quattro ristoranti, tre alberghi e impiegava circa 350 persone. All'inizio degli anni '90 ha ceduto tutto con l'intenzione di godersi la pensione. Tuttavia, all'età di 67 anni tornò alla gastronomia e gestì nuovamente con successo tre ristoranti in Ticino. Circa tre anni fa, vendette la sua attività ai proprietari della birreria Locher AG, che produce birra Appenzeller. Con questo passo, ha assicurato il futuro dei suoi dipendenti. «Per loro sono come un padre, non il grande capo. Sono la loro garanzia», aveva dichiarato all'epoca.

Fred P. Feldpausch aveva a cuore anche il futuro della panetteria-confetteria e della gastronomia. Per questo motivo, con il ricavato della vendita aveva creato una fondazione per l'istruzione, l'innovazione e il progresso nei settori della gastronomia e dell'industria alberghiera, nonché della panetteria, pasticceria e confetteria. Fred P. Feldpausch aveva una personalità notevole e ha lasciato il suo segno oltre i confini del Canton Ticino, nel nostro come nel settore della gastronomia, per cui gli siamo grati.

PCS/sf

Porgiamo le più sentite condoglianze.



Scuola Professionale Richemont

CORRETTA ETICHETTATURA



TESTO: MONIKA BÖSCH, SPECIALISTA DEL COMMERCIO
AL DETTAGLIO, SCUOLA PROFESSIONALE RICHEMONT/AP

Per noi è chiaro come il sole che il prezzo di un prodotto deve comparire anche sul cartellino del prezzo. Ma per quanto semplice possa sembrare, una corretta etichettatura dei prezzi può essere complessa nella vita di tutti i giorni. Quando si deve annotare solo il prezzo dettagliato e quando anche il prezzo di base deve comparire sul cartellino del prezzo? Domande come queste sono spiegate nell' «Ordinanza indicazione dei prezzi» (OIP).

L'ordinanza non serve solo a controllare, ma persegue anche uno scopo significativo. I prezzi devono essere comparabili in modo chiaro e trasparente per i consumatori e si deve evitare che le informazioni sui prezzi siano fuorvianti. Ad esempio, se io come cliente vedo una scatola di cioccolatini con scritto «Praliné - CHF 15.60», so solo quanto costa la scatola. Tuttavia, ho un'idea molto limitata di ciò che ricevo per CHF15.60.

IL PREZZO DI 100G DEVE PER FORZA ESSERE RIPORTATO SUL CARTELLINO DEL PREZZO?

Esaminiamo le due indicazioni di prezzo, il prezzo dettagliato e il prezzo base.

Il **prezzo dettagliato** mostra quale prodotto viene offerto a quale prezzo in CHF IVA inclusa. Esempio: panino con salame, CHF 4.50 / pezzo. Fin qui tutto bene.

Il **prezzo base** viene utilizzato per i «beni misurabili». Qui il prezzo effettivo dipende dalla quantità venduta. Per poter confrontare le scatole di praline, i pesciolini alle mandorle, ecc. nelle diverse dimensioni, prendiamo come base per il calcolo del prezzo 100g = prezzo base. Esempio: barretta di cioccolato al latte e noci 175g, CHF 12.25 (prezzo dettagliato) CHF 7.00 / 100g (prezzo base)

Quale dei due prezzi appaia sull'etichetta dipende anche dal fatto che i prodotti siano offerti preconfezionati o aperti. Per i prodotti preconfezio-

Esempio: cartellino del prezzo con prezzo dettagliato e prezzo base.



nati, il prezzo base è anche parte del prezzo dettagliato. Esempio: Crema spalmabile alla nocciola, 150 g CHF 9.75 (CHF 6.50 / 100 g). Se vendiamo praline o dolci aperti, è sufficiente il prezzo base sul cartellino del prezzo.

E IL PANE?

La situazione è diversa per il pane venduto sciolto. In questo caso, il peso è il fattore decisivo. Esempio: pane a lievitazione naturale, 280 g CHF 2.80 (CHF 1.00 / 100g), pagnotta scura, 500g CHF 3.50 (senza prezzo base). È un bene tenere d'occhio lo scaffale del pane.

Se ora lasciamo vagare lo sguardo sul nostro assortimento, notiamo che non tutto è ancora prezzato. Il prezzo per la vendita al pezzo dipende anche in questo caso dal peso o dal fatto che il prodotto sia venduto al pezzo. Esempio: Hefestollen, CHF 9.00/pezzo, Buttergipfel, CHF 1.50/pezzo o Mandelgipfel CHF 2.80/pezzo. Non dimentichiamo la vetrina. I prezzi dettagliati della merce esposta devono essere chiaramente leggibili dall'esterno e avere un chiaro riferimento al prodotto. Anche in questo caso, le merci vendute aperte devono avere un prezzo base visibile.

Avremmo etichettato i cartellini dei prezzi, ma a cosa serve il cartellino o l'etichetta più bella se viene posizionata davanti, accanto o sopra il prodotto sbagliato? Dove c'è scritto Mandelgipfel, CHF 2.80 / pezzo, ci devono essere anche le mandorle nel Gipfel. I clienti felici sono garantiti. La conoscenza è buona, un ulteriore sguardo di controllo è migliore e protegge da situazioni difficili. ■

Dichiarazione obbligatoria

Oltre ai requisiti della legislazione alimentare, quando si vendono i prodotti bisogna tenere conto anche dei requisiti per le dichiarazioni di prezzo e quantità. Questi requisiti possono essere diversi per le vendite aperte e per le vendite di prodotti preconfezionati. I principi di base sono riassunti nella linea guida DBPP dell'associazione. Se avete domande sulla struttura della dichiarazione, contattate il dipartimento MSSL & GQ dell'associazione.

benjamin.horand@swissbaker.ch
Tel. 031 388 14 14

Piattaforma online DBPP/MSSL
service.swissbaker.ch