Banco N. 99 - Febbraio 2021



Finanza

Gestori patrimoniali da premio

Strategie

Il Piano Industriale 2021-2023 di Gruppo Banco Desio

Prodotti

Fides, innovazione nella continuità

Filiali

Brescia, ripartire dopo il Covid

Associazioni

Le frontiere della ricerca sul sistema nervoso

Sostenibilità

Lotta allo spreco, a colpi di app



SICURITALI



PROTEGGITI, LA TUA BANCA TI PREMIA

In collaborazione con:



La tua Assicurazione svizzera







Con la tua banca sei protetto ovunque.

Messaggio pubblicitario con finalità promozionali. Operazione a premi riservata ai correntisti Banco Desio. In casa protefiti, è un prodotto di Helvetta Italia Assicurazioni S.p.A.. Prima della sottoscrizione leggere il Set informativo disponibile presso le filiali e sui siti internet www.helvetta.it e www.bancodesio.it Regolamento dell'iniziativa disponibile presso le filiali di Banco Desio. Periodo di validità dell'operazione a premi: 15 febbraio 2021 - 11 giugno 2021. Totale Montepremi indicativo: è 18 000 IVA inclusa. Helvetta Italia Assicurazioni S.p.A. - Sede legale e operativa: Via G. B. Cassinis 21 - 20139 Milano (MI) - www.helvetiaitalia.it Email PEC: helvetiaitalia@pec.helvetia.it Cap. Soc. Euro 15,600.000 i.v. - Isoriz. - Reg. Imprese di Milano n. 02446390581 - Isor. Albo Impresi di Assicurazione - a 10 00052 - Isor Albo Grupol Impre. di Assi n. ord (33)

Anita Armani, Enzo Corti, Marco Demicheli, Luisa Ferrari, Alessandro Manca, Andrea Pizzi,

Editore incaricato Media(iN) srl

Progetto Grafico e impaginazione:

Stampa:

Intergrafica srl Azzano San Paolo (BG)

Febbraio 2021



la riproduzione delle illustrazioni e articoli pubblicati dalla rivista, nonché la loro traduzione è riservata e non può avvenire senza espressa autorizzazione della Casa Editrice. I manoscritti e le illustrazioni inviati alla redazione non saranno restituiti, anche se non pubblicati e la Casa Editrice non si assume responsabilità per il caso che si tratti di esemplari unici. La Casa Editrice non si assume responsabilità per i casi di eventuali errori contenuti negli articoli pubblicati o di errori in cui fosse incorsa nella loro riproduzione sulla rivista. Ai sensi del D.Lgs 196/03 garantiamo che i dati forniti saranno da noi custoditi e trattati con assoluta riservatezza e utilizzati esclusivamente ai fini commerciali e promozionali della nostra attività. I Suoi dati potranno essere altresì comunicati a soggetti terzi per i quali la conoscenza dei Suoi dati risulti necessaria o comunque funzionale allo svolgimento dell'attività della nostra Società. Il titolare del trattamento è: Media(iN) srl, via Paolo Regis 7 - 10034 Chivasso. Al titolare del trattamento Lei potrà rivolgersi al numero 039/99891 per far valere i Suoi diritti di retificazione, cancellazione, opposizione a particolari trattamenti dei propri dati, esplicitati all'art. 7 D.Lgs 196/03



Banco NOLA



Il Consiglio di Amministrazione approva il Piano Industriale 2021-23 4 Governare le leve della vicinanza ai clienti......8

PRODOTTI

Fides, innovazione nella continuità.....10



Gestori patrimoniali da premio .. 12 Il FinTech accelera.....14

COVER STORY

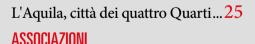
EuroVast, il valore nasce dalle persone16

ANNIVERSARI

Dante attuale da 700 anni20

FILIALI

Brescia, ripartire dopo il Covid.. 22



Le frontiere della ricerca sul sistema nervoso......28

VITA DI GRUPPO

Il Circolo Ricreativo Culturale non si ferma mai31 SOSTENIBILITÀ

Lotta allo spreco, a colpi di app...32





Tribunale di Milano n. 292 del 15 aprile 2005

Direttore responsabile:

Giorgio Brugora

Vice direttore:

Tommaso Adami

Comitato di Direzione:

Tommaso Adami, Mauro Walter Colombo, Alessandro Decio. Emilio Quartucci, Umberto Vaghi

Monica Nanetti

Collaboratori:

Francesco Ronchi

Via Campi, 29/L - 23807 Merate (LC)

Media(iN) srl

Finito di stampare:

Azzano San Paolo (BG)









Giorgio Brugora

I Consiglio di Amministrazione del Gruppo Banco di Desio e della Brianza S.p.A. presieduto da Stefano Lado, in data 17 Dicembre 2020, ha approvato il piano Industriale di Gruppo per il triennio 2021/2023. Il Consiglio ha ritenuto che esistessero i presupposti per l'approvazione del Piano Industriale per il triennio 2021/2023, all'interno di uno scenario macroeconomico incerto, anche sulla base della risposta molto positiva che la struttura aziendale e la propria base clienti hanno saputo mostrare nel corso del 2020, rispetto alle sollecitazioni negative esterne.

Nel corso del 2020 il Banco Desio ha saputo sostenere il difficile momento economico finanziario attraversato dalla propria clientela, realizzando con successo iniziative di rafforzamento della stabilità patrimoniale e del conto economico i cui effetti si vedranno ancora più nei futuri esercizi, ha spiegato l'Amministratore Delegato del Gruppo Alessandro Decio, inoltre sono state avviate iniziative volte a fronteggiare circostanze economiche impreviste in questa crisi causata dalla pandemia, al fine di incanalare la liquidità verso le imprese in

difficoltà, per minimizzare gli effetti della difficile congiuntura economico finanziaria in questo particolare periodo che si trovano ad affrontare le PMI italiane.

Per meglio affrontare la sfida le azioni che la banca intende perseguire sono:

- iniziative tattiche per fronteggiare la congiuntura economica negativa (ottimizzare i costi; rivisitare l'offerta dei prodotti bancari; sostegno alle imprese; ottimizzazione del funding)
- iniziative strategiche contenute nel Piano Industriale (nuovo modello di servizio e segmentazione aree territoriali; restyling prodotti bancari; riorganizzazione Direzione Commerciale; approvazione Piano di Uscite Volontarie e di riqualificazione del personale; efficientamento e semplificazione; aderenza ai migliori standard europei di sostenibilità/ESG attraverso il rispetto delle linee di indirizzo in materia di Corporate Social Responsibility di Gruppo).

I numeri del piano evidenziano una crescita costante e stabile, il Gruppo Banco Desio guidato dall'Amministratore Delegato Alessandro Decio, stima un incremento dell'utile netto del 7,8% medio annuo, portando il risultato netto a fine

...declinata sui 3 segmenti core e aree geografiche storiche

Essere un Gruppo che può competere alla pari con le migliori banche di medie dimensioni

L'ambizione del Gruppo

Banco Desio...

Preservare i fattori distintivi e caratteristici di stabilità, presenza sul territorio e relazione con la clientela

Far leva su un modello distributivo e operativo agile, snello e digitale

Servire al meglio i clienti con un modello omnichannel e con customer journey digitali

Rinnovare il modello tecnologico per renderlo il propellente della trasformazione

Crescere su segmenti ad alti margini oggi sotto penetrati

Wealth Management



Diventare il punto di rifermento nella gestione del risparmio per la propria clientela storica, sfruttando indipendenza della fabbrica, nuove competenze, nuovi servizi e tool

Consumer Banking



Servire i clienti in modalità lean ed efficiente, al minor cost-to-serve possibile, coniugando relazione e digitale e spingendo su prodotti ad alta marginalità sotto penetrati (es. bancassicurazione)

Imprese



Far leva su vicinanza al territorio politica creditizia orientata alla clientela più meritevole, con focus su ottimale allocazione degli impieghi, spinta ambiziosa su servizi specialistici (es. factoring) e massimizzazione del RARORAC migliorando RWA density

Aree storich



Incrementare il focus commerciale sulle aree storiche in quanto a maggior valore attuale e potenziale per il Gruppo Banco Desio









Da sinistra,
Alessandro Decio,
Amministratore
Delegato e
Direttore Generale
del Gruppo Banco
Desio
e Stefano Lado,
Presidente Gruppo
Banco Desio

periodo da 40 milioni di euro del 2019 a 54 milioni e un margine di intermediazione in crescita media annua del 3,6% a 449 milioni a fine piano, rispetto ai 390 milioni con cui si era chiuso l'ultimo periodo. Il ritorno sul capitale (Roe) è atteso al 5,4% a fine periodo dal 3,9% e il cost/income ratio al 62% dal 71%. Sono questi i target del piano che in base alle strategie di sviluppo, afferma l'A.D. Alessandro Decio, confermano il percorso di rafforzamento delle direttrici di rinnovamento e rifocalizzazione del modello di business della banca.

La mission dell'Istituto continuerà a svilupparsi attorno alla propria clientela, famiglie e piccole medie imprese, attraverso valori di dialogo e trasparenza, per supportarle al meglio nello sviluppo delle loro attività e nella gestione del risparmio con una crescita programmata degli impieghi (+2,4% a fronte del +1,7% del mercato) e del risparmio gestito (+9% rispetto al +5,1% del mercato). L'NPL ratio lordo è stimato stabile al 5,5%.

Dal punto di vista patrimoniale la banca prevede di mantenere un livello di Cet1 ben superiore ai requisiti Srep (Cet1 fully loaded 2023 al 10.4), in un contesto economico particolarmente complesso e fragile, fa notare l'A.D. Decio, a causa del susseguirsi di crisi economiche.

Lo sviluppo atteso dei ricavi permette di fronteggiare l'aumentato costo del credito, che per mantenersi sostanzialmente in linea con le attuali coperture, la banca ritiene possa attestarsi nel biennio 2021-2022 attorno ai 100 punti base con un apprezzabile miglioramento solo a partire dal 2023. Il Gruppo Banco Desio prevede per i crediti problematici cessioni mirate per 245 milioni nel triennio. Sul fronte della rete commerciale il Banco Desio intende procedere a un riassetto con una diversa segmentazione/modello di coverage Wealth Management e Imprese e la ricerca di sinergie tra gestori Private e Imprese. Per quanto riguarda l'adeguamento delle infrastrutture IT e organizzativa il Piano Strategico prevede uno sviluppo tecnologico dedicato al miglioramento e all'accelerazione dei pro-

cessi informatici e operativi, e una forte attenzione al fattore umano con un continuo dialogo con il personale del gruppo supportandoli con nuovi programmi di incentivazione e di formazione continua per il consequimento degli obiettivi strategici.

Il Gruppo chiude il 2020 con un utile netto consolidato di 23,7 milioni di euro

Il Consiglio di Amministrazione del Banco di Desio e della Brianza sotto la Presidenza di Stefano Lado ha approvato il progetto di bilancio d'esercizio e il bilancio consolidato al 31 dicembre 2020. L'utile netto consolidato è stato di 23,7 milioni di euro. Il ROE si è attestato al 2,4% a conferma della resilienza malgrado gli accantonamenti su finanziamenti in bonis per 28,5 milioni di euro (coverage a 0,72% rispetto allo 0,49 di fine 2019) e l'onere non ricorrente per le uscite volontarie del personale pari a 12 milioni di euro.

Il bilancio dell'Istituto ha evidenziato un significativo rafforzamento patrimoniale, il Cet1 del Gruppo Banco Desio, +170 punti base rispetto a fine 2019, e il margine operativo ha fatto segnare un +8%, grazie a un attento approccio di derisking, all'incremento dei ricavi (+0,7%) e alla riduzione dei costi d'esercizio (-2,3%), nonostante gli oneri straordinari sostenuti per far fronte all'emergenza della pandemia Covid.

L'NPL ratio è pari a 5,4%, in miglioramento rispetto al 6,3% dell'anno scorso e i livelli di copertura risultano essere in ulteriore miglioramento e sopra la media di sistema. Gli impieghi sono cresciuti del 9,5% a 10,5 miliardi di euro per effetto delle nuove erogazioni alle imprese. La raccolta diretta è aumentata del 5,5% a 11,8 miliardi e quella indiretta ha fatto segnare un +6,2% a 16,5 miliardi.

Sul fronte dei dividendi il board ha formulato una proposta di destinazione dell'utile netto agli azionisti di 0,0603 euro per le azioni ordinarie e di 0,0724 per ciascuna delle 13.202.000 azioni di risparmio. Il relativo pagamento sarà deliberato dall'assemblea della banca, in conformità alle indicazioni dell'Autorità di Vigilanza.



Intervista ad Alberto Fiorino Responsabile Direzione Operativa e Sistemi

Giorgio Brugora

Quali sono i compiti affidati dal Gruppo Banco Desio alla funzione Organizzazione?

Al nostro gruppo di lavoro si chiede di tradurre le disposizioni di legge e le regole interne in processi aziendali sostenibili: più siamo in grado di dare risposte operative chiare e facilmente applicabili, più siamo efficaci. La Direzione Organizzativa, intesa come "macchina operativa" del Gruppo Banco Desio, con le strutture dedicate all'Organizzazione dei processi, alle realizzazioni IT, alla gestione delle Operations e del patrimonio Immobiliare, trasforma le decisioni aziendali in piani operativi per la loro realizzazione. Questi

piani devono prevedere il Cosa, il Come e il Chi, quindi essere una guida operativa sotto forma di regole, strutture e procedure, sia attuative che di controllo. In sintesi, abbiamo il compito di far accadere le cose.

La lista dei 'to-do' è lunga ma soprattutto ampia perché coinvolge tutte le funzioni della Banca; tra questi : - definire le modalità di divulgazione delle normative interne; - supportare la progettazione dei processi aziendali; - convalidare le procedure delle varie funzioni garantendone la coerenza con le direttive della Direzione Generale; - collaborare con la funzione Risorse Umane per la definizione e l'implementazione della struttura organizzativa; - lavorare in sinergia con le altre funzioni aziendali, in particolare Internal Audit, Compliance, Antiriciclaggio, Legale, per assicurare un mix di crescita e innovazione nella giusta cornice di regole.

Quindi assicurare la continuità innovativa della banca?

Non si può prescindere dall'evoluzione tecnologica: è un prezioso alleato per migliorare la qualità del nostro lavoro e del servizio al cliente. L'innovazione dei processi ci permette di renderli più veloci, meglio identificabili e ben definiti, favorendo una riduzione dei costi e un incremento dei ricavi.

In questo ci guida il nuovo Piano Industriale del nostro istituto, portandoci a identificare i processi operativi che devono essere ammodernati nei prossimi mesi, come ad esempio l'innalzamento a standard più evoluti nella rete dati delle filiali, con servizi offerti in cloud computing; e poi l'open banking per integrare soluzioni di mercato, ad esempio con il FinTech; e ancora la firma digitale e la nuova intranet, per fornire ai colleghi strumenti tecnologici di ricerca delle normative, al fine di velocizzare l'autonoma individuazione delle soluzioni nell'esercizio del lavoro quotidiano.

Quali conseguenze ha prodotto la pandemia sul lavoro del bancario e sulla sua professionalità?

Già negli ultimi anni il digitale ha messo in discussione i tradizionali modelli di business. Questa emergenza ha impresso un'accelerazione al rapporto fra ban-



cario e tecnologia. L'esperienza lavorativa derivante dalle restrizioni legate al Covid è stata drasticamente illuminante e ci ha spinto verso una trasformazione del modo di lavorare e di comunicare sia all'interno che verso l'esterno. Siamo passati da un utilizzo del computer prima prevalentemente "amministrativo" a un utilizzo costante per attività commerciali e consulenziali basate sull'uso della videoconferenza (Teams) e della Web Collaboration (firma digitale).

In questo contesto di rapida evoluzione il comparto IT si è trovato a realizzare, in tempi rapidissimi, soluzioni innovative che hanno consentito di poter operare in mobilità o dal proprio domicilio e a rinforzare i presidi di sicurezza informatica per proteggere la banca da incauti e non autorizzati accessi. Con la collaborazione dei colleghi siamo riusciti a garantire il mantenimento dei processi operativi della banca anche nei momenti più critici del lockdown.

Il lockdown ha cambiato anche le abitudini della clientela?

Sicuramente per i nostri clienti è stato un grande cambiamento accedere alla filiale in modo contingentato e su appuntamento anche per le operazioni di cassa. Il nostro sforzo è stato teso a garantire la vicinanza a chi fruisce dei nostri servizi, proprio in virtù del rapporto stretto con il territorio.

Gli investimenti che stiamo portando avanti puntano proprio a colmare la distanza fisica attraverso servizi digitali e home banking. Banco Desio ha chiari e saldi i propri valori di istituzione finanziaria radicata sul territorio e le filiali continuano a essere importantissime per instaurare un rapporto di fiducia e mantenere il legame interpersonale con la clientela. Ma la pandemia ci ha aperto gli occhi sulla necessità di assistere e lavorare "a distanza" e sulla necessità di rafforzare questo rapporto con tutti i mezzi disponibili, sia per l'integrazione fra il personale e la rete, sia per la connessione con il cliente. E non smetteremo di più di farlo.

Come è cambiato il ruolo della filiale?

Stiamo attraversando una vera e propria rivoluzione culturale, si va affermando un modello di filiale caratterizzato da modularità e flessibilità operativa, entrambe innovative rispetto al modello tradizionale. Le filiali si configurano non più come spazio fisico legato all'offerta di servizi operativi, ma come luogo di consulenza e di confronto, rappresentano il punto di riferimento e una certezza per i nostri clienti che, come noi, hanno un forte legame col territorio e con le persone. Gli stessi clienti ci stanno chiedendo di muoverci in

questa direzione pur mantenendo il contatto personale fiduciario. Per questo stiamo rivedendo i processi
organizzativi e operativi, per prima cosa formando i
colleghi e poi adeguando le strutture con strumenti
che possano dare loro la possibilità e la certezza di
operare e dialogare con la clientela in un regime di
trasparenza e d'indipendenza. All'interno di alcune filiali stiamo introducendo le "Aree Self", dove il cliente
potrà svolgere autonomamente le operazioni di cassa
più frequenti. Le filiali devono diventare il "punto focale" di questa trasformazione e per farlo come si deve,
devono essere le prime a trasformarsi.

Quali sono le priorità?

Senza dubbio il tema più importante è proprio quello di coniugare la capacità di presidiare il territorio fisicamente, con quella di sviluppare relazioni virtuali in una sorta di "presidio del territorio digitale", grazie a nuove soluzioni negli ambiti del cloud, del customer engagement, della gestione del credito e dei pagamenti elettronici e della cybersecurity.

Oggi la pressione di nuovi competitor non bancari porta le banche ad allargare e velocizzare i servizi offerti, e la tecnologia offre solo un aiuto per curare i rapporti con strumenti multimediali. Occorre scegliere le strategie migliori per rispondere all'innovazione e all'aspettativa del cliente, che pretende dalla propria banca efficienza, rapidità, trasparenza, sicurezza delle transazioni e servizi personalizzati.

Il FinTech è il migliore alleato della banca?

Il migliore alleato della Banca è chi vi lavora sentendosi parte di un Progetto. Certo, il FinTech è una componente importante, per questo stiamo lavorando a piattaforme e collaborazioni su alcuni servizi specifici, i nostri sistemi fungeranno da interfaccia unica anche dal punto di vista tecnologico. Il Mobile Banking sarà una piattaforma su misura in questo ambito, e rappresenta certamente un nuovo passo avanti. Svilupperemo una soluzione che possa avvicinare i nostri clienti, tanto le famiglie quanto le imprese, accompagnandoli verso una nuova fase di crescita e in alcuni casi di rilancio. La tecnologia sta modificando la composizione, il funzionamento e i tempi del settore bancario. Si deve saper cavalcare la rivoluzione digitale, e se vogliamo giocarcela dovremo investire moltissimo in formazione e "il giusto" in infrastrutture tecnologiche con un approccio completo, veloce e ben strutturato. Ma tutto questo per funzionare ha bisogno di una partecipazione attiva e diffusa a tutti i livelli e il mio gruppo di lavoro si impegnerà per ascoltare e coinvolgere tutti.



Governare le leve della vicinanza ai clienti

Intervista a Emanuele Cacciatore, Responsabile Marketing Banco Desio

Giorgio Brugora

Qual è la funzione della Direzione Marketing in una banca?

Nella più classica accezione, il Marketing in Banca significa individuare necessità, bisogni e valori di un mercato obiettivo e mettere in moto delle leve specifiche per soddisfarli meglio dei concorrenti. Tuttavia il Marketing si è evoluto e oggi ha la missione di costruire, consolidare e accrescere la fiducia dei clienti,

agendo sulla "customer experience", che è il veicolo principale per creare il legame tra il cliente e la banca. Ovviamente tutto ciò ha come obiettivo quello di attrarre nuovi clienti, incrementare il cross-selling, migliorare la retention e rafforzare la missione di banca nel territorio. Ciò è possibile solo se si pensa alle filiali come luogo dei servizi alla persona.

Prevale la pianificazione strategica, il posizionamento di mercato o l'individuazione del target dei clienti?

La pianificazione sta alla base di tutto; se prima non si fissano gli obiettivi e i mezzi con i quali si vogliono raggiungere tali obiettivi, si rischia di andare in direzioni che solo troppo tardi si potrebbero rivelare improduttive. Un esempio è rappresentato dal nostro Piano Industriale del prossimo triennio, che è stato un percorso molto importante per l'acquisizione di maggior consapevolezza dei nostri punti di forza, sui quali fare leva per traguardare gli obiettivi di crescita che sono nelle nostre possibilità. Grazie a questa analisi, su basi di trasparenza, sostenibilità e ambizione, possiamo quindi fare scelte di posizionamento di mercato e di target di clienti.

Le banche nell'opinione pubblica degli ultimi anni hanno una reputazione poco lusinghiera; quali azioni mette in campo il Marketing per combattere questi pregiudizi?

Il Banco Desio gode di una solida reputazione e customer satisfaction presso la propria clientela, grazie alla capacità dei nostri colleghi nelle filiali di sviluppare una relazione orientata a vicinanza, empatia e qualità del servizio. In questi casi il ruolo del Marketing è ancora più delicato, perché deve garantire ai colleghi nelle filiali un livello di servizio interno tale non solo da non avere cadute nel rapporto di fiducia che si è consolidato nel corso degli anni, ma anche la possibilità di crescere con servizi innovativi



🖊 la **Banco**nota



e su misura e che permettano di condividere idee, obiettivi e progetti.

Il futuro del Marketing sono il Digital Marketing e il Social Media Marketing? In quale proporzione l'uno o l'altro?

Il digitale ha cambiato il modo di fare banca, ma nella nostra banca la tecnologia non sostituisce le filiali, che rimangono al centro del modello di business, come lo sono le persone che ci lavorano. Il nostro nuovo Piano Industriale indirizza gli investimenti sul digitale, ma lo mette al servizio del rapporto diretto delle filiali con il territorio. È quindi una scelta non solo tecnologica, ma soprattutto strategica che permette di allargare il portafoglio di offerta dei prodotti e servizi bancari, aumentando la frequenza di interazione tra banca e cliente con la rete territoriale.

Quanto contano per una banca il numero di follower e di like?

Usiamo i social network per raggiungere meglio il territorio e in questo senso non ci guidano follower e like, perché il nostro modo di fare banca si basa sulla relazione di fiducia tra persone.

Che differenza c'è tra fare Marketing e fare pubblicità?

C'è una grande differenza: la capacità di comunicare la value proposition di un prodotto o di un servizio riflette il lavoro che si è fatto su altre leve, come lo sviluppo del prodotto, la scelta del canale distributivo e il pricing. Il Marketing ha prima di tutto l'obiettivo di lavorare bene su tutte queste leve, e solo successivamente di sviluppare e creare una efficace campagna comunicativa, con la scelta del canale di comunicazione (tv, advertising, sponsorizzazioni, cartelloni pubblicitari, pubblicità sui media). Le leve fondamentali attraverso le quali il Marketing agisce sono i prodotti, i canali distributivi, il prezzo e la comunicazione. La pubblicità è quindi solo una parte dell'ultima di queste quattro leve, a servizio del mondo del Marketing che è molto più ampio.

Il Marketing del Banco Desio è un Marketing territoriale?

Decisamente. È territoriale, perché deve indirizzarsi a supportare l'attività commerciale della rete, che ha una sua anima spiccata di reattività e vicinanza territoriale alla clientela. La rete è la vera banca del territorio, oltre ogni slogan; lo si è visto chiaramente durante i periodi di lockdown: i colleghi con grande spirito "imprenditoriale", grazie anche a un gioco di squadra con le funzioni centrali, sono riusciti a garantire la massima vicinanza e la più ampia accessibilità a tutti gli schemi di legge, decreti di liquidità e garanzie pubbliche. Il nostro Marketing è tutto indirizzato a proteggere e potenziare questa straordinaria vocazione.





Monica Nanetti

o scorso mese di dicembre il Consiglio di Amministrazione di Fides ha approvato il Piano Industriale 2021 – 2023. Forte crescita commerciale, diversificazione dell'offerta e innovazione del processo di distribuzione gli aspetti salienti del Piano. Ne parliamo con Maurizio Fuso, dallo scorso mese di luglio Direttore Generale della società di credito al consumo del Gruppo Banco Desio.

Signor Fuso, il Piano Industriale si inserisce in una realtà attuale e prospettica molto difficile del nostro Paese. Ne avete tenuto conto?

Siamo pienamente consapevoli di aver elaborato un Piano particolarmente ambizioso, che tuttavia, per quanto ci riguarda, si fonda su valutazioni giustificate da una approfondita disamina delle nostre potenzialità. Abbiamo inteso dare al mercato, al nostro mercato, un messaggio di ponderato ottimismo che trova una sua giustificazione già dalla lettura dei dati di bilancio 2020: in un anno straordinariamente difficile, caratterizzato da una emergenza sanitaria senza precedenti, con pesanti ricadute sul piano sociale ed economico, Fides realizza il suo massimo traguardo commerciale a dimostrazione che, a volte, anche le difficoltà aiutano a crescere.

La recessione economica, la necessità delle famiglie di integrare le risorse finanziarie hanno favorito aziende come la vostra?

Non proprio. È un luogo comune difficile da smontare, quello che vede aziende come la nostra favorite nei momenti di crisi congiunturale. I primi dati disponibili confermano ancora una volta il contrario: nei momenti di crisi le famiglie italiane, anche quelle che fortunatamente non hanno registrato contrazioni del reddito disponibile, tendono a rinviare a momen-



ti migliori spese e investimenti e, conseguentemente, il ricorso a forme di integrazione finanziaria. Operiamo nel credito al consumo e quando i consumi si contraggono non possiamo che subirne le consequenze.

Allora come si spiega il risultato 2020 e, soprattutto, dove trova le ragioni per la pianificata ulteriore crescita?

I risultati 2020, oltre alla grande dedizione delle nostre risorse e alla consolidata professionalità della rete di vendita, premiano la politica di differenziazione di prodotto che la società ha intrapreso negli ultimi anni. I prestiti personali e le operazioni di anticipazione sul trattamento di fine servizio ci hanno consentito di avvicinare e soddisfare i bisogni di una più ampia fascia di clientela, permettendoci di traguardare un maggior giro d'affari.

Ma questo non confligge con il concetto di specia-lizzazione che è alla base delle cosiddette "società prodotto"?

La specializzazione è e resta un fattore critico di successo per aziende come la nostra ma, proprio perché ne costituisce il punto di forza, non ne può contemporaneamente rappresentare il limite. Proprio perché specialisti nel credito al consumo, noi vogliamo offrire più proposte ai consumatori. La cessione del guinto è e rimane il prodotto "core" della società ma il prestito personale, nelle sue diverse articolazioni, si affianca e completa l'offerta. L'evoluzione in corso è: da specialisti di prodotto a specialisti di (un) mercato. È nostro compito dare alla rete distributiva tutti gli strumenti per soddisfare i bisogni del cliente: la cessione del quinto non può essere l'unica risposta perché, nonostante le nuove opportunità che si sono venute a creare con i provvedimenti legislativi del 2005, c'è ancora un divieto di accesso per ampie fasce di clientela quali dipendenti di aziende minori, liberi professionisti, piccoli imprenditori.

Il mercato del credito al consumo, soprattutto



per quanto riguarda il prodotto principe – il prestito personale - vede impegnati player di caratura internazionale. Come pensa Fides di poter competere?

Premesso che il Gruppo Banco Desio ha una consolidata tradizione nel settore, c'è più di una ragione che porta a ipotizzare un profittevole futuro. I volumi nazionali, ancorché in progressiva espansione, qualora raffrontati con quelli di altri Paesi a economia avanzata lasciano intravedere ampi spazi di crescita; in questo senso la prima cosa che viene da dire è: c'è spazio per tutti. Anche nel nostro Paese, ancora caratterizzato da un basso ricorso all'indebitamento da parte delle famiglie e da una forte propensione al risparmio, si va sempre più diffondendo, soprattutto nelle fasce più giovani della popolazione, il ricorso all'assistenza creditizia per finanziare i consumi. È questo il mercato a cui guardare, con strumenti, linguaggi e proposte innovative in grado di garantire continuità nelle relazioni.



Gestori patrimoniali da premio



Dasinistra,
Marco Demicheli
(gestore
obbligazionario),
Alessandro
Manca (gestore
azionario),
Davide Beretta
(gestore fund
selector),
seduto, Massimo
Bergonzi
(responsabile),

n importante riconoscimento ha recentemente sancito la altissima qualità dei servizi di asset management di Banco Desio: lo scorso 7 dicembre sono infatti state pubblicate le classifiche dalla terza edizione dell'indagine "I Migliori gestori patrimoniali 2021 in Italia", condotta dall'Istituto Tedesco Qualità e Finanza (ente indipendente specializzato nella comparazione di prodotti e servizi) in collaborazione con il media partner La Repubblica Affari&Finanza. In un contesto altamente competitivo, Banco Desio si è saldamente piazzato ai vertici di tutte le classifiche: da quella generale dei "Migliori Gestori Patrimoniali 2021" con un punteggio complessivo di 89% alle graduatorie più specifiche, come quella relativa ai "Migliori Portafogli" che ha attribuito a Banco Desio un primo posto ex aequo

con un punteggio del 98%.

Monica Nanetti

Il team di esperti di ITQF ha esaminato le proposte di investimento in modo assolutamente imparziale e sulla base di metodi scientifici, esaminando quattro diverse aree di valutazione (a loro volta suddivise in una serie di sottocategorie per un totale di 20 diversi indicatori): Organizzazione (con un peso del 10% sulla valutazione complessiva), Orientamento al Cliente (30% del giudizio finale), Qualità del Portafoglio (35%) e Trasparenza (25%). Solo 11 tra i gestori presi in esame hanno superato la "soglia di premiazione", corrispondente al 70% del punteggio del miglior classificato in ogni categoria di valutazione, e tra questi Banco Desio ha saputo posizionarsi costantemente nelle prime posizioni.

Il prestigioso titolo premia l'attività e la competen-



ISTITUTO TEDESCO

2021

za di un team di lavoro estremamente coeso e qualificato, quidato dal responsabile Massimo Bergonzi e composto da Marco Demicheli (gestore obbligazionario), Alessandro Manca (gestore azionario), Davide Beretta (gestore fund selector), Luca lacarella (settore performance e rischi/back office) e Simona Lanzani (settore amministrazione/back office).

Ed è proprio a Massimo Bergonzi che abbiamo chiesto qual è la filosofia di base che quida le Gestioni Patrimoniali di Banco Desio: "Il nostro obiettivo primario - spiega Bergonzi - è molto semplice e preciso: vogliamo costruire valore nel tempo. Un principio che fonda le sue radici nella convinzione che la ricerca del guadagno e della crescita del patrimonio non possa e non debba essere in alcun modo influenzata da fenomeni e tendenze di breve o brevissimo periodo. Nelle scelte degli investimenti non vengono quindi mai assunte posizioni estreme, né sui singoli titoli, né su settori specifici; le nostre scelte di gestione sono orientate alla ricerca, nel medio periodo, del miglior rapporto rischio/rendimento".

Su questi presupposti, con quali criteri vengono messe in atto in concreto le scelte di investimento? "Il servizio di Gestioni Patrimoniali che offriamo proseque Bergonzi - è composto da una gamma di prodotti finanziari che coniugano la diversificazione di portafoglio con un alto grado di flessibilità. Il team di specialisti dedicati alle gestioni si avvale, nelle scelte e nelle analisi, di esperienze e competenze acquisite nel corso di una pluriennale presenza sui mercati, per andare alla ricerca della miglior composizione del portafoglio, dedicando particolare attenzione alla diversificazione tra classi di attivi (azioni e obbligazioni), fra aree geografiche e settori. Questa costruzione del portafoglio si basa sulla definizione del ciclo economico per la scelta dei mercati, delle aree geografiche, nonché su un'analisi settoriale per la selezioni delle classi di attivo; particolare attenzione viene riservata all'analisi fondamentale, con l'obiettivo di identificare gli strumenti finanziari sottovalutati e quelli caratterizzati da interessanti prospettive di crescita.

In sintesi, possiamo riassumere il nostro metodo di lavoro in cinque elementi: l'indipendenza (con un'assoluta autonomia decisionale nelle scelte di investimento); la specializzazione (con l'accesso a tutti i mercati e alle principali case di investimento); il Track Record (che mostra risultati positivi costanti nel tempo a 3 e a 5 anni); la flessibilità (grazie alle nostre "piccole" dimensioni possiamo contare su processi decisionali snelli e veloci); la chiarezza e trasparenza (con una costante comunicazione nei confronti della clientela e la massima limpidezza negli obiettivi, che vedono l'ottimizzazione del rapporto rischio – rendimento sempre anteposto alla performance pura)".

la Repubblica Nel tempo, comunque, i mercati si trasformano, e cambiano di pari passo le richieste degli investitori. Quali sono le "nuove" esigenze di investimento, e come risponde Banco Desio?

"Alle nostre soluzioni di investimento 'classiche' abbiamo affiancato nel corso del tempo una serie di linee che rispondono alle nuove e specifiche esigenze evidenziate dai nostri clienti. Negli ultimi anni, ad esempio, abbiamo riscontrato un crescente interesse verso i temi della sostenibilità da parte di risparmiatori che vogliono coniugare la ricerca dei rendimenti con un'attività di filantropia, assumendosi la propria responsabilità nei confronti delle persone e dell'ambiente per contribuire a migliorare in modo significativo i valori etici e aumentare la qualità generale della vita. Gli investitori desiderano sempre più spesso 'fare la propria parte', riciclando i rifiuti, ricercando fonti di energia più pulita e adottando pratiche rispettose dell'ambiente. Abbiamo quindi ragionato su come estendere questi principi anche alle decisioni d'investimento: riteniamo infatti che possiamo fare la differenza nel modo in cui scegliamo di investire i nostri risparmi, senza per questo rinunciare all'opportunità di accrescere il nostro patrimonio.

Per questo nell'ambito delle Gestioni Patrimoniali del Banco Desio è presente la linea in fondi 'GPF Linea Etica 20%', il cui scopo è quello di offrire alla clientela l'opportunità di investire in realtà che concretamente combinino la ricerca del profitto con la sfera ambientale (acqua, biodiversità, rifiuti, ecc.), quella sociale (tra gli altri, diritti umani, salute e sicurezza, filantropia), quella legata alla cultura societaria (per esempio, indipendenza, corruzione, trasparenza) e quella etica (assenza di società operanti nella produzione di alcolici, tabacco, armi, ecc.). Questo prodotto - rivolto sia a soggetti privati che istituzionali - è stato lanciato da circa tre anni e siamo orgogliosi di essere stati tra i primi a proporre un tale servizio di investimento al mercato".



14

Il FinTech accelera panoramica di un nuovo trend

Il settore dei servizi finanziari si trova attualmente al centro di una rivoluzione di vasta portata e senza precedenti, nota come FinTech, derivante dall'applicazione della tecnologia alla finanza.

Alessandro Manca e Marco Demicheli - Ufficio Gestione Patrimoni Mobiliari del Banco Desio

n poco meno di trent'anni, la digitalizzazione ha pervaso il mondo che ci circonda, dalla rapida diffusione della telefonia mobile alla nascita di internet e, più recentemente, dei social media e dei Big Data. La "rivoluzione digitale", intesa come la diffusione su ampia scala delle tecnologie digitali, ha modificato radicalmente lo stile di vita e il modo di comunicare e di agire delle persone, con impatti significativi su tutti i comparti produttivi. Tra questi anche il settore dei servizi finanziari si trova attualmente al centro di una rivoluzione di vasta portata e senza precedenti, nota come FinTech, derivante appunto dall'applicazione della tecnologia alla finanza. Attualmente, nella sua globalità, questo nuovo settore si compone di cinque categorie principali. Al primo posto possiamo senz'altro annoverare quella dei mobile payments (pagamenti elettronici) che rappresenta probabilmente la maggior innovazione degli ultimi tempi, in considerazione dell'elevatissimo tasso di crescita dovuto per lo più alla massiccia diffusione degli smartphone. Questi possono configurarsi come pagamenti a distanza, di solito eseguiti tramite internet, oppure pagamenti in prossimità, in genere eseguiti direttamente nel punto vendita e basati sulla tecnologia NFC che permette di riconoscere il telefono se avvicinato a un apposito lettore. Il comparto degli intermediari finanziari non poteva restare immune da questa rivoluzione e, infatti, sta prendendo sempre più piede il cosiddetto digital lending: l'offerta FinTech nel settore del credito. Tale sistema consente, tramite una piattaforma telematica, di mettere in relazione diretta prestatori e prenditori di fondi, rendendo possibile il trasferimento delle risorse in surplus provenienti da una moltitudine di singoli risparmiatori ai singoli richiedenti credito, senza l'intervento di un intermediario finanziario. Le piattaforme, quindi, riescono a eseguire gran parte dei processi della catena di intermediazione che in passato erano appannaggio esclusivo degli intermediari abilitati. La tecnologia applicata alla finanza, in questo caso, non si limita a rendere più veloci, semplici ed economiche parti dell'attività di intermediazione, ma pone in essere le condizioni per rendere superflua





e dunque sostituire del tutto l'intermediazione stessa nella sua forma tradizionale.

Tra le maggiori innovazioni dell'ecosistema FinTech annoveriamo poi la robo advisor, ossia la prestazione di servizi finanziari attraverso strumenti automatizzati. Si tratta di un vero e proprio consulente finanziario virtuale che, sfruttando la tecnologia, offre servizi di consulenza al pubblico in modo efficiente e a costi contenuti rispetto a quelli connessi alla prestazione del servizio face-to-face. I robo advisor rispondono guindi a un tentativo di democratizzazione dei servizi di consulenza. La crisi del 2008 ha portato, tra le altre cose, a un restringimento dei finanziamenti da parte delle banche e delle altre istituzioni finanziarie. La ricerca di nuove soluzioni ha agevolato lo sviluppo di modalità di finanziamento alternative, tra le quali il crowdfunding, che si caratterizza per essere uno strumento di raccolta fondi attraverso il quale il promotore di un'iniziativa richiede al pubblico (crowd), tramite una piattaforma, somme di denaro per sostenere un progetto o un'attività specifica (funding). I progetti che sono proposti sulle piattaforme prevedono di norma un obiettivo, in termini di quantità di risorse, e un termine entro il quale raccoglierle. Alla scadenza tutte le promesse di investimento saranno ultimate e accreditate sul conto intestato al promotore del progetto. In caso di mancato raggiungimento dell'obiettivo finanziario, nessun versamento sarebbe perfezionato e il finanziatore non si vedrebbe addebitare l'importo promesso.

Infine, la *Blockchain* è la tecnologia che regola il funzionamento della valuta virtuale più diffusa e celebre, ovvero il Bitcoin. Il suo fine è quello di consentire lo scambio, sicuro e in tempo reale, di moneta virtuale tra più soggetti senza la necessità che la transazione sia validata da un'autorità centrale. Grazie alla natura del suo funzionamento, questa tecnologia è una so-

"Non è la specie più forte che sopravvivrà, nemmeno la più intelligente. Ma quella più capace di adattarsi ai cambiamenti"

(Charles Darwin)

luzione che le istituzioni finanziarie possono utilizzare per certificare la conclusione di qualsiasi tipo di transazione e può inoltre essere utilizzata in molti altri settori, quali quello sanitario, quello pubblico e così via.

L'esplosione del fenomeno FinTech ha fatto gridare a molti all'imminente capitolazione del tradizionale settore bancario e finanziario. In realtà, le enormi potenzialità insite nelle start-up del ramo FinTech dovrebbero essere considerate non una minaccia, ma al contrario un'opportunità di rinnovarsi e modernizzarsi attraverso forme di collaborazione e partnership (Fintegration) con esse. Molto probabilmente, in un futuro prossimo, il progredire della digitalizzazione porterà a una forte convergenza tra le aziende FinTech e le banche tradizionali. La Fintegration, infatti, si presenta come un processo in cui le prime porteranno innovazione e agilità, mentre le seconde forniranno la dimensione e il brand. Si tratta comunque di un tema cruciale, dal momento che le innovazioni FinTech hanno aperto nuove opportunità di business e ridotto significativamente il costo di nuove iniziative; aprirsi all'innovazione per le grandi istituzioni tradizionali è essenziale non solo per evitare la concorrenza delle FinTech stesse, ma anche per contrastare le minacce che potrebbero presto arrivare dalle grandi società digitali internazionali che, grazie alle loro attività, hanno già a disposizione basi utente decisamente ampie e profilate.





il valore nasce dalle persone

a cura della redazione

elle aziende i numeri sono importanti, ma lo sono ancor di più le persone e i valori che permeano l'identità aziendale costruita giorno dopo giorno da chi ha fondato l'impresa.

Lo dimostra EuroVast. azienda lucchese leader

Lo dimostra EuroVast, azienda lucchese leader nell'industria della carta tissue: una realtà imprenditoriale di successo, che nell'arco di tre decenni ha saputo crescere e strutturarsi fino a diventare, oggi. un perfetto esempio di smart factory europea 4.0. Pochi numeri bastano per dare un'idea delle dimensioni e del dinamismo del gruppo: 5 cartiere in Toscana; 4 stabilimenti converting in Europa di cui due a Lucca, uno nel centro della Gran Bretagna (a Liverpool) e uno in Olanda (a Oss, nei pressi di Eindhoven); oltre 76.000 metri quadri di superficie produttiva complessiva; 4 marchi propri (Fior di Carta, Suprema, Buffalo e Bravo) che assorbono il 30% della produzione, mentre il restante 70% è destinato a private label; un fatturato 2020 di circa 180 milioni di euro, con tassi di crescita "a due cifre" in tutti gli ultimi anni.

C'è, insomma, tutto quel che serve per tracciare una case history aziendale di successo; ma sarebbe un racconto parziale e incompleto, perché gli elementi più preziosi e caratteristici di EuroVast si trovano sotto questa punta dell'iceberg, in quello che si potrebbe sinteticamente definire come "il fattore umano". Lo conferma senza mezzi termini il protagonista indiscusso, fondatore, presidente, amministratore delegato e deus ex machina del gruppo, Vincenzo Romano: "Per fortuna il lavoro non è solo una questione di numeri; dobbiamo difendere la parte umana, i rapporti interpersonali: perché quella che si svolge in azienda, insieme ai miei dipendenti, è la fetta più grossa della mia vita".

Grande appassionato del suo lavoro, Romano - di origini siciliane - è arrivato a Lucca nel 1991, assumendosi il rischio di varare un'impresa proprio in quello che è considerato il più grande distretto cartario non solo a livello italiano, ma mondiale: la cosiddetta "tissue valley" della lucchesia, in cui si riuniscono i principali produttori di tecnologia per l'industria e i più importanti produttori di carta. Da qui ha inizio l'avventura di EuroVast SpA: un'ascesa crescente nel corso degli anni e sostenuta dalla capacità, dalla visione e soprattutto dalla straordinaria capacità di Romano di entrare in sintonia con i suoi collaboratori. "Appena arrivato in azienda – ricorda l'imprenditore - ho riunito tutti i dipendenti e mi sono presentato: me stesso, il mio pensiero, i miei valori.

Nella pagina accanto: Vincenzo e Umberto Romano





E ho visto che riuscivo a farmi ascoltare da quasi tutti: mi seguivano, si emozionavano; in breve, hanno sposato il mio progetto. Un progetto fatto di grande passione, creatività e tanto lavoro".

Nel 1994, solo due anni dopo il suo arrivo a Lucca, Romano introduce un prodotto innovativo che diventa subito il principale volano del percorso di crescita ed espansione tuttora in corso: il "Rotolotto" primo monorotolo per uso domestico, che rivoluziona il concetto di rotolo da cucina portando sullo scaffale una soluzione fino a quel momento tipica del segmento industriale. Nel 2011 è la volta di un'altra innovazione di prodotto che conferma la vitalità, il grande carisma e le idee molto chiare di Romano: la tovaglietta in rotolo, che segna di fatto un cambiamento nelle abitudini e nelle modalità di utilizzo di questo prodotto. Nel 2020 la gamma di rotoli igienici Suprema viene eletta Prodotto dell'Anno: un riconoscimento importante che evidenza la crescita di EuroVast nel panorama dei brand. L'azienda, oggi, conta all'attivo una capacità produttiva superiore alle 150.000 tonnellate annue e circa 300 dipendenti, con un fatturato in costante crescita.

Ma quali sono dunque, a parere di Vincenzo Romano, gli elementi fondamentali per un imprenditore? "Qualità, fiducia, responsabilità, etica, valore umano" è la risposta. Una "formula" che si basa su tre concetti-chiave: "Per prima cosa - spiega Roma-

no - è indispensabile la qualità del prodotto finito, dal momento che è proprio la qualità che fa crescere l'azienda; e per ottenerla bisogna essere costantemente attenti, pieni di curiosità per l'innovazione, affamati di miglioramento: come è accaduto fin da quando, appena arrivato a Lucca, mi sono immediatamente reso conto della necessità di dotarmi di un laboratorio tecnico di analisi per poter offrire prodotti uniformi. Non a caso, in questi 30 anni, l'azienda si è sempre qualificata come interprete entusiasta delle più moderne tecnologie per la produzione del tissue.

Il secondo elemento essenziale è il rispetto per chi lavora con te: le persone devono essere al centro dello sviluppo, perché ogni persona che lavora bene ed è rispettata può regalare tanto all'azienda con il proprio impegno. A fare la differenza è il lavoro di squadra; un'azienda diventa veramente grande solo se sono i collaboratori a riconoscerlo. E io, i miei dipendenti, li amo davvero".

Arriviamo così al terzo elemento-chiave, su cui Vincenzo Romano è perentorio: "Il rispetto per l'ambiente, che rappresenta oggi una delle grandi priorità economiche e sociali del pianeta. EuroVast sta portando avanti una politica di produzione virtuosa attraverso investimenti industriali all'insegna del 'green', con l'obiettivo di un'azienda a bassissimo impatto ambientale. E anche per il prossimo futuro









In alto,
18 installazione della
nuova PM presso
la Cartiera della
Basilica a Botticino

abbiamo in programma importanti progetti all'insegna dell'innovazione e della sostenibilità. È un aspetto fondamentale, un'attenzione e una tutela che dobbiamo ai nostri figli.

In sintesi, la visione strategica orientata a tecnologia e sostenibilità permetterà nel prossimo futuro di raccogliere risultati importanti in termini di crescita".

L'ambiente è un tema condiviso che accomuna Vincenzo al figlio Umberto, direttore generale di EuroVast: è a lui che si devono i più recenti interventi che - con investimenti dell'ordine di oltre 10 milioni di euro - hanno confermato l'azienda come modello di ecosostenibilità. "Quando Umberto è arrivato in azienda - racconta il padre - la sua primissima azione è stata sostituire gli ultimi carrelli elevatori diesel con modelli a motore elettrico, come segnale preciso di attenzione a tutti gli aspetti legati all'impatto ambientale". Da qui, il percorso è proseguito a grandi passi: lo stabilimento olandese di Oss è un impianto in completa autonomia energetica, alimentato al 100% da energie rinnovabili; la Cartiera di Villa Basilica dispone della prima linea al mondo dotata di un innovativo sistema di disidratazione del foglio di carta che permette un aumento produttivo del 56%, a fronte di una riduzione di gas del 18/20% e di energia di elettrica del 10%; lo stabilimento di trasformazione di Toringo ha visto l'installazione di un impianto fotovoltaico su una superficie di 10.000 mq., in grado di coprire l'intero fabbisogno energetico dello stabilimento e di ridurre le emissioni inquinanti nell'atmosfera; e molti altri sono i progetti e gli investimenti "green" già pronti per i prossimi mesi.

Racconta Umberto Romano: "Quando nel 2015, dopo parecchi anni di assenza, sono rientrato in azienda ho trovato EuroVast profondamente cambiata sotto ogni profilo: strutturale, sociale, commerciale. Risultato di un percorso straordinario di 30 anni





di crescita intensa e ininterrotta, che rappresenta un'autentica rarità imprenditoriale. Questo, va detto, rende il lavoro più agevole: EuroVast oggi è stimata sia da fornitori e clienti, sia dagli stessi competitor ed è considerata azienda leader sul mercato. In questi ultimi anni, poi, ci siamo concentrati molto sul processo di internazionalizzazione che sta fornendo degli eccellenti risultati: sia nel Regno Unito, servito attraverso lo stabilimento di Liverpool, in cui il nostro brand si è ormai consolidato; sia in Olanda, con un impianto che è stato raddoppiato nel corso del 2020 e che entrerà pienamente a regime nel 2021 con un ulteriore, rilevante aumento dei volumi di produzione".

Resta il fatto che Umberto Romano si è trovato ad affiancare una figura imprenditoriale estremamente forte e carismatica: come ci si trova a lavorare insieme al padre, nei panni dell'esponente di "seconda generazione"? "È bellissimo: ogni giorno si impara qualcosa di nuovo e di stimolante. Il mio ritorno in azienda è stato colmo di emozione. E quando, dopo aver seguito il converting per qualche tempo, mio padre ha proposto il mio passaggio alla direzione generale, mi sono reso conto che questo accadeva perché ero riuscito effettivamente a fare mio il suo stile di gestione, la sua visione, i suoi valori. In realtà, trovarsi a essere il figlio del titolare non è sempre sem-

plice: è necessario mantenersi con i piedi ben saldi per terra. Tanto più in un caso come il nostro, in cui tutto si muove già con un segno positivo: inserirsi in una simile realtà è bello, ma è anche difficile riuscire a fornire un ulteriore valore aggiunto, migliorare ciò che già funziona bene. Così mi sono affiancato a chi lavorava in azienda continuando sul percorso già intrapreso, aggiungendo piccoli tasselli, perfezionando e sviluppando le aree principali (con particolare attenzione alla CSR, allo sviluppo dei nostri brand e all'internazionalizzazione), dotandoci di nuove strumentazioni (come il nostro software d'avanguardia), senza apportare cambiamenti radicali. Del resto, mio padre ha una grande dote: nonostante anagraficamente possa essere considerato un imprenditore 'vecchio stampo', un 'self made man' che lavora da quando aveva 16 anni, nei fatti è assai più evoluto di gran parte dei giovani, che molto spesso supera per dinamismo, per apertura mentale, per sintonia con il tempo presente".

"Anche quando si parla di investimenti - conferma Vincenzo - dovrei essere io quello che frena, che spinge verso scelte conservative; invece è il contrario, sono proprio io a essere lo stimolo per nuove iniziative. Quello che mi piacerebbe davvero è lasciare dopo di me qualcosa di bello, che possa essere un esempio positivo."







DANTE attuale da 700 anni

Monica Nanetti

I anno di Dante: il 2021 segna l'anniversario dei 700 anni dalla morte di quello che è universalmente considerato come il padre della lingua italiana.

Nato a Firenze nel 1265 (la data è incerta e compresa il 21 maggio e il 21 giugno), Dante Alighieri morì a Ravenna nella notte fra il 13 e il 14 settembre

1321, dopo aver lasciato un segno indelebile non solo con la sua opera di poeta e letterato, ma anche di politico e studioso di filosofia e teologia. Una figura di "uomo del suo tempo" che non manca tutt'oggi di interessare e affascinare: non a caso il recente libro dello storico Alessandro Barbero "Dante", che racconta la sua vita, le sue vicende e le sue idee, è ormai da vari mesi il vetta alla classifica dei best-seller nazionali.

Una ricorrenza così importante non poteva non essere celebrata con una serie di iniziative un po' in tutta Italia, e in particolare nei molti luoghi che sono stati testimoni di fasi importanti della vita di Dante; dalla città natale, Firenze, a luoghi dove trascorse parte della sua vita di esule: Verona, Roma, Arezzo, Pisa, Bologna, Forlì, fino a Ravenna, dove spese l'ultima parte della sua esistenza. Purtroppo le incertezze derivanti dalla pandemia in corso hanno messo in forse molte manifestazioni inizialmente previste "in presenza", costringendo a declinare diverse iniziative in una versione on line; ma comunque si evolva la situazione di zone "gialle", "arancioni" e "rosse" (o auspicabilmente "bianche"), il 2021 dantesco resta in ogni caso un appuntamento culturale di grandissima ricchezza e varietà.

La prima data importante è quella del 25 marzo, nominata ufficialmente (con delibera ministeriale del

La tomba di Dante, a Ravenna





20

2020) come "Dantedì". la giornata dedicata a Dante; secondo gli studiosi, infatti, è in guesta data che, nell'anno 1300, il poeta intraprende la sua discesa agli inferi ("Nel mezzo del cammin di nostra vita") dando inizio alla Divina Commedia. Ma già dal primo gennaio scorso varie celebrazioni hanno preso il via, come un'interessante iniziativa on line del Museo degli Uffizi di Firenze (www.uffizi.it): la mostra virtuale "A riveder le stelle", che presenta tutti i disegni (ben 88) realizzati alla fine del Cinquecento da Federico Zuccari per la Divina Commedia, per la prima volta digitalizzati ad alta definizione. Sempre a Firenze molte altre iniziative sono in programma nel corso dell'anno, tra cui - dalla prossima estate - il riallestimento multimediale del Museo Casa di Dante e la proiezione notturna di video sulla facciata dello stesso museo.

Di grande interesse anche l'iniziativa lanciata dall'Accademia della Crusca per tutto il 2021: per 365 giorni, fino al 31 dicembre, sul sito dell'istituzione (www.accademiadellacrusca.it) verrà pubblicata quotidianamente una parola o espressione di Dante "fresca di giornata", arricchita da un breve commento; un modo curioso e affascinante per scoprire come una serie di locuzioni, motti, latinismi, neologismi creati da Dante facciano tuttora parte del nostro patrimonio linguistico: forme divenute proverbiali come "color che son sospesi" (Inferno, II, 52) o "il ben dell'intelletto" (Inferno, III, 18), termini efficacissimi come "botolo" (Purgatorio, XIV, 46), "broda" (Inferno, VIII, 53) o "bruti" (Inferno, XXVI, 119), fino a voci onomatopeiche come "tin tin" (che in Paradiso, X, 143 indica il suono prodotto da un orologio a sveglia).

Sempre restando nel mondo dell'on line, l'Università di Bergamo ha varato il progetto "UniBg per Dante 2021", che propone una serie di cortometraggi della serie "5 minuti con Dante", condotti da oltre 50 studiosi italiani e stranieri e pubblicati con costanti aggiornamenti su un canale YouTube dedicato.

Molti anche i progetti nelle città legate a vario titolo alla figura dantesca, nella speranza che le limitazioni legate al covid-19 non ne ostacolino lo svolgimento: a Verona - dove Dante soggiornò tra il 1313 e il 1318, alla corte di Cangrande della Scala - è stato allestito tra l'altro un percorso tematico dal titolo "Dante a Verona", illustrato in una mappa (disponibile sia in versione cartacea che su app) seguendo la quale il visitatore può scoprire l'eredità culturale lasciata dal grande poeta nella città.

Due i progetti allestiti a Mantova e provincia (dove il legame è soprattutto con Virgilio, guida dantesca nella Commedia): la mostra "Dante e la cultura del Trecento a Mantova" a Palazzo Ducale, e il ciclo di



manifestazioni "Virgilio e Dante nelle acque di Manto", con tour guidati a tema attraverso suggestivi percorsi nel parco del Mincio.

A Forlì, dove Dante soggiornò tra il 1302 e il 1303, la mostra dal titolo "Dante. La visione dell'arte" allestita nei musei San Domenico consente di ammirare importanti capolavori (incluse opere di Michelangelo, Pontormo, Andrea del Castagno) prestati dalle Gallerie degli Uffizi.

Molte iniziative si concentrano ovviamente a Ravenna, dove Dante passò gli ultimi anni della sua vita (1318-1321) e dove si trova la sua tomba: tra queste, le mostre "Inclusa est flamma. Ravenna 1921: il Secentenario della morte di Dante" al Museo d'arte della città di Ravenna; "Dante nell'arte dell'Ottocento. Un'esposizione degli Uffizi a Ravenna" agli Antichi Chiostri francescani, nei pressi della Tomba di Dante; "Le arti al tempo dell'esilio" alla chiesa di S. Romualdo; e una visione più popolare e contemporanea con "Un'epopea Pop", sempre al Mar-Museo d'Arte della città di Ravenna, in programma dall'11 settembre al 9 gennaio 2022. Il programma completo degli eventi a Ravenna è raccolto all'interno del portale www.vivadante.it, che offre costanti aggiornamenti sull'avvicendarsi delle manifestazioni.

Quelli appena elencati sono comunque solo alcuni esempi delle innumerevoli iniziative, sull'intero territorio italiano, che riguardano il 700° anniversario della morte di Dante. A raccogliere molte di queste proposte c'è anche il sito piazzadante.org con il progetto #festivalinrete: sono ben 42 i festival culturali dedicati al tema, ideati e modulati secondo tagli e aree di interesse molto differenziate: festival letterari di narrativa e di poesia, scientifici, di saggistica, di giornalismo culturale e di costume, a conferma della infinita varietà di spunti e della costante attualità del sommo poeta.



BRESCIA ripartire dopo il Covid

Anita Armani

uella di Brescia è stata una delle province italiane ad aver pagato il prezzo più alto nei giorni drammatici della prima ondata dell'epidemia da Covid-19 e ad aver subito in maniera più acuta anche la nuova ondata verificatasi nei primi mesi del 2021; una collettività colpita duramente, che ha però saputo reagire con grande impegno, prontezza e determinazione. Un contesto, quello del bresciano, che Silvio Di Lucanardo conosce molto bene pur non essendo "bresciano doc": di origini abruzzesi, qui si è sposato, ha trascorso parte della sua carriera lavorativa e ricopre oggi il ruolo di Responsabile Area Nord-Est di Gruppo Banco Desio. "Brescia - spiega - è una realtà molto particolare: terza città industriale d'Italia e una delle province più industrializzate d'Europa, è un luogo di grande effervescenza dal punto di vista economico. Qui la dedizione al lavoro, la cultura d'impresa, la spinta all'iniziativa sono straordinarie: quasi una religione. Nonostante le notevoli difficoltà del momento, gli imprenditori si sono attivati immediatamente adeguandosi alle normative e ai protocolli, così da permettere di continuare il lavoro in sicurezza. E questo spiega come Brescia continui a esprimere tuttora delle eccellenze a livello mondiale".

Storicamente, a rappresentare il settore trainante e identificativo dell'intera zona sono soprattutto le industrie legate alla lavorazione dell'acciaio: pentole, posateria, rubinetti, valvolame. "Attività tutte ancora molto importanti, certo - precisa Di Lucanardo - ma non solo: oltre ai metalli (il famoso tondino della Valtrompia e della Valsabbia) c'è l'agroalimentare... e, soprattutto, una grossa parte di attività riguarda la meccanica, le macchine utensili, la componentistica nell'automotive. Tipologie di manifatture estremamente evolute e sofisticate, che non a caso per oltre l'80% hanno come sbocco i mercati esteri".







In uno scenario di guesto tipo, Banco Desio ha saputo da tempo ritagliarsi un preciso ed efficace ruolo all'interno del tessuto economico: "Siamo arrivati qui nel 2000 - racconta ancora Di Lucanardo - con il progetto, che ho seguito direttamente fin dall'inizio, di aprire una filiale a Brescia: quella che rappresenta tuttora il punto di riferimento della nostra presenza in città e che si trova all'angolo tra via Verdi e piazza Vittoria, nel cuore del centro urbano. Il progetto si è poi ulteriormente sviluppato negli anni successivi, nel corso dei quali, con una squadra di colleghi, abbiamo aperto altre quattro filiali nella provincia; non moltissime dal punto di vista numerico, ma mirate strategicamente per assicurare una solida presenza nei distretti industriali di maggior rilievo: Montichiari, Chiari, Palazzolo, Rovato".

Quella di Banco Desio sul territorio bresciano è insomma una presenza ormai pienamente radicata e all'insegna della qualità; ma come si è caratterizzata l'attività in questi recenti, turbolenti mesi, e quali sono le proposte e le iniziative che la banca ha in cantiere per il prossimo futuro? "Come dicevo, la città ha reagito in modo eccezionale alla pandemia, nonostante le oggettive difficoltà che hanno reso necessario il 'congelamento' di alcuni progetti e iniziative. In questa fase ci siamo fortemente impegnati per essere quanto più possibile vicini alla nostra clientela (in buona parte costituita da Piccole Medie Imprese e famiglie), attraverso una serie di operazioni derivanti dal cosiddetto 'decreto liquidità', che ha aperto la possibilità di concedere finanziamenti garantiti da Mediocredito Centrale e SACE. Una richiesta di liquidità funzionale a fronteggiare quelle necessità conseguenti a un improvviso calo del fatturato, che nella maggior parte dei settori è stato significativo: dell'ordine del 15, 20 o addirittura 30%. Abbiamo fatto la nostra parte, garantendo costantemente i nostri servizi in sicurezza; ma, cosa ancor più importante, intensificando la nostra relazione con la clientela, per confermare e consolidare un canale diretto di relazione, un linguaggio comune. Il tutto, ovviamente, anche grazie a un forte ricorso alla digitalizzazione, che ci ha facilitato molto il lavoro considerata l'emergenza sanitaria in atto: canali di contatto online, incontri in videoconferenza, sono stati gli strumenti che ci hanno permesso in ogni momento di mantenere al centro della nostra attività la figura del cliente e le sue esigenze. Anzi, più ancora che il cliente, sarebbe corretto dire che per noi al centro c'è la persona, il singolo individuo: rapporti diretti di conoscenza che si sono consolidati ed evoluti con gli anni, e che ci consentono di svolgere il nostro lavoro -



quello di guidare i nostri interlocutori nelle scelte più corrette ed efficaci - in modo ottimale. Sono questi i concetti che ci hanno portato recentemente a rivedere tutta la nostra rete territoriale e il modello di servizi ad essa collegato, puntando a una sempre maggiore specializzazione di gestori dedicati (sia nel segmento 'private' che in quello 'business') e in grado di fornire un prodotto/servizio valido e perfettamente calibrato sulle singole esigenze. La nostra forza è proprio quella di non essere un 'ipermercato del credito', ma piuttosto una realtà di eccellenza, capace di creare un rapporto di reale vicinanza con la clientela e in cui ogni dettaglio viene curato con la massima attenzione. Un approccio, questo, che a nostro avviso è sempre valido, ma che rivela tutta la sua importanza soprattutto in momenti difficili come quelli che stiamo vivendo: solo in questo modo il cliente può sentirsi riconosciuto e compreso, e può trovare presso di noi un interlocutore in grado di consentirgli di operare con maggiore serenità".

Che questa filosofia si sia dimostrata vincente lo dimostra l'espansione del progetto nel corso del tempo anche in Veneto, con l'apertura di ulteriori 12 filiali. "Tutte - spiega ancora Di Lucanardo - nello spirito di offrire una dimensione di banca 'diversa', in cui si utilizzino pienamente gli strumenti e le opportunità offerte dalla tecnologia, ma in cui si mantenga come riferimento principale il lato umano: sia nei rapporti con i clienti, sia con gli stessi collaboratori. Un approccio caratterizzante e molto



A destra,
il personale e la
sede della filiale
Banco Desio di via
Verdi 1, a Brescia.
In basso,
la nuova struttura
di Area Nord-Est:
Danilo Antolini
(Responsabile
Imprese), Silvio
Di Lucanardo
(Responsabile Area),
Cesare Carminati
(Specialista Retail)





apprezzato, che, stiamo constatando, ci offre molti spazi di crescita".

Dal punto di vista pratico, quali sono le proposte principali offerte dalla banca? E quali le prospettive che si aprono per il prossimo futuro? "Per quanto riguarda le aziende e i commercianti, il 2020 e questo primo scorcio di 2021 sono stati - come è logico all'insegna delle operazioni di finanziamento legate al decreto liquidità, in risposta alle più urgenti necessità degli imprenditori. Anche su Brescia ci poniamo come punto di riferimento di famiglie e imprese per facilitare l'accesso alle agevolazioni previste dal Superbonus 110%, puntando come sempre su semplicità, velocità e approccio proattivo. Ma c'è anche un importante lavoro che riguarda il private banking, che - proprio per le caratteristiche di vicinanza alla clientela spiegate poc'anzi - rappresenta una delle nostre specializzazioni: gestioni patrimoniali che includono anche il vasto complesso di attività consulenziali legate al mondo del risparmio gestito. Senza dimenticare l'universo dei clienti privati che trovano a disposizione, oltre ai normali servizi, anche le offerte di credito al consumo (cessione del quinto,

prestiti personali) proposte da Fides, la società di Gruppo Banco Desio specializzata in questo specifico settore.

Per quanto riguarda il futuro, quello che notiamo è la grande, diffusa voglia di ripartire il prima possibile: una reazione positiva che tutti ci aspettiamo e di cui già iniziamo a percepire segnali concreti. Molte aziende, oggi, hanno stipulato operazioni di finanziamento anche a medio/lungo termine, per superare le difficoltà del periodo; e sicuramente anche per il 2021 ci saranno strascichi di momenti e situazioni problematiche; ma le energie e la volontà di riprendere sono evidenti. Infine, c'è il capitolo del risparmio, che in questa fase è cresciuto molto nelle famiglie italiane, complice il clima di paura e incertezza: si tratta di una grande massa di risorse che possono essere trasferite in prodotti capaci di offrire una maggiore redditività, come le gestioni patrimoniali. Certo, perché ciò avvenga deve innanzitutto tornare a instaurarsi un clima di fiducia; ma la voglia di tornare a una vita 'normale' c'è, e noi siamo come sempre al fianco dei nostri clienti per supportarli nel modo più efficace".







Francesco Ronchi

n epoca romana uno dei collegamenti tra la costa tirrenica e quella adriatica, la Via Cecilia, seguiva l'antichissima Via del Sale dalla costa laziale a Roma e alla Sabina, da dove proseguiva lungo la valle dell'Aterno; saliva ad Arischia (frazione dell'Aquila, a ben 14 km dal centro) e da lì al Passo delle Capannelle, poi discendeva la valle del Vomano per Teramo e Giulianova. La valle Amitermina era percorsa anche dai mercanti che seguivano in parte la Via Claudia Nova, lasciavano la Salaria ad Antrodoco, poi facevano tappa a Popoli e a Sulmona.

Era il tratto centrale appenninico della "Via della Lana", importante collegamento terrestre tra la potente Firenze e Napoli (città scelta dagli angioini quale capitale del Meridione al posto di Palermo). La fertile conca era una sorta di marca di confine tra i possedimenti normanno-svevi e quelli pontifici, e nel corso dei secoli gli insediamenti si erano frazionati in un gran numero di castelli: un centinaio secondo la tradizione, ancor oggi visibile in uno dei monumeri più celebri dell'Aquila, la "Fontana delle 99 cannelle" (1272). Essa si trova a margine del Quarto di S. Pietro. I Quarti, ciascuno dei quali suddiviso in aree minori, dette "locali", erano le quattro zone in cui era stato previsto l'insediamento dell'Aquila. Nel 1276 Carlo I d'Angiò approfittò della debolezza dei papi (in quell'anno se ne succedettero tre) per definire il territorio dei Quarti aquilani e il circuito delle Mura, completato nel 1316.

Lo sviluppo urbano interessò in particolare Acculi (oggi Borgo Rivera). Il suo Quarto, San Pietro, terminava nell'angolo nord-ovest di piazza Duomo. Il secondo Quarto era San Giovanni: il nome veniva dall'abbazia di Lucoli, uno dei castelli che avevano ceduto abitanti all'Aquila. Poi i coloni provenienti da Roio imposero alla piazza principale e al Quarto il nome del loro patrono, San Marciano.

Gran parte di piazza Duomo è inclusa nel Quarto di San Giorgio, popolata dai castelli della zona sud-orientale: Bazzano, Fontecchio, Goriano e altri. Tra i monumenti più noti la chiesa "delle Anime Sante", che per i gravi danni subìti è diventata uno dei simboli del sisma del 6 aprile 2009. Fortunatamente la







da sinistra: la Basilica di Santa Maria di Collemaggio; la Fontana delle 99 Cannelle; la piazza del Duomo.

In alto,

Francia si è accollata la metà delle spese del restauro, conclusosi due anni fa: una sorte migliore rispetto al vicino Duomo, dove in questi anni gli interventi hanno segnato il passo.

Anche in questo Quarto, con il tempo, al nome originario se n'è sovrapposto un altro: i coloni di Bazzano hanno ottenuto che la chiesa capo-quarto fosse intitolata alla loro patrona, Santa Giusta.

Paganica, importante castello a nord-est delle Mura, diede nome al Quarto di Santa Maria, l'ultimo a essere lottizzato; la grande chiesa dedicata a questa patrona fu completata nel 1308 con il sostegno di Carlo II d'Angiò. I "locali" di Santa Maria vennero lottizzati anche dai cittadini di Assergi, Camarda, Tempera e altri; questo divenne il Quarto più popoloso ed elegante della città e il preferito dai nobili, come ricorda lo storico trecentesco Buccio di Ranallo.

Carlo II fu determinante nell'elezione a papa dell'eremita Pietro da Morrone, Celestino V. Dante l'avrebbe accusato di viltà per la scelta di abbandonare l'alto incarico, tuttavia venne proclamato santo già nel 1313. L'ordine monastico da lui fondato, quello dei Celestini, fu protagonista nella storia aquilana. Nel Quarto di Santa Maria sorsero due monasteri femminili: Santa Agnese (soppresso dopo l'Unità, divenne l'ospedale di S. Salvatore) e Santa Lucia (dal 1867 scuola elementare). Entrambi dipendevano dalla Basilica di Santa Maria di Collemaggio, realizzata entro il 1288 a ovest della città murata, in un punto indicato dal Santo, del quale dal 1327 ospita il sepolcro monumentale.

Il terremoto del 2009 ha provocato il crollo del tetto e gravi danni alle absidi; la parziale messa in sicurezza aveva consentito di perpetuare anche in quel tragico anno la tradizionale apertura, il 28 agosto, della "Porta Santa", cui è legata l'indulgenza plenaria, detta Perdonanza, voluta da Celestino V.

Le tappe del restauro di questa Basilica evidenziano quanto la ricostruzione abbia dovuto fare i conti con adempimenti burocratici che hanno dilatato i tempi d'intervento. Nel 2013 l'Eni, ente finanziatore, ha ottenuto il via libera dal Ministero per i Beni culturali e architettonici, dalla Diocesi e dal Comune; i lavori sono incominciati agli inizi del 2016 e la Basilica è stata riaperta nel dicembre 2017. Nel 2019 la Perdonanza dell'Aquila è stata inserita nella lista dei Patrimoni immateriali dell'umanità dell'Unesco,









mentre nel maggio 2020 il restauro della Basilica ha vinto l'European Heritage Award, patrocinato dalla Commissione Europea.

Dalla Porta Paganica (abbattuta insieme a un tratto delle mura dagli spagnoli nel 1534, per dare spazio alla fortezza realizzata a spese dei riluttanti aquilani) iniziava il percorso della Strada Maggiore, nell'800 intitolata a Vittorio Emanuele II.

Il ruolo dei francescani

L'Aquila nacque negli stessi anni in cui andava diffondendosi in Italia l'ordine dei francescani. Poco dopo la realizzazione, presso Porta Lucoli, del convento di Santa Chiara, ai Quattro Cantoni (dove la Strada Maggiore interseca l'attuale Corso Umberto I) sorse il complesso di San Francesco. Era prossima alla sede del Capitano Regio, ingrandita e abbellita quando vi si insediò la potente Madama Margherita d'Asburgo, figlia dell'imperatore Carlo V. L'edificio, come gran parte del centro storico, fu lesionato dal sisma del 1703, rimase a lungo sottoutilizzato, finché nel 1838 la Provincia ne finanziò il riadattamento a uffici; divenne poi la sede del Comune. Oggi sono quasi conclusi i lavori di ripristino dei gravi danni subiti nel 2009.

Nel convento di S. Francesco morì nel 1444 Fra' Bernardino da Siena (santo dal 1450). I confratelli nel 1454 intrapresero la costruzione, presso l'antica Porta Leone, di una grande chiesa-mausoleo a lui dedicata, abbellita dalla facciata rinascimentale di Cola dell'Amatrice. A San Bernardino fu legata la famiglia Camponeschi, che per quasi un secolo esercitò la signoria sulla città. Anche San Francesco ospitava cappelle e tombe di altre famiglie nobili, che contri-

buirono alla sua ricostruzione dopo il 1703. Uno dei discendenti, Alfonso Vastarini, deputato dal 1876 per la Sinistra Storica, fu tra i fautori della totale distruzione del complesso, voluta per dare all'Aquila l'aspetto d'una città moderna, dove passeggiare sotto i portici previsti dal nuovo regolamento edilizio per gli edifici realizzati lungo il Corso, a partire dal Convitto Nazionale (1879).

Un suo antenato, il cappuccino Francesco Vastarini, agli inizi del '600 sostenne che costruire nel 1540 il convento di San Giuseppe fuori la Mura fosse stato un errore, e riuscì a raccogliere fondi sufficienti all'acquisto di un terreno libero nel Quarto di San Giorgio su cui sorsero la chiesa e il monastero di San Michele (1610). Nel 1866 il complesso fu assegnato alla Guardia di Finanza, e i cappuccini trasferiti a Santa Chiara. Nel 1885 passò al Comune, che vi volle ospitare l'Esposizione Regionale del 1903; l'edificio era ormai noto come Palazzo dell'Emiciclo per la grande esedra colonnata neoclassica rivolta ai giardini della Villa Comunale.

Agli inizi degli anni '70 il Palazzo venne destinato a sede del Consiglio Regionale. Dopo il sisma del 2019 l'Emiciclo è stato tra i primi edifici pubblici in Europa dotati di "isolatori sismici" (ben 61) interrati nelle fondazioni. L'intervento è stato deliberato e finanziato (per circa 8,8 milioni di euro) nel 2012; i lavori sono iniziati nel gennaio del 2016 e lo splendido complesso è stato riaperto al pubblico nel giugno 2018, segnando una tappa fondamentale nella rinascita dell'Aquila.

Qui in basso, la sede e i dipendenti della filiale Banco Desio presso Centro Commerciale Farroni, all'Aquila





Le frontiere della ricerca sul sistema nervoso



La Fondazione scaligera, presieduta da Giuseppe Manni, sostiene gli studi sulle neuroscienze, coinvolgendo privati e istituzioni. A Verona un polo di eccellenza riconosciuto a livello internazionale

Andrea Pizzi

ei si chiederà: ma cosa c'entra un metalmeccanico come me con le neuroscienze? È una domanda che mi sono fatto anch'io, poco più di una decina di anni fa, quando il Professor Massimo Gerosa mi chiese di aiutarlo".

Sono le parole di Giuseppe Manni, imprenditore di successo, anima di Manni Group SpA, azienda siderurgica leader nella lavorazione e nell'utilizzo dell'acciaio nelle sue più ampie declinazioni, con oltre 1.100 dipendenti. Manni è anche Presidente di Brain Research Foundation Verona Onlus, la Fondazione di Ricerca per le Malattie del Cervello, una realtà impegnata nella raccolta dei fondi necessari alla ricerca biomedica sul sistema nervoso condotta presso le strutture d'emergenza scaligere, in particolare l'Azienda Ospedaliera Universitaria Integrata di Verona.

A lui, già conosciuto e apprezzato per l'impegno di-

mostrato nei confronti delle realtà sociali, artistiche e culturali del panorama veronese, nazionale e internazionale, è capitata una di quelle folgorazioni sulla via di Damasco che segnano la vita, rendendola ancora più stimolante. A colpirlo è un luminare della medicina, il Professor Gerosa, oggi Presidente d'onore della Fondazione: "Un giorno mi incontra e mi prende sotto braccio - racconta Manni -. Mi sussurra: 'Dottore, ho bisogno di lei. Servono fondi, tanto denaro per aiutare la ricerca e per sviluppare il mio reparto. Ci sono tante malattie che colpiscono il cervello e, più in generale, il sistema nervoso. È un problema di tutte le età, non solo per gli anziani. Possiamo vincere solo con la ricerca'. Il sussurro era intanto diventato l'appello accorato e sincero di un professionista deciso a migliorare la qualità della vita di tante persone. Mi ci è voluto un attimo per mettermi a sua disposizione".

Non ci sono limiti, solo nuovi traguardi: questo deve aver pensato Giuseppe Manni, che non ha perso un mi-



nuto di tempo e si è immerso in un'impresa che non si presentava affatto semplice. Si trattava di ripensare la modalità stessa di reperimento dei fondi, facendo i conti con sempre minori investimenti in ricerca e sviluppo da parte dell'amministrazione pubblica: "La scelta è stata quella di dare vita a una Fondazione - continua Manni -. Prima della nascita della sua creazione il Professor Gerosa otteneva più facilmente dalla comunità finanziaria gli aiuti necessari per mantenere il reparto nella massima efficienza, dotandolo delle tecnologie più innovative. La crisi finanziaria dopo il 2008 ha cambiato il panorama. L'ultimo grande investimento si incrociava con le difficoltà a garantire la copertura finanziaria, nonostante il grande valore dell'operazione. Si trattava di un impianto di risonanza magnetica HIFU. capace di curare patologie diverse senza radiazioni, grazie agli ultrasuoni.

Questa esperienza ha dimostrato la necessità di abbandonare questa strada e occuparsi di ricerca delle varie patologie neurologiche e di finanziare borse di studio allo scopo di trattenere gli specializzati più bravi al richiamo delle proposte straniere. Abbiamo prosequito sostenendo alcuni studi scientifici, attraverso borse di studio concesse a giovani ricercatori impegnati nell'Azienda Ospedaliera Universitaria Integrata di Verona. Questa realtà ha rappresentato e rappresenta un polo di eccellenza nelle neuroscienze, con competenze medico-scientifiche e piattaforme tecnologiche di livello internazionale. Nella Fondazione sono stati da subito coinvolti filantropi, ma soprattutto gli stessi medici e ricercatori. Brain Research Foundation oggi è una delle realtà più autorevoli nella ricerca scientifica e tecnologica di frontiera nelle neuroscienze".

Nei documenti ufficiali dell'Ente scaligero viene citata una frase di San Francesco: "Cominciate col fare ciò che è necessario, poi ciò che è possibile. E all'improvviso vi ritroverete ad aver fatto l'impossibile".

È quanto accaduto al Professor Massimo Gerosa e a Giuseppe Manni: "Devo dire

che è andata proprio così - aggiunge an-

cora -. Abbiamo fatto ciò che all'inizio era necessario, poi quello che era possibile. E ora guardiamo al futuro, a progetti che sembrano pressoché impossibili. La parola 'fare' deve essere sempre accompagnata da una forte volontà e da grande spirito di intraprendenza. Non saremmo altrimenti riusciti a coinvolgere tante persone, a sostenere ricerche, a fornire attrezzature, a creare reti di prevenzione e di assistenza. E soprattutto non avremmo creato le condizioni per trattenere i migliori specializzati che altrimenti sarebbero fuggiti all'estero".

Ciò che sembra impossibile è dare risposte alle molte malattie, diverse fra loro, che colpiscono il cervello e, più in generale, il sistema nervoso. Lo fanno in tutte le età. Addirittura prima della nascita, come nel caso delle malformazioni congenite e delle infezioni in gravidanza. Ne sono interessati i bambini (si pensi ad esempio alla spasticità infantile, all'idrocefalia, all'autismo), ma anche giovani e adulti: tante persone vengono colpite da sclerosi multipla o dalla dipendenza dalle droghe. E poi ci sono gli anziani, più esposti a ictus o alle malattie neurodegenerative come l'Alzheimer, il morbo di Parkinson e la SLA, la sclerosi laterale amiotrofica. Ci sono infine malattie cosiddette "trasversali", come l'epilessia, i tumori cerebrali, i traumi cranici o spinali.

Tutte queste malattie, così diverse fra loro ma accomunate dalla caratteristica di colpire lo stesso sistema, si possono combattere solo con progressi della ricerca nelle neuroscienze. "Più vengo coinvolto in questi progetti e più mi rendo conto che bisogna assolutamente accelerare nella ricerca - confessa il nostro interlocutore -. Possono essere raggiunti risultati straordinari. Lo sto toccando con mano. Mi appassionano tantissimo ad esempio gli studi dedicati all'età infantile. Un tempo le famiglie avevano ben poche prospettive di curare i propri figli, destinati spesso a essere rinchiusi in istituti. Oggi non è più così. Si possono fare tante cose, si può migliorare la qualità della vita di ragazzi e famiglie".

Navigando nel sito della Fondazione si possono consultare tutti i progetti conclusi e quelli in corso, spiegati in schede che ne presentano la rilevanza in un linguaggio comprensibile anche al grande pubblico. C'è lo studio sulla paralisi cerebrale infantile e quello sui disturbi della percezione della verticalità visiva dopo l'ictus; c'è la ricerca sui

> biomarcatori molecolari circolanti per la diagnosi differenziale di neoplasie cerebrali e quella sulla memoria appetitiva come bersaglio per curare i disturbi

LA SCHEDA

BRAIN RESEARCH FOUNDATION VERONA O.N.L.U.S.

via A. Righi, 7 37135 Verona Tel + 39 (045) 808 89 29 www.brainresearchfoundationverona.org info@brainresearchfoundationverona.org



Sotto: Ricercatrice

al Dipartimento di Neuroscienze di Verona



alimentari nei giovani. E ancora: ci sono lavori per lo sviluppo di modelli per la stima congiunta della connettività strutturale e funzionale del cervello, piuttosto che analisi sulla fatica nella malattia di Parkinson. Ciascuno di questi progetti — e sono davvero numerosi — ha un proprio responsabile scientifico, un nome e cognome ben identificato. E richiede un finanziamento, che la Fondazione si sforza di reperire, generalmente sotto forma di borse di studio e dottorati di ricerca, che consen-

tono lo sviluppo anche pluriennale dei piani di lavoro.

Ci sono per questo soci sostenitori, che si impegnano a sostenere singole ricerche, affiancati da aziende che prendono a cuore specifici progetti. Ma ci sono anche tanti soci ordinari, un esercito di cittadini e di famiglie - molte delle quali colpite da vicino da qualche esperienza di malattia – che contribuiscono anche con piccole cifre. Nel 2019 il 97% delle uscite della Fondazione (oltre 330 mila euro) è stato destinato al finanziamento alla ricerca. Sono stati avviati venti nuovi progetti: "Abbiamo strutturato un'organizzazione che ci consente di portare avanti con efficacia la nostra mission. Ci sono un Consiglio di Amministrazione composto da sette membri e un Comitato Scientifico, diretto dal Professor Andrea Sbarbati, costituito da sette docenti o responsabili di reparto. Sono impegnate persone qualificate nel fundraising, nella comunicazione e nel marketing. Tutto viene fatto con la massima professionalità, come merita una simile impresa. Ci tengo a sottolineare che nessuno, nella nostra Fondazione, riceve un compenso. Tutto viene svolto in forma gratuita. Le spese generali e quelle di segreteria vengono sostenute dal Gruppo Manni".

Efficienza che è sinonimo di successo e di futuro. Brain Research Foundation Verona non si ferma e punta su un innovativo progetto, legato alla telemedicina. Con questa tecnologia sarà possibile migliorare monitoraggio, consulenze e trasmissione di informazioni di circa 3

mila pazienti veronesi affetti da Alzheimer, SLA, Parkinson e altre patologie neurologiche.

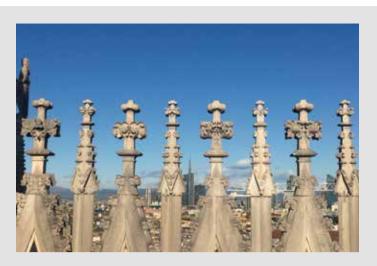
Lo spiega meglio Manni: "Mi aspetto grandi risultati, specie in questo momento storico, nel quale molti reparti ospedalieri sono stati costretti a sospendere o rallentare le attività anche programmate, a causa della pandemia. Con questo progetto ci sarà assistenza a distanza mediante dispositivi elettronici e l'utilizzo di tecnologie di comunicazione. Pensiamo ad esempio alla riabilitazione. La telemedicina, dove già utilizzata, si è dimostrata assai efficace, soprattutto nei disturbi del movimento. Pazienti, reparti ospedalieri e studi di città e provincia che si occupano di riabilitazione neurologica motoria saranno in costante collegamento".

Non è il primo e non sarà l'ultimo dei progetti che la Fondazione promuoverà. Per questo servono, sempre, risorse: "C'è un senso di responsabilità che ti fa sentire tributario nei confronti della società, in particolare di quella in cui sei nato, cresciuto e dove hai ricevuto un'educazione — conclude Manni con un appello -. Per questo mi auguro che altri imprenditori condividano questa attenzione verso la società nella quale viviamo, che ci presenta tante opportunità ma anche tanti bisogni da soddisfare per una degna qualità della vita per tutti"











Il Circolo Ricreativo Culturale non si ferma mai

a cura della redazione

a pandemia in corso ha, inevitabilmente, impattato profondamente anche sulle attività del Circolo Ricreativo Culturale di Gruppo Banco Desio, che proprio nella socialità e nell'incontro ha uno dei suoi pilastri fondanti. Cancellata quindi, in attesa di tempi più propizi, la consueta festa natalizia dedicata ai bambini (ma non certo la distribuzione dei regali, fatti pervenire direttamente ai piccoli destinatari), come pure l'incontro dedicato ai pensionati in occasione delle festività; ma, nonostante le difficoltà, il Circolo ha continuato a operare e proporre iniziative, approfittando delle "finestre" di maggior libertà di circolazione, sia pure a breve raggio, nel massimo rispetto di tutte le norme di sicurezza.

Così, lo scorso 10 ottobre una cinquantina di partecipanti (opportunamente suddivisi su due autobus per ragioni di distanziamento) hanno potuto andare alla scoperta dei suggestivi scenari di Montisola, sul lago d'Iseo; l'itinerario, oltre alla visita di quella che si qualifica come la più grande isola abitata dei laghi europei, ha compreso anche un tour panoramico attraverso la Franciacorta con la visita alla chiesa romanica del XII secolo di San Pietro in Lamosa, posta all'interno dello splendido parco naturale delle Torbiere.

Altre uscite, sempre nel corso del mese di ottobre, si sono invece concentrate nella città di Milano con una serie di interessanti proposte: la visita (realizzata in collaborazione con le guide di Artema) alla mostra "Bansky & the Street Art Monet Experience" allestita presso il Teatro degli Arcimboldi; la visita al Cenacolo Leonardesco presso la chiesa di Santa Maria delle Grazie; una panoramicissima passeggiate sulle terrazze del Duomo, ammirando tra le guglie la città dall'alto.

Molti altri progetti in Italia e all'estero, purtroppo, sono dovuti per il momento rimanere sulla carta: ma si tratta solo di un rinvio, aspettando che la situazione migliori e che si possa finalmente riprendere a incontrarsi, a viaggiare e a condividere belle esperienze nei mesi a venire.







Anita Armani

kg pro capite: secondo i dati forniti da una ricerca del 2020 di Coldiretti/lxe' questa è la quantità di cibo che viene sprecata ogni anno in Italia. Un dato in miglioramento rispetto al passato, complice il periodo di lockdown: sempre secondo la ricerca, nell'ultimo anno il 54% degli italiani ha diminuito o annullato gli sprechi alimentari. Ma il problema resta comunque rilevante, dal momento che, conti alla mano, ogni famiglia italiana getta nella spazzatura cibo per un valore di 4,91 euro la settimana, per un totale di 6,5 miliardi. E a questo si aggiunge lo spreco alimentare che si verifica sui punti vendita, pari a 220.000 tonnellate all'anno (circa 2,89 kg all'anno per persona) secondo la ricerca "Cibo e innovazione sociale" condotta da Fondazione Feltrinelli in collaborazione con l'Osservatorio permanente Cirfood e pubblicata nell'ottobre scorso. Un panorama decisamente grave da ogni punto di vista (etico, ambientale, economico), il cui profilo si è ulteriormente modificato a seguito dell'impatto che la pandemia in corso ha determinato sulle abitudini e sugli stili di vita e di consumo, da un lato portando a una maggiore attenzione da parte delle famiglie, e dall'altro rendendo più acute situazioni di difficoltà già esistenti.

Si è resa sempre più evidente, insomma, la necessità di nuove soluzioni, più efficienti e sostenibili,

riguardanti la commercializzazione e l'utilizzo dei generi alimentari; un tema di grandissima portata, su cui però anche il singolo ha l'immediata possibilità di "fare la propria parte" contribuendo alla lotta allo spreco e, in molti casi, risparmiando anche sulla spesa. Sono infatti sempre più diffuse una serie di app e di siti che consentono, attraverso il proprio smartphone o il pc, di ottimizzare la distribuzione di generi alimentari di ottima qualità che rischierebbero altrimenti di andare buttati; in molti casi sostenendo anche, al tempo stesso, il commercio locale e









le fasce più deboli.

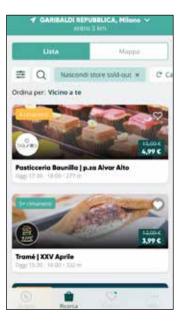
Ecco alcune delle soluzioni più diffuse e apprezzate.

Too Good To Go

Nata in Danimarca nel 2015, questa app permette ai commercianti e ai ristoratori di mettere in vendita a prezzi ridotti il cibo invenduto a fine giornata, e ai consumatori di acquistare a un terzo del prezzo di vendita una "Magic Box" con una selezione a sorpresa di prodotti e piatti freschi; grazie alla geolocalizzazione, il cliente può individuare con facilità i negozi più vicini e la tipologia di alimenti venduti. Una formula che ha riscosso immediatamente un grande successo: presente in 14 Paesi d'Europa con

CONSERVARE

ficerca



oltre 20 milioni di utenti, più di 40mila negozi aderenti e 30 milioni di Magic Box vendute, Too Good To Go ha permesso a oggi di evitare l'emissione di oltre 80 milioni di kg di CO2. In Italia, dove è stata lanciata nel marzo 2019, ha raggiunto lo scorso ottobre il traguardo di 1.000.000 di Magic Box vendute, equivalenti a 1000 tonnellate di cibo non sprecato e 2.500 tonnellate di CO2 non emesse.

Last Minute sotto Casa

Si qualifica come "social market" ed è di fatto una app "di prossimità": le offerte scontate di alimenti prossimi alla scadenza sono pubblicate dai negozianti. I consumatori, a loro volta, possono esplorare le offerte attive, individuandole per località grazie alla geolocalizzazione e selezionandole anche per tipologia (alimentari, pasticcerie, ristoranti, supermercati, gelaterie...); è anche possibile ricevere notifiche direttamente sullo smartphone quando viene pubblicata un'offerta di possibile interesse per il cliente.

Myfoody

Anche nel caso di Myfoody la app propone acquisti di prossimità di prodotti vicini alla scadenza, con risparmi che possono arrivare anche al 50%; caratteristica di questa piattaforma è quella di concentrarsi sull'offerta dei supermercati. Le zone attualmente coperte dal servizio sono: Milano e provincia, Torino, Bologna e provincia, Roma e provincia, Frosinone, Latina, Viterbo e Terni, ma la formula si sta espandendo anche ad altre zone e a nuovi punti vendita.



La app comprende anche un blog ricco di consigli sull'utilizzo "sostenibile" dei vari alimenti.

Babaco Market

In questo caso non si tratta di un app per smartphone ma di un vero e proprio servizio gestito attraverso un sito, babacomarket.com, che si concentra sulla lotta allo spreco nel settore agricolo. Una buona parte della frutta e della verdura prodotte, infatti, viene scartata durante il suo percorso nella filiera agroalimentare per motivi che nulla hanno a che fare con la qualità del prodotto: piccoli difetti di buccia, forme "fuori standard", misure troppo piccole o troppo grandi, che di solito che non vengono accettati dai canali tradizionali. Attraverso il servizio in abbonamento si riceve quindi direttamente a casa, a cadenza periodica, una "babaco box" con una fornitura di prodotti selezionati in base alla disponibilità e alla stagionalità: frutta e verdura "imperfetta", ma anche eccellenze locali provenienti da piccoli agricoltori, con un risparmio fino al 30% rispetto al negozio.

spesasospesa.org

Il concetto di lotta allo spreco riguarda anche, ovviamente, iniziative di solidarietà: è il caso di SpesaSospesa.org, nata durante l'emergenza Coronavirus e ideata e promossa dal Comitato Lab00 Onlus, con l'obiettivo di fornire un aiuto alle persone più bisognose. Il sistema utilizza la piattaforma tecnologica di Regusto (altra app che segnala e mette in rete piatti pronti in eccesso di ristoranti, pizzerie e locali vari) per collegare le imprese produttrici di generi alimentari (e di altri beni di necessità) con gli enti non-profit a livello nazionale, ponendo i Comuni come enti garanti dei soggetti coinvolti a livello territoriale. In questo modo, le imprese possono donare o vendere stock di prodotto a rischio invenduto/spreco mentre, dal canto loro, gli enti non-profit hanno accesso a un vero e proprio marketplace a livello nazionale per trovare prodotti in vendita o donazione in stock in base alle proprie esigenze. In 6 mesi, a livello nazionale, sono state distribuite oltre 200 tonnellate di cibo (di cui circa il 40% donato e il 60% venduto), corrispondenti a oltre 400.000 pasti equivalenti e con un vantaggio ambientale di oltre 15 tonnellate di CO2 risparmiata. Il progetto è completato anche da una campagna di raccolta fondi, che ha permesso di ricevere e distribuire, a oggi, oltre 700.000 euro e che prosegue anche nel corso del 2021.



Una Buona Occasione

La lotta allo spreco si sostiene anche attraverso una corretta e completa informazione. Specialità, questa, dell'app gratuita Una Buona Occasione, che raccoglie indicazioni e consigli su oltre 500 alimenti suddivisi per tipologia.

Per ogni elemento vengono indicate, insieme alle caratteristiche nutrizionali, una ricca serie di informazioni e consigli sulle modalità e i tempi di conservazione, e viene inoltre specificata la stagionalità delle diverse varietà di frutta e verdura; un pratico calcolatore consente di determinare quali sono le porzioni raccomandate per ciascun alimento; un'intera sezione è dedicata alle "ricette antispreco" e mette a disposizione un ricco archivio - anch'esso suddiviso per tipologia di alimento - per riutilizzare avanzi e scarti; e c'è anche la possibilità di compilare la propria lista della spesa e di crearsi una serie di memo per gli alimenti in scadenza presenti nel proprio frigo o nella dispensa.

Freego

All'insegna dell'organizzazione, la app Freego consente di razionalizzare e ottimizzare la fornitura, la conservazione e l'utilizzo degli alimenti giorno per giorno.

È infatti possibile compilare un "carrello della spesa" (spuntando ciò che è stato acquistato e arrivando a definire il reale consumo del nucleo famigliare), oltre che archiviare non solo le ricette più interessanti, ma anche i vari scontrini di acquisto, così da avere un controllo preciso dei costi. Un'apposita sezione permette inoltre di inserire i prodotti acquistati con le relative scadenze, in modo da venire avvisati con una notifica quando si avvicina la data massima di consumo per il singolo alimento. La app è completata anche da una lista di "GAS", i Gruppi di Acquisto Solidale che effettuano acquisti collettivi direttamente presso piccoli produttori sul territorio.



Dronti au 110



Superbonus 110%



ECOBONUS

Interventi di efficientamento energetico



SISMABONUS

Interventi di riduzione del rischio sismico

Messaggio pubblicitario con finalità promozionale. Per le condizioni contrattuali si rinvia ai Fogli Informativi disponibili presso le filiali di Banco Desio su supporto cartaceo/ telematico e pubblicati sul sito www.bancodesio.it alla sezione "Trasparenza". I prodotti e i servizi pubblicizzati con il presente messaggio sono promossi e collocati esclusivamente presso gli sportelli delle filiali di Banco Desio.



bancodesio.it





L'ECCELLENZA, il nostro impegno quotidiano

IL NOSTRO IMPEGNO PER OFFRIRVI OGNI GIORNO UN SERVIZIO MIGLIORE

Il costante impegno nel perseguire la ricerca dell'eccellenza ci ha portato, in un quadro molto competitivo, ad essere qualificati come uno dei "Migliori Gestori Patrimoniali" in Italia e ottenendo il primo posto in ambito "Qualità del Portafoglio". Tutta la nostra squadra è orgogliosa di questo risultato che premia l'attenzione e la trasparenza del nostro servizio ai clienti. Grazie per la vostra fiducia, continueremo con il nostro impegno nell'offrirvi ogni giorno servizi migliori.

L'analisi, condotta dall'Istituto Tedesco Qualità e Finanza in collaborazione con l'Instituto für Vermögensaufbau e al suo Media Partner La Repubblica Affari & Finanza, ha valutato i partecipanti assegnando loro un punteggio su quattro ambiti distinti: "Organizzazione", "Orientamento al cliente", "Qualità del Portafoglio" e "Trasparenza".

TI ASPETTIAMO IN FILIALE PER MAGGIORI INFORMAZIONI SULLE NOSTRE GESTIONI PATRIMONIALI

bancodesio.it