



la **Banco** *nota*

N. 81 - Maggio 2015

Direzione

**Al Banco il
Wealth Management
cura la clientela**

Strategie

**Banca Popolare
di Spoleto:
prosegue
il rafforzamento**

Dal Gruppo

**La cessione
del quinto,
un mercato in crescita**

Finanza

**Controllo e privacy
nella società digitale**

Storia 1915-18

**Aerei per la guerra:
le forze in campo**

Giammarco Urbani

**Raggiungere
fasce sempre
più ampie
di consumatori**



la Banco nota

Nuova Serie N. 81 - Maggio 2015

REGISTRAZIONE

Tribunale di Milano n. 292 del 15/04/2005

Direttore Responsabile:

Riccardo Battistel

Vicedirettore:

Tommaso Adami

Comitato di Direzione:

Tommaso Adami, Riccardo Battistel, Luciano Colombini, Ippolito Fabris, Umberto Vaghi

Collaboratori:

Enrico Casale, Giovanni Ceccatelli, Marco Demicheli, Alessandro Manca, Alessandra Monguzzi, Andrea Pizzi, Francesco Ronchi, Umberto Vaghi

Impaginazione:

Luca Rovelli

Stampa

Faenza Industrie Grafiche S.r.l. - Faenza (RA)

Costo copia: € 2,00

EDITORE INCARICATO:
New Business Media Srl



SEDE LEGALE E OPERATIVA:

Via Eritrea, 21 - 20157 Milano - Tel. 02 39090

Iscrizione al Registro degli Operatori di Comunicazione (ROC) N° 6357 ISSN 1972-8379

Associato a:



Responsabilità:

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:

New Business Media Srl, Via Eritrea 21, 20157 Milano. Al titolare del trattamento Lei potrà rivolgersi al numero 02 3909.0349 per far valere i Suoi diritti di rettificazione, cancellazione, opposizione a particolari trattamenti dei propri dati, esplicitati all'art. 7 D.Lgs 196/03



la Banco nota

4 Al Banco il Wealth Management cura la clientela

7 Banca Popolare di Spoleto: prosegue il rafforzamento

8 La cessione del quinto, un mercato in crescita

11 "Fango e Gloria" alla Società del Giardino

12 Controllo e privacy nella società digitale

16 Raggiungere fasce sempre più ampie di consumatori

20 Progetto Itaca: in nome della salute mentale

23 Bentornato, PalaBancoDesio!

24 "Ville in Brianza" guarda a EXPO

27 L'Italia all'epoca dei longobardi

30 Aerei per la guerra: le forze in campo

34 Vita aziendale

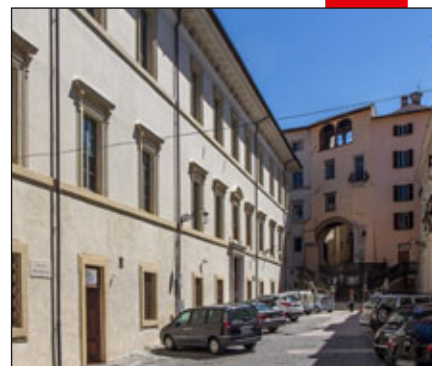
p. 8



p. 23



p. 27





Al Banco il Wealth Management cura la clientela

A questa nuova Direzione è stato demandato il coordinamento complessivo delle attività necessarie per garantire gli investimenti proposti al pubblico

Investire i propri risparmi è una attività importante e complessa. È nell'esperienza comune misurarsi con i problemi e i dubbi che sorgono quando ci si accosti al dilemma: cosa faccio di questo capitale? in quale modo farlo fruttare? Indipendentemente dall'entità in gioco, occorre mobilitare capacità di analisi, valutazione e scelta tra offerte di investimento anche assai differenziate, significa soppesare variabili interagenti fra loro e di diversa natura: arco temporale dell'investimento, grado di rischio che decido di sopportare in funzione di un rendimento atteso, ecc.

Occorrono poi conoscenze approfondite su

gli strumenti, sul loro funzionamento, sui mercati dove vengono creati, scambiati e regolati, eccetera. Una complessità e una importanza di temi che viene riconosciuta anche da norme di legge ed ordinamenti che disciplinano in maniera molto precisa tutto il comparto, affidando solo a determinati soggetti abilitati la possibilità di operare secondo norme e criteri rigorosi. Tra questi intermediari riconosciuti ci sono le banche, ovviamente. I servizi di investimento alla clientela rappresentano quindi da sempre una componente di assoluta rilevanza dell'attività di un'azienda di credito, che riserva a questo specifico settore d'attività strutture e risorse rilevanti per garantire qualità, efficienza, assistenza e professionalità.

Al Banco Desio, i servizi di investimento alla clientela vantano una tradizione consolidata e negli ultimi decenni le strutture dedicate hanno registrato un costante sviluppo, seguendo

anche l'evoluzione dei prodotti, dei mercati e della clientela che via via nel tempo ha progressivamente destinato quote rilevanti dei propri risparmi in attività finanziarie sempre più articolate e complesse.

Nel novembre scorso, con l'obiettivo di mantenere costantemente *up to date* strutture risorse ed operatività in linea con i processi evolutivi nel comparto, al Banco Desio si è deciso di rivedere la struttura dedicata, creando la Direzione Wealth Management, cui demandare il coordinamento complessivo, nell'ambito di una struttura unitaria, delle attività di investimento proposte alla clientela. Ne parliamo con il responsabile Valerio Volpi, 43 anni, di Città di Castello, sposato con tre figli, proveniente dalla controllata Banca Popolare di Spoleto dove ricopriva il ruolo di responsabile della Direzione Finanza.

Dal "cuore verde dell'Italia" a Desio. Un bel cambiamento, o no?

"Guardi, sono umbro di nascita e naturalmente legatissimo alla mia terra di origine. Ma sono, per indole ed abitudini, curioso ed interessato a cambiare contesti e a fare nuove esperienze. Dopo il Liceo Classico, mi sono iscritto ad Economia e Commercio a Perugia e sono stato uno dei primi studenti umbri a partecipare al progetto Erasmus, trascorrendo un periodo di studio a Bruxelles.

"Dopo la laurea, mi sono trasferito a Parigi dove ho lavorato per una compagnia di assicurazione. Rientrato a Città di Castello, e dopo una esperienza presso una azienda storica che produce macchine agricole, la Nardi, sono ripartito per l'estero, interessato ai temi della finanza, e sono approdato a Londra alla Meryll Lynch. E quella che doveva essere una permanenza di pochi mesi è durata ben 5 anni. Una decisiva e bella esperienza professionale in una piazza finanziaria che conosceva in quegli anni uno sviluppo considerevole.

"Londra è stata anche importante per la mia storia familiare poiché in quegli anni mi sono sposato e là è nato il primo figlio. Con la nascita di Cosimo abbiamo deciso di rientrare in Italia, dove sono entrato in contatto con la Popolare di Spoleto, che in quegli anni, siamo nel 2004, stava ulteriormente sviluppando il comparto Finanza. In Spoleto, sono stato responsabile

Private banking della banca e nel 2008 responsabile della Direzione Finanza".

Dieci anni alla Spoleto ed ora l'approdo al Banco. Come ha vissuto il passaggio? Cosa ha lasciato e cosa ha trovato?

"L'esperienza spoletina è stata coinvolgente e formativa: io provenivo da una banca di investimento e da una piazza internazionale, un ambiente certamente stimolante ma anche caratterizzato da iperspecializzazione e settorizzazione. La sfida in Popolare Spoleto è stata per me quella di muovermi su tematiche che imponevano, per le dimensioni dell'azienda, un approccio a 360° e lo sviluppo personale, per le risorse assegnatemi, di skills e competenze di tipo manageriale. Ho lasciato, approdando a Desio, una realtà che ha recentemente sofferto il periodo di commissariamento ma che dispone delle energie e delle competenze per riprendere un percorso di rilancio e sviluppo, e penso anche alle colleghe ed ai colleghi che in Spoleto non desiderano altro che tornare con nuovo slancio e motivazione a fare banca. In questa fase delicata di ripartenza ed integrazione nel Gruppo Banco Desio, il ruolo del Banco come capogruppo sarà determinante. Ogni processo di integrazione viaggia su due binari, uno organizzativo/funzionale ed uno culturale. Certo, occorrerà tempo, impegno e determinazione ma sono ottimista.

"Al Banco ho trovato un buon clima interno, disponibilità e, soprattutto, una cultura del lavoro che credo affondi le sue radici nella storia e nella cultura imprenditoriale di questi contesti, un tessuto economico ampio e variegato con realtà produttive che onorano il Paese. Sobrietà e concretezza credo siano gli aggettivi che qualificano la Brianza ed il suo modo di operare".

Valerio Volpi





**Il team della Direzione
Wealth Management**

Veniamo ora alla Direzione da lei coordinata. Innanzitutto una domanda: perché Wealth Management ?

“Guardi, wealth, tradotto letteralmente, significa benessere. In una eccezione più strettamente legata alla nostra attività potremmo dire che con Wealth Management ricompriamo tutte le attività afferenti la gestione del benessere della clientela in termini di investimenti e patrimonio. In altre parole, una cura dei risparmi affidatici che abbracci un arco temporale e una articolazione dell’offerta più ampia ed esaustiva possibile, nell’alveo di una assistenza della quale il cliente sia in grado di cogliere qualità, professionalità e competenze e, soprattutto, il valore di una relazione personalizzata”.

Come siete strutturati?

“La Direzione si avvale di due uffici per un totale di 12 risorse. Uno è l’ufficio Gestioni Patrimoniali, preesistente e consolidato, dotato di risorse con elevata esperienza. Un bel team di professionisti con un approccio al mestiere solido e di grande affidabilità. I denari che i nostri clienti affidano alle nostre gestioni sono, se mi si passa l’espressione, trattati con i guanti bianchi. Le attività di analisi macroeconomiche, tecniche e fondamentali sono accurate e supportano al meglio le strategie di asset allocation dei prodotti gestiti e le scelte di investimento in strumenti finanziari. Inoltre un presidio attento e puntuale delle performances dei prodotti consente interventi mirati e tempestivi. Lo stile di gestione è improntato ad una prospettiva

temporale di medio lungo termine, per una costruzione stabile di valore nel tempo. Punti di forza sono la flessibilità, caratteristica di una struttura di dimensioni contenute con processi decisionali rapidi che consente di essere costantemente ‘sul pezzo’, e una attenzione, prima che alla performance pura, all’ottimizzazione del rapporto rischio/rendimento.

“L’altro ufficio (Retail Asset Management) è invece di nuova creazione. Coinvolge un gruppo di risorse di estrazione professionale e competenze diversificate quali funzionamento mercati, normativa, esperti di analisi. Alcuni sono storici del Banco Desio, altri provengono dalla Popolare di Spoleto, altri ancora dall’esterno; garantendo un approccio diversificato e multiculturale per le funzioni che tale ufficio sarà chiamato ad assolvere: studio e proposta di prodotti e servizi finanziari innovativi e monitoraggio di quelli esistenti, attese le esigenze della clientela e l’evoluzione dell’offerta, fornitura di un adeguato supporto alla rete commerciale in termini di assistenza e formazione per garantire continuamente nel tempo qualità ed articolazione dell’offerta. La mission è quella di tenere costantemente aggiornata la gamma di prodotti, offrendo un ventaglio di opportunità di assoluto rilievo, quanto più ampio e diversificato, saldando soddisfazione per la clientela e piena osservanza della normativa di riferimento. Sempre nel solco dei valori che sono propri del Banco e del Gruppo: discrezione, ascolto, qualità e personalizzazione dell’offerta”.

Banca Popolare di Spoleto: prosegue il rafforzamento

Come previsto dal programma di riorganizzazione delineato per l'istituto umbro, tra l'11 e il 12 aprile la capogruppo Banco Desio gli ha conferito 32 sportelli operanti nel Centro Italia

Coerentemente al programma declinato a suo tempo su queste pagine dall'AD del Banco Tommaso Cartone, prosegue il piano di riorganizzazione della banca spoletina. Al suo ingresso nel Gruppo Banco Desio ed all'aumento di capitale, ha fatto seguito il conferimento di 32 sportelli in Toscana e Lazio, dando così concreta attuazione al disegno strategico che vede il posizionamento competitivo dell'istituto quale presenza di riferimento del Gruppo per il Centro Italia; la capogruppo Banco Desio presiederà il Nord Italia.

Tutte le attività di natura organizzativa ed informatica inerenti il trasferimento delle filiali sono state concentrate nel fine settimana tra sabato 11 e domenica 12 aprile, per evidenti ragioni legate alla continuità operativa dei servizi prestati alla clientela.

Ma com'è facile immaginare, il cosiddetto convention weekend è stato l'ultima tappa di un processo d'integrazione avviato nei mesi addietro. In una prima fase del progetto, ci si è concentrati su attività di analisi complessiva delle due banche nelle rispettive realtà organizzative, sulle strutture, sull'operatività e sulle procedure, mobilitando gruppi di lavoro paralleli in ogni società e misti con personale



dedicato a medesime funzioni nelle due realtà. Questa attività svolta tra risorse delle due banche va citata non solo per la sua valenza di carattere organizzativo e funzionale al progetto ma anche per l'importanza che ha assunto in termini di conoscenza ed integrazione tra il personale delle due banche del Gruppo. Riteniamo che tale efficace integrazione abbia contribuito in maniera non marginale a far sì che il conversion weekend citato abbia consentito un passaggio che non ha fatto registrare sostanziali difficoltà e problematiche.

Dalle ore 8.00 di sabato 11 aprile alla ore 22.00 di domenica 12, oltre 190 risorse tra personale Banco Desio e Popolare di Spoleto hanno gestito tutti i complessi processi legati alla migrazione delle trentadue filiali del Banco alla popolare spoletina, senza dimenticare la cessione dello

sportello milanese della Spoleto passato contemporaneamente al Banco; oltre 120 elaborazioni procedurali attinenti tutta l'operatività di sportello sono state curate e gestite. Anche il personale operante nelle filiali (200 tra colleghe e colleghi di sportello) ha garantito nella giornata di domenica pomeriggio che le fasi di test non registrassero anomalie ed è stato in grado nel lunedì successivo di riaprire le filiali in piena operatività.

Il Direttore generale del Banco Luciano Colombini ha espresso la sua soddisfazione dichiarando: "Approfitto anche del canale offerto dalla 'Bancnota' per ringraziare tutti coloro che hanno contribuito all'integrazione per il tempo che vi hanno dedicato, per la competenza e la disponibilità dimostrate".



Banca Popolare di Spoleto

Gruppo Banco Desio



La cessione del quinto, un mercato in crescita

Questa forma di prestito, riservata ai lavoratori dipendenti pubblici e privati ed ai pensionati, consente di ottenere prestiti anche di un certo rilievo contenendo l'entità della rata mensile da rendere e con un piano di rimborso fino a dieci anni

Nella foto di apertura, il quartiere romano Coppedè in cui si trova la sede legale della Società.

Con l'acquisizione di Fides, avvenuta a fine 2007, il Gruppo Banco Desio ha fatto il suo esordio nel mercato della cessione del quinto dello stipendio e della pensione, una tipologia di prestito tutta italiana ed ancora unica in Europa.

Per comprenderne il significato e le caratteristiche, abbiamo voluto parlarne direttamente con il direttore generale della Società, Sergio Vergani, cinquantasei anni, brianzolo di origini

ma romano di adozione, che incontriamo nel suo ufficio nel centrale quartiere romano di Coppedè.

Ci può raccontare come è approdato dalla verde Brianza alla caotica metropoli capitolina?

“Certamente. Professionalmente nasco in Credito Italiano (ci tengo molto a sottolineare queste mie origini) e da quasi trenta anni lavoro nel Gruppo Banco Desio: in rete prima come direttore di filiale poi con responsabile di area, in sede centrale al Personale. Poi l'avventura nella Capitale, prima in banca ed ora in Fides”.

Vediamo subito che cos'è la cessione del quinto dello stipendio...

“È una particolare forma di prestito riservato ai lavoratori dipendenti pubblici e privati ed ai

 **Fides**
— Gruppo Banco Desio —

pensionati, i quali hanno la possibilità di ottenere credito attraverso la cessione del quinto del proprio stipendio, o della propria pensione, per un periodo massimo di dieci anni”.

Sembrerebbe un normale prestito personale... o ci sbagliamo?

“La famiglia di provenienza è quella ma le differenze, non solo sul piano tecnico, sono sostanziali. Attraverso un’operazione di cessione del quinto dello stipendio o della pensione il cliente può ottenere importi anche di un certo rilievo contenendo l’entità della rata mensile da rendere grazie alla possibilità di spalmare il piano di rimborso fino a dieci anni. Altro elemento distintivo è l’obbligo, previsto per legge, di assicurare l’operazione con una copertura vita e, nel caso di finanziamento a valere sulla cessione dello stipendio, anche sulla perdita dell’impiego. Infine, la cessione del quinto, a differenza di ogni altra operazione di finanziamento, eccezion fatta per il mutuo fondiario, è istituita, e regolamentata per legge”.

L’ingresso del Banco Desio in questo mercato è avvenuto in un momento particolare ...

“Vero. I provvedimenti legislativi del 2005, entrati poi in vigore nel 2007, hanno consentito di estendere l’offerta anche ai dipendenti di aziende private e pensionati cambiando così le dimensioni del settore della cessione del quinto che, in poco tempo da mercato di nicchia è diventato un mercato esteso: dalla riserva storica dei vecchi 150 mila soggetti senza merito creditizio si è passati infatti ad una platea di 30 milioni di potenziali clienti meritevoli. La nostra avventura comincia però quando questa bolla commerciale mostra i primi segni di cedimento e quando il settore comincia ad essere interessato da raccomandazioni, provvedimenti e voci di riforma. Il progressivo delinearsi di un mercato più efficiente, regolamentato, trasparente, è stato da noi vissuto come una straordinaria opportunità di profittevole sviluppo: i dati commerciali della società lo confermano.

A proposito di dati commerciali, che ruolo ha giocato la crisi economica sulla crescita della azienda?

“Una premessa: il reddito delle famiglie ita-



Il presidente Alfio Biondi

liane nel 2014 è tornato sui livelli del 1986, cioè di quasi trent’anni fa. Il calo del reddito disponibile da una parte e le incerte prospettive in termini di mantenimento del posto di lavoro dall’altra hanno determinato nel nostro Paese una contrazione di consumi senza precedenti. Ecco, contrariamente a quanto molti pensano, quando le cose non vanno bene le famiglie italiane si astengono, fin quando possono, dal contrarre debiti: anche per questo siamo molto soddisfatti dei risultati raggiunti”.

In sintesi, quali sono stati i passaggi salienti del vostro lavoro?

“Guardando indietro, possiamo dire che sono stati diversi, ma che il



Il Direttore generale Sergio Vergani

passaggio più importante, e comunque quello di maggior rilievo e fatica, è stato la riorganizzazione della rete distributiva. La rete degli sportelli bancari ha contribuito a qualificare il prodotto mettendo in campo nuovi soggetti a livello di clientela ed aziende, per lo più private, già sperimentate. Le reti terze (gli agenti in attività finanziaria, i mediatori crediti e gli intermediari finanziari, ndr) ora regolamentate, meglio organizzate, 'corte', e quindi dal percorso commerciale più tracciabile, hanno assicurato copertura territoriale e maggiore prossimità al cliente.

hanno scelto di internalizzare la produzione; altri, come noi, pensano sia ancora profittevole operare con il modello organizzativo della società di prodotto. La nostra attività richiede una specializzazione senza la quale il business potrebbe diventare diseconomico; potremmo dire con altre parole che la cessione del quinto è un prodotto ancora sartoriale che spesso richiede una gestione su misura. La competitività è strettamente legata alla specializzazione e la specializzazione meglio si esprime in contesti organizzativi dedicati. Per quanto attiene la commercializzazione,



Sergio Vergani con i diretti collaboratori

“Proprio la prossimità e il rispetto del cliente sono state le parole d'ordine che hanno ispirato la nostra azione commerciale: abbiamo quindi selezionato partner commerciali che meglio rispondessero a questa volontà di trasparenza e correttezza, nella consapevolezza che la nostra immagine sul mercato era legata anche al loro modo di rappresentarci”.

È un prodotto che si fabbrica fuori dalla banca, che si vende fuori dalla banca, prevalentemente in alcune regioni del nostro Paese...

“La cessione del quinto è un prodotto che storicamente nasce e si sviluppa al di fuori dello stabilimento bancario, ma oggi non è più così. In effetti, alcuni dei nostri competitors

il modello distributivo non può che essere multicanale perché è quello che assicura una migliore copertura e penetrazione: Fides, senza una propria rete di filiali, opera oggi in tutte le regioni italiane”.

E per terminare... perchè un nuovo logo?

“Quando il Gruppo Banco Desio ne ha rilevato il controllo, Fides aveva già compiuto i suoi primi sessanta anni. Oggi ne ha qualcuno di più, gode di buona salute ma un piccolo lifting al suo marchio era quanto meno opportuno... Scherzi a parte, dietro la decisione di proporsi sul mercato con un nuovo brand c'è anche la forte volontà di riaffermare l'appartenenza di Fides al Gruppo Banco Desio”.

I.b.n.



Foto di E. Corti

"Fango e Gloria"

alla Società del Giardino

I soci dell'importante istituzione milanese hanno assistito ad una proiezione loro riservata dell'opera cinematografica sulle vicende del primo conflitto mondiale

Proseguono le presentazioni di "Fango e Gloria", il film sulla prima guerra mondiale prodotto grazie anche al contributo del Banco Desio. Nel febbraio scorso, nell'ottocentesco Salone d'Oro del Circolo della Società del Giardino in Milano, i soci dell'importante istituzione milanese hanno assistito ad una proiezione loro riservata dell'opera cinematografica sulle vicende del primo conflitto mondiale. Alla serata erano presenti il produttore Maurizio Tedesco e il regista del film Leonardo Tiberi, che hanno introdotto il film.

La Società del Giardino è stata fondata nel 1783 da un gruppo di gentiluomini milanesi e ha sede in Palazzo Spinola, in pieno centro a Milano, in via San Paolo 10. La dimora, di origini

cinquecentesche, già appartenuta ai Marino, poi passata agli Odiscalchi, agli Airoidi ed infine agli eredi del marchese Francesco Casati, divenne la sede del circolo nel 1818. Da allora la Società del Giardino ne occupa i locali, proseguendo ancor oggi a oltre duecentotrenta anni dalla sua fondazione un'opera - tra le varie attività associative - di salvaguardia e di valorizzazione del patrimonio culturale della metropoli milanese.

Le sale della Società del Giardino hanno accolto molti protagonisti della storia italiana ed europea: re e imperatori, uomini di lettere e di scienza, acquistando sempre maggior significato come momento di incontro a livello cittadino e nazionale. (l.b.n.)



Controllo e privacy nella società digitale

Il nostro mondo è sottoposto a un continuo cambiamento tecnologico in cui la protezione dei dati costituisce una fondamentale garanzia di libertà - Le autorità politiche devono pertanto saper cogliere le nuove sfide imposte dall'era di Internet

“Essere governato significa essere guardato a vista, ispezionato, spiato, diretto, legiferato, regolamentato, recintato, indottrinato, catechizzato, controllato, stimato, valutato, censurato, comandato, da parte di esseri che non hanno né il titolo, né la scienza, né la virtù.”

(Pierre-Joseph Proudhon, filosofo ed economista francese)

A lzi la mano chi, agli arbori della tecnologia cellulare, dovendo parlare con un amico o una persona cara distante centinaia di chilometri, non si sia accorto di usare un tono di voce più alto. Ovvio, di fronte a questi nuovi marchingegni, inconsciamente, il ragionamento è stato: siamo lontani, e se vogliamo farci sentire dovremo parlare più forte. Insomma il nuovo spaventa, ma poi ci si abitua, al punto che oggi giorno le notizie sull'ultimo ritrovato della tecnica sono a cadenza quotidiana e gli annunci su quello che si sta progettando creano attese spasmodiche e vere e proprie dipendenze da ultima novità. Si comincia con lo smartphone più ricercato e si finisce con il robot in giro per casa. Avere l'ultimo gadget elettronico, vivere lo sport con gli ultimi ritrovati, puntare al materiale più techno da indossare, avere una casa intelligente per-

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

fettamente domotica, avere la stampante 3D per fare tutto da sé, progettare il viaggio nello spazio o aspettare di prenotare la giacca con il carica cellulare incorporato.

La tecnologia ci affascina, rende comoda la vita, è da sempre il simbolo visibile e indubbio del progresso. Viene comunemente, spesso inconsciamente, assunta come nuovo culto religioso, fonte e destinazione delle domande e delle esigenze escatologiche dell'essere umano. La divinizzazione della tecnologia avviene attraverso l'attribuzione di caratteri ultra-umani agli strumenti della tecnica, destinatari di desideri e ambizioni fino a pochi anni fa considerati irrealizzabili. In particolare, le tecnologie dell'informazione e della comunicazione possiedono la caratteristica di potenziare e facilitare gli aspetti relazionali non solo dei singoli individui, ma anche delle imprese, grazie ad una comunicazione più rapida e pervasiva.

Si vive costantemente con il timore di non essere aggiornati. Si parla addirittura di "transumanesimo" come movimento culturale che sostiene l'uso delle scoperte scientifiche e tecnologiche per aumentare le capacità fisiche e cognitive, migliorando così quegli aspetti della condizione umana che sono considerati indesiderabili, come la malattia o l'invecchiamento. Il fatto è che ogni navigatore di Internet, quando passa dal sito di un grande quotidiano a quello di un'agenzia di prenotazione viaggi on-line, lascia la sua firma. Crede, l'internauta, di seguire una strada libera, di navigare a vista nel vasto mare del www. Invece si sbaglia, perché ogni clic e ogni pagina web che scarica sono catalogati e analizzati: il quotidiano sa che è un lettore di cronache sportive, il sito delle prenotazioni on-line che è un patito dell'alta montagna.

Non sorprende dunque che il settore economico della sicurezza abbia avuto negli ultimi anni una crescita esponenziale, trainata dalla circolazione sempre più libera di beni, capitali e persone che rilanciano la domanda di soluzioni sempre più innovative e che comprendono software per la protezioni



delle reti informatiche, sistemi di controllo e di allarme, test sulla qualità di acqua, aria, generi alimentari e vaccini per la prevenzione di malattie. La crescente sensibilità verso i servizi di sicurezza informatici è connessa all'impennata nell'uso di dispositivi mobili, cloud, social e flussi informativi. Sta emergendo una sorta di "democratizzazione" delle minacce alla sicurezza, a causa della facile disponibilità di virus e di infrastrutture (tramite l'economia sommersa), che mette nelle condizioni di lanciare attacchi mirati e avanzati.

Questo ha generato una maggiore consapevolezza sociale: uno studio della Commissione Europea indica che nel 2015 in tutta l'Unione ci saranno 700 mila posti di lavoro vacanti nel settore dell'Information and Communication Technology. Si prevede, inoltre, che nel 2016 il 25% delle grandi aziende deciderà di effettuare investimenti mirati alla sicurezza sulla base della determinazione analitica del rischio.

Entro il 2017, il 75% delle grandi aziende riceverà report personalizzati di potenziali minacce in base al segmento d'industria, al brand, alle dimensioni aziendali, allo scenario economico.

Queste previsioni si basano su una serie di tendenze. La prima è che cresceranno le pressioni sulla regolamentazione e la conformità alle norme di sicurezza in Europa occidentale e in Asia/Pacifico. In secondo luogo, continuano a scarseggiare le competenze per





definire, implementare e gestire livelli adeguati di protezione dei dati e di controllo della sicurezza della privacy, tanto che si ricorre sempre più frequentemente a società specializzate per adeguarsi al rispetto della normativa vigente e per migliorare i propri standard di sicurezza. Infine una terza tendenza riguarda la sicurezza dei dispositivi "mobile"; molti consumatori non riconoscono l'importanza di un antivirus per i propri dispositivi e non comprano software di protezione. Man mano che crescerà la diffusione di massa di smartphone e tablet, aumenterà anche la consapevolezza della loro sicurezza, aprendo così nuove opportunità di mercato.

Queste tematiche hanno sicuramente un impatto economico rilevante, ma portano con sé altri aspetti da non trascurare. Concetti come la privacy, la sicurezza, la garanzia dei diritti di ognuno di noi in rete si sono intrecciati in maniera inestricabile. In questo senso, il cosiddetto "Datagate" è stato emblematico: nel 2013 si è squarciato un velo su un sistema di sorveglianza di massa sia nei confronti di cittadini e istituzioni statunitensi che stranieri. Attraverso una serie di inchieste giornalistiche si sono rivelati i dettagli sulle operazioni messe in atto dall'Agenzia per la Sicurezza Nazionale statunitense (NSA) in complicità con servizi di intelligence di altri paesi.

Questi scandali hanno solo rallentato, non certo arrestato, la spinta dei governi a controllare sempre tutto e tutti. Ci avviciniamo pericolosamente all'"uomo di vetro", sempre visibile dai detentori del potere politico ed economico, con un rischio evidente per la libertà e la democrazia. Significative in questo senso sono le misure adottate dal governo americano dopo gli attentati alle "Torri gemelle", con le quali, nel cosiddetto Patriot Act, si decise tra l'altro di accrescere la sorveglianza sulle comunicazioni telefoniche e telematiche, di aumentare l'uso di tecnologie avanzate per l'identificazione e l'archiviazione di informazioni (dalle cartelle cliniche ai dati bancari), nonché di prelevare le impronte digitali nelle biblioteche. Sulla stessa scia, dopo l'attentato al giornale satirico "Charlie Hebdo", anche in Europa si sta discutendo sulla possibilità di introdurre simili misure. Quali sono dunque



le dimensioni della libertà nell'età della scienza e della tecnologia? È giusto invocare la protezione della vita privata, ma non basta. Il nostro modo di vivere è divenuto un flusso continuo di informazioni, inarrestabile, che noi stessi alimentiamo per avere accesso a beni e servizi. La trasparenza sociale ci avvolge. Le tecnologie dell'informazione non solo si impadroniscono della nostra vita, ma costruiscono un corpo elettronico, l'insieme delle nostre informazioni personali custodite in infinite banche dati, che vive accanto al corpo fisico.

Il cammino verso regole condivise da tutti, magari verso una "costituzione di internet", non è detto che sia a portata di orizzonte. La consapevolezza degli utenti cresce sempre di più, è un dato confortante, ma certe strade prendono vie tortuose proprio quando l'obiettivo si trova a un passo. Negli Stati Uniti,



di una dichiarazione dei diritti di Internet che ambisce ad essere una dichiarazione “fondata sul pieno riconoscimento di libertà, eguaglianza, dignità e diversità di ogni persona” in quanto “la garanzia di questi diritti è condizione necessaria perché sia assicurato il funzionamento democratico delle istituzioni, e perché si eviti il prevalere di poteri pubblici e privati che possano portare ad una società della sorveglianza, del controllo e della selezione sociale”. Il diritto ad avere, anche online, i diritti fondamentali dell’uomo e del cittadino ed a vederli rispettati, il diritto di accesso a internet quale preconditione essenziale ed irrinunciabile per l’esercizio di ogni altro diritto fondamentale, la neutralità della Rete, la tutela dei dati personali e del proprio domicilio informatico nell’era di Internet, il diritto all’identità personale, all’anonimato ed all’oblio nello spazio pubblico telematico, il diritto all’educazione anche e soprattutto alla cultura in digitale e poi quello alla sicurezza delle reti e nelle reti e i principi cui deve ispirarsi il governo di Internet.

Sta a noi riconoscerci o meno nell’elenco delle norme fondamentali raccolte nella bozza della dichiarazione, proporle modifiche e correzioni e poi innamorarcene senza riserve ed esitazioni con la stessa convinzione e passione con la quale dovremmo sentirci vicini – in ogni momento – alla nostra Costituzione ed alla Carta europea dei diritti fondamentali, in modo da sentire sempre vivo il nostro privilegio ad avere prerogative e libertà che soli possono garantirci davvero di essere cittadini del nostro Paese e dell’Unione europea anche nell’era digitale.

ad esempio, alla faccia dei principi di neutralità del web i grandi provider delle telecomunicazioni puntano sempre di più a un’Internet a due velocità dove tra le aziende chi paga vola: ha qualità dei servizi garantita, massima visibilità e sicurezza, mentre le piccole e i singoli cittadini devono dividersi quello che resta.

Internet ha contribuito in maniera decisiva a ridefinire lo spazio pubblico e privato, a strutturare i rapporti tra le persone e tra queste e le istituzioni. Comincia così la “Dichiarazione dei diritti in Internet”, il testo elaborato dalla Commissione per i diritti e doveri in Internet costituita presso la Camera dei deputati. Il nostro Paese si candida a farsi promotore in Europa



Una piccola storia americana può aiutarci a capire il significato profondo del cambiamento che stiamo vivendo e quello che vorremmo non succedesse. In una scuola elementare della California, per ragioni di sicurezza, è stato deciso che ogni bambino portasse al collo un medaglione con un chip leggibile a distanza con la tecnologia delle radiofrequenze, in modo da seguire ogni suo movimento, di localizzarlo in ogni momento. Tornata a casa, una bambina ha così commentato la novità con i suoi genitori: “Non voglio diventare un pacchetto di cereali”.

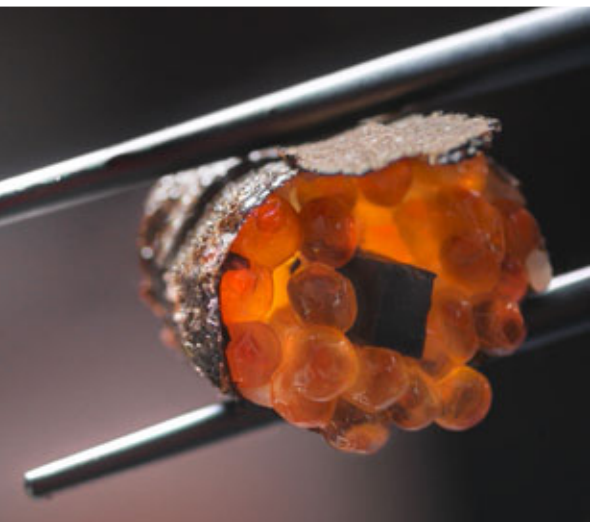


Raggiungere fasce sempre più ampie di consumatori

E' questo l'ambizioso programma della Urbani tartufi, un'azienda simbolo del made in Italy che distribuisce i propri prodotti principalmente negli USA e in altri 68 Paesi del mondo

«Il nostro segreto è la fortuna di poter mettere in campo ogni giorno la dedizione e l'amore verso un prodotto così meraviglioso come il tartufo. Dobbiamo essere grati della possibilità di poter fare il lavoro che amiamo ed è per questo che noi diamo sempre il massimo in azienda». Giammarco Urbani descrive così il segreto dell'azienda di famiglia. Un'impresa che da più di un secolo ha fatto del tartufo, della sua trasformazione e della sua commercializzazione una passione più che un business. La Urbani tartufi infatti non è solo una società, ma è un simbolo del suo territorio, con il quale mantiene un legame strettamente legato al prodotto, ma anche alle persone che ci vivono. Ed è anche per questo che, negli anni, è diventata uno dei simboli del Made in Italy nel mondo.

Enrico Casale



Quando nasce la Urbani tartufi?

“La Urbani tartufi nasce nel 1852 da un’intuizione del mio bisnonno, Paolo Urbani, che decise di dedicare la propria vita a questo nobile prodotto. Nel 1920, mio nonno Carlo e mia nonna Olga iniziarono a esportarlo, fornendo i migliori ristoranti francesi e, soprattutto, le migliori industrie alimentari francesi. Nel 1950, con l’ingresso in azienda di mio zio Paolo e, poi, nel 1960, con l’arrivo di mio padre Bruno, l’attività si è ingrandita ulteriormente, riuscendo a raggiungere una trentina di mercati nel mondo. Tra questi anche gli Stati Uniti”.

La società è sempre rimasta in mano alla famiglia Urbani?

“L’impresa è sempre stata familiare. Mio padre, che ha avuto accanto per molti anni suo fratello Paolo, è sempre alla guida ma, ogni giorno di più, ripone nelle mani delle giovani generazioni l’eredità professionale e umana che ha maturato in cinquant’anni di carriera. A partire dal decennio 1990-2000 è così entrata in azienda la quarta generazione composta da me, mia moglie Paola, mio fratello Carlo, mia cugina Olga. Olga, figlia di Paolo, svolge la sua attività di controllo generale, spaziando dal settore marketing alle pubbliche relazioni, responsabile dell’immagine e dell’amministrazione della Urbani tartufi e delle sue consociate. Carlo è responsabile del settore marketing e commerciale estero. Io sono responsabile e Ceo della Urbani America, del settore vendite Italia e ideatore della Urbani funghi, nuovo settore in costante crescita. Negli ultimi anni sono poi

arrivati i figli di Olga: Luca e Francesco Loreti. Luca lavora nel settore vendite e marketing estero, segue clienti e visitatori e assiste la famiglia nelle mille problematiche giornaliere. Francesco ha iniziato nel campo dell’acquisto dei funghi porcini, ora sta sviluppando il progetto della coltivazione del tartufo e spazia anche nel settore commerciale, sia italiano che estero, nonostante i suoi soli vent’anni”.

Com’è cresciuta l’azienda?

“Il 1979 ha rappresentato un anno importante. La Urbani tartufi acquista la Morra tartufi Alba, una notissima azienda del settore. Questo ci ha permesso di offrire alla clientela tutta la gamma di tartufi e di prodotti a essi legati. Ma non si è fermata lì. Sotto la direzione di mio padre Bruno, nel 2005, abbiamo aperto la prima filiale partecipata al 100% negli Stati Uniti con sede a New York. Nel 2007 abbiamo iniziato a occuparci di funghi spontanei. Nel 2008 è nata l’Accademia del tartufo, un luogo dove ricevere i cultori, gli amanti del tartufo e gli chef per poter «giocare» con questo fungo e creare nuovi prodotti e nuovi sapori. Abbiamo inoltre aperto un museo del tartufo dove si può respirare l’aria della nostra azienda”.

Ma partiamo dall’inizio: il tartufo...

“Il tartufo è il protagonista della nostra storia aziendale. Urbani acquista da sempre dai più grandi commercianti di tartufi che portano negli stabilimenti di Sant’Anatolia di Narco (Pg) i migliori tartufi bianchi e neri. Qui viene fatta una prima selezione per stabilire quale parte

Giammarco Urbani, fra l’altro Ceo di Urbani America. La Urbani tartufi è sempre stata un’azienda a conduzione familiare



del prodotto verrà commercializzato come fresco. Questo tartufo viene pulito (lavato o spazzolato a mano) e spedito tale e quale verso i mercati. Il tartufo ha una vita molto breve, ma quello che non vendiamo come fresco riusciamo, grazie a tecnologie d'avanguardia, a lavorarlo in modo tale da esaltarne le caratteristiche naturali e permettere nuove occasioni d'uso. Può infatti essere surgelato oppure essere stabilizzato termicamente e venduto in vasi di vetro o anfore. O, ancora, trasformato in semilavorato per essere poi utilizzato come ingrediente fondamentale per quei prodotti che hanno una ricetta a base di tartufo: salse, condimenti, olii, farine, cioccolatini, ecc. Oggi, l'azienda gestisce il 70% della produzione di tartufo del mondo e commercializza 700 prodotti diversi a base di tartufo. Con circa 60 milioni di euro di vendite annuali, la Urbani è il leader indiscusso del settore”.

Quali prodotti avete introdotto nel vostro catalogo?

“Attualmente l'azienda si divide in quattro divisioni: tartufo fresco; tartufo conservato o semilavorato per l'industria; salse e condimenti; funghi spontanei. Al dettaglio e ai ristoranti vendiamo: tartufi freschi in vasi di vetro, ma anche salse, creme e paté, fonduta e formaggio, burro, farina, pasta, olio, prodotti dolciari. Alle industrie di trasformazione vendiamo, invece, tartufi surgelati, conservati e disidratati. Abbiamo una linea bio, con prodotti ottenuti da metodi di coltivazione e di produzione che escludono l'utilizzo di prodotti di sintesi e organismi geneticamente modificati; una linea kosher, con prodotti adatti all'alimentazione dei fedeli di religione ebraica; una linea vegetariana e vegana. Abbiamo anche una serie di prodotti pronti adatti alla cucina veloce di questi tempi. Infine, negli ultimi anni, abbiamo iniziato a trattare i funghi, che commercializziamo e che possono essere degustati in moltissimi ristoranti di prestigio anche all'estero”.

Quali sono i vostri mercati di riferimento?

“Il nostro principale mercato è quello statunitense. Negli USA, la sede principale è a New York alla quale si aggiungono le sedi di Los Angeles, Las Vegas, San Francisco e Chicago. Oltre agli Stati Uniti, Urbani esporta in altri 68 Paesi, dei quali i principali sono Francia, Germania, Svizzera, tutto

il Medio Oriente, Giappone, Hong Kong, Singapore, Taiwan e Australia. Abbiamo inoltre una filiale ad Alba e una a Milano. La rete di vendita è molto ampia. L'azienda distribuisce a ristoranti, negozi gourmet, supermercati e industrie di trasformazione”.

Nonostante l'internazionalizzazione, la vostra azienda ha un forte legame con il territorio...

“Il tartufo è un prodotto della terra. Tutti coloro che manipolano il tartufo devono essere conoscitori ed esperti e radicati nel territorio. L'esperienza è fondamentale. In azienda abbiamo personale proveniente da famiglie che da generazioni lavorano con noi. Sono uomini e donne (fin da subito la nostra azienda ha dato fiducia alle donne) che sono legati all'azienda e alla terra nella quale vivono”.

...un legame che avete voluto celebrare attraverso un museo.

“Il Museo del tartufo si trova a Scheggino (Pg) ed è dedicato alle memorie di mio zio Paolo. Nelle sue sale si ripercorre la storia della nostra azienda e dei processi di trasformazione del prodotto. Ma è anche un «museo da vivere», che dà la possibilità di entrare davvero nella vita del tartufo. Ci si può infatti avventurare, su richiesta, a caccia di tartufi con i cani e con i veri cavaatori di una volta e, ancora più avventuroso, partecipare ai «safari del tartufo» nelle montagne circostanti, oppure visitare lo stabilimento

Urbani per seguire la strada che fa il tartufo dalla terra dove viene cavato alla trasformazione in prodotti alimentari”.

Che cos'è invece l'Accademia del tartufo?

“L'Accademia del Tartufo è stata voluta da Paolo e Bruno Urbani. L'idea era di far diventare la Urbani tartufi un punto di riferimento per gli chef di tutto il mondo e per gli appassionati del tartufo che non solo intendano conoscere storia e origini del tubero, ma anche l'infinita varietà di impieghi in campo culinario. L'Accademia è un centro tecnologico gastronomico didattico e sensoriale, dove ognuno può portare le proprie conoscenze sul tartufo e suoi derivati, può scambiarle, accrescerle e arrivare così alla creazione di nuove idee, nuovi progetti e nuovi prodotti, sempre con l'intento comune di progredire in materia di tartufi. Da questa fucina di idee, la nostra azienda trae spunto per conoscere le nuove tendenze in termini di gusti e sapori. Non solo, la Urbani affianca gli chef aiutandoli a pubblicare libri su questi temi. A oggi Urbani



La Urbani lavora il tartufo dal 1852. Qui a fianco, un “cavatore”. Parte del personale dell'azienda lavora per essa da più generazioni

è citata in più di 200 pubblicazioni gastronomiche”.

E la Confraternita del tartufo?

“È un modo per celebrare il tartufo come prelibatezza gastronomica. La Confraternita fu fondata da Ugo Tognazzi e mio padre con l'impegno di promuovere, in modo divertente ma non banale, la squisitezza del pregiato prodotto. In questa congrega sono entrati a far parte personaggi noti del mondo dello spettacolo. Citiamo qui, tra gli altri, Anthony Quinn, Giuliano Gemma, Paolo Villaggio, Catherine Deneuve, Marcello Mastroianni, Nino

Manfredi. Da allora, la Confraternita ha organizzato manifestazioni in Italia e all'estero per celebrare il gusto del tartufo”.

Quali sono le strategie future di Urbani tartufi?

“In occasione di Expo 2015 (dove avremo uno stand all'interno del padiglione di Eataly), la nostra azienda lancerà un programma ambizioso: far diventare il tartufo un prodotto che possa raggiungere fasce sempre più ampie di consumatori. Come farlo? Abbiamo ipotizzato due grandi filoni di azione. Il primo è dedicato a chi visita la nostra zona (turisti o appassionati di gastronomia). A essi offriamo diverse alternative per entrare nel mondo del tartufo. La prima è il Museo, attraverso il quale è possibile conoscere la storia della nostra azienda e l'evoluzione culturale del prodotto. La seconda proposta è quella di far esperienze sensoriali nell'Accademia del tartufo. In più organizziamo la caccia al tartufo e facciamo vedere loro come viene trasformato il tartufo. Un'esperienza quindi che segue la filiera: dalla raccolta alla trasformazione passando dalla storia e concludendo col momento bello e apprezzato da tutti della degustazione.

“Il secondo filone è dedicato a chi non può venire da noi. Per questi ultimi creeremo punti ristoro a marchio Urbani in tutte le principali capitali del mondo. Saranno corner, piccoli locali, ma anche ristoranti nei quali proporremo una cucina moderna, ma di grande qualità nell'ambito della quale verrà esaltato il tartufo. In questi locali saranno previsti anche angoli in cui è possibile conoscere la storia del tartufo e le sue proprietà e in cui sarà possibile acquistare i nostri prodotti”.





Progetto Itaca: in nome della salute mentale

**Un impegno più
che meritevole
dato che l'OMS
prevede che
nel 2020 la
depressione
sarà la malattia
più diffusa nel
mondo – Tra gli
obiettivi prioritari
lottare contro i
pregiudizi**

Secundo la leggenda Itaca è la patria di Ulisse, l'eroe del celeberrimo poema omerico. Attraverso mille peripezie e dopo anni di lontananza, Ulisse riesce a tornare alla sua amata isola. È un percorso irto di ostacoli, di incontri imprevisi, di immani pericoli. Ma l'eroe tiene sempre Itaca fissa nella mente e sa che raggiungerla è la sua meta.

Seguendo questa immagine, nel 1999 un gruppo di sette volontari ha dato vita a Progetto Itaca, un'associazione che ha l'obiettivo di aiutare chi è affetto da disturbi della salute mentale a ritrovare la propria normalità, a riscoprire gli affetti più cari. Oggi Progetto Itaca è un punto di riferimento nazionale: un risultato raggiunto grazie alla qualità del lavoro effettuato e alla capacità di costruire una rete di rapporti efficace.

Ughetta Radice Fossati Orlando, oggi segretario generale, spiega il vero obiettivo del sodalizio: "Vogliamo portare una visione innovativa nel campo della salute mentale – dice –. Chi soffre di disturbi psichici può e deve essere curato. Vogliamo accompagnare le persone che ne sono colpite verso una buona qualità di vita".

L'Organizzazione Mondiale della Sanità ha di recente evidenziato che il disagio psichico è diventato una delle principali cause di assenza dai luoghi di lavoro e di pensionamento anticipato nei Paesi della Comunità Europea: "Il problema è di grande attualità – continua il segretario generale – ed è più grande di quanto si possa immaginare, specie nell'età giovanile, tra i 15 e i 25 anni, ovvero quando la persona è chiamata a fare le grandi scelte della vita. L'attuale recessione economica e i suoi effetti sul mercato del lavoro aggiungono poi problemi all'occupazione e alla qualità della vita delle persone che soffrono di disturbi mentali e delle loro famiglie".

Secondo le stime dell'OMS la depressione sarà, entro il 2020, la malattia più diffusa nel mondo sviluppato e la seconda causa di disabilità che colpirà il 20 per cento delle persone impiegate nel mondo industrializzato. Senza parlare di altri disturbi, come ansia, attacchi di panico, anoressia e bulimia. Ben si capisce allora quanto sia prezioso il lavoro di Progetto Itaca, che ha traghettato in Italia un modello nato negli Stati Uniti chiamato Fountain House. Si tratta di una struttura diurna

Andrea Pizzi



Ughetta Radice Fossati Orlando, segretario generale di Progetto Itaca Onlus



Due volontarie dell'associazione impegnate in una delle tante iniziative solidali

gestita con la formula del club, dove le persone con problemi psichiatrici trascorrono la giornata impegnati in attività finalizzate a recuperare ritmo di vita e sicurezza.

Partendo da un lavoro quotidiano strutturato e organizzato all'interno di varie unità, i soci intraprendono un percorso rispettoso dei loro tempi e dei loro desideri, che li porterà a confrontarsi con l'inserimento lavorativo in azienda attraverso tre tappe: lavoro temporaneo, lavoro supportato e lavoro indipendente. La prima Clubhouse di questo modello è nata a New York nel 1948 ed è stata esportata in più di trenta paesi nel mondo attraverso lo ICCD (International Center for Clubhouse Development).

A Milano Progetto Itaca ha inaugurato nel 2005 il Club Itaca, che coinvolge oggi circa 150 beneficiari: "Sono veri e propri soci dell'organizzazione – spiega Ughetta Radice Fossati – e come tali partecipano direttamente alla gestione del Club, lavorando in cinque unità di lavoro: segreteria e accoglienza, comunicazione e raccolta fondi, formazione, ricerca del lavoro, cucina". I soci sono poi accompagnati in percorsi di inserimento lavorativo in azienda. Dopo dieci anni di attività i soci di Club Itaca sono riusciti ad attivare 111 contratti di lavoro presso 64 aziende ed enti di Milano e hinterland. "Uno degli obiettivi prioritari di Progetto Itaca – aggiunge la nostra interlocutrice

– è combattere i pregiudizi che danneggiano le persone che soffrono di malattie mentali forse più degli stessi sintomi della malattia. Oggi ci sono infatti due estremi opposti. Da una parte si pensa che le malattie mentali siano malattie immaginarie di persone troppo concentrate su se stesse, che non hanno magari avuto una buona educazione in famiglia e che quindi non hanno un problema di salute, ma di carattere e di formazione; dall'altra è ancora radicata la convinzione che le malattie mentali gravi siano malattie incurabili, che portano le persone a diventare pericolose e violente. Noi lavoriamo per far comprendere che non è così, che si può fare tanto, soprattutto attivando una forte collaborazione con le strutture pubbliche, i Dipartimenti di Salute Mentale e le ASL".

L'Associazione ha aperto sedi a Roma, Firenze, Palermo, Genova, Parma, Napoli e, ultima arrivata, Catanzaro. I progetti sono innumerevoli e tutti gestiti con estrema attenzione e professionalità. A partire dalla Linea di Ascolto, un numero verde al quale mediamente giungono ogni anno 12 mila chiamate. Spesso chi ha bisogno di aiuto trova in questo strumento la

CONTATTI

Progetto Itaca - Milano

via Alessandro Volta 7/a - 20121 Milano
tel 02.62695235 - Fax 02.6552205
segreteria@progettoitaca.org
sito: www.progettoitaca.org
C.F. 97249300159
c/c postale n.14799217
IBAN: IT12X0569601600000012510X30



Sopra, i partecipanti del 1° corso di formazione peer to peer: a destra, partecipanti del corso per formatori Famiglia a famiglia organizzato a Milano nel 2014



prima modalità di approccio a Progetto Itaca, che – grazie alla propria rete di volontari – ha attivato una capillare operazione di informazione e prevenzione, per arrivare precocemente alla diagnosi e alla cura più mirata e per favorire il rapporto iniziale tra paziente e strutture sociosanitarie specifiche. È in prima linea per il sostegno dei pazienti e delle loro famiglie durante la cura, che può essere anche a lungo termine e accompagnata da ricadute. Realizza progetti riabilitativi e residenziali per offrire una buona qualità di vita tramite l’inserimento sociale e, se possibile, anche lavorativo.

Tra le iniziative più significative ci sono corsi ‘famiglia a famiglia’, che vedono coinvolti appunto i famigliari di persone che soffrono di disagio psichico, con un metodo anch’esso importato dagli Stati Uniti. Ma non solo. Sono nati gruppi di ‘auto aiuto’, composti da persone che hanno in comune lo stesso problema: “Nel gruppo le esperienze di tutti possono essere trasformate in una risorsa, perché condivise con rispetto e comprensione – afferma Ughetta

Radice Fossati –. È poi molto significativa la nostra presenza nelle scuole secondarie superiori, dove promuoviamo iniziative di informazione per la prevenzione dei disturbi mentali, rivolte ad alunni, insegnanti e genitori. Impegnativi, ma ricchi di risultati, sono i cosiddetti ‘progetti residenziali’, che hanno l’obiettivo di assicurare a persone che hanno avuto l’esperienza del ricovero in ospedale o in comunità un’abitazione non istituzionale con relativo monitoraggio per incoraggiare una graduale acquisizione di autonomia”.

La sfida di Progetto Itaca è quella della maggior diffusione in Italia delle buone prassi nel trattamento dei disturbi di salute mentale, quindi prevenzione, cura, riabilitazione, reinserimento lavorativo, affinché il maggior numero di persone malate possa raggiungere una buona qualità di vita. Ma c’è bisogno dell’aiuto di tutti, specie delle aziende, che possono finanziare i progetti dell’associazione, coprire i costi di gestione di specifici piani di intervento, essere partner di eventi e raccolta fondi o donare semplicemente beni e servizi.



Renzo Arbore e l’Orchestra Italiana per Progetto Itaca. Milano, teatro Dal Verme, gennaio 2014

UN ASCOLTO SEMPRE IN LINEA

800.274.274

Per chiamate da cellulare 02.29007166

linea.ascolto@progettoitaca.org

Numero Verde ad estensione nazionale specifico per la Psichiatria

Segui Progetto Itaca anche su Facebook, Twitter, Youtube

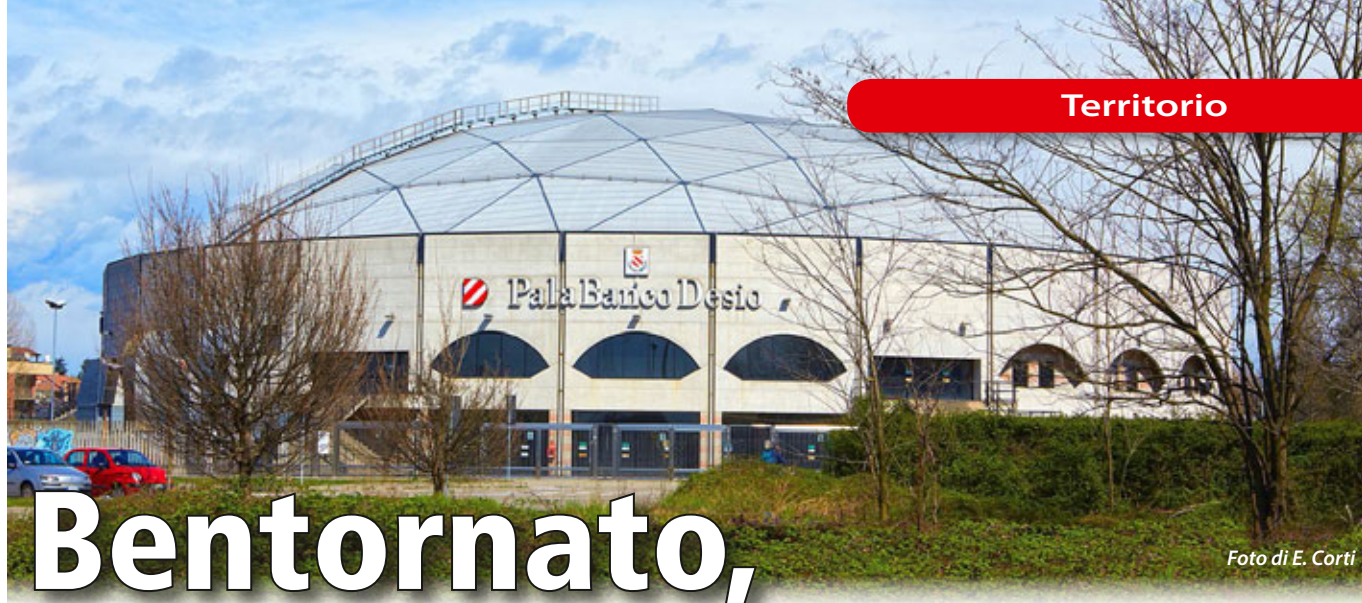


Foto di E. Corti

Bentornato, PalaBancoDesio!

Basket, volley, ginnastica: tanti gli sport che la struttura, ora tornata a chiamarsi con l'antico nome, è in grado di ospitare grazie ad una dotazione di impianti di tutto rispetto

Nel gennaio scorso, con un accordo tra il Comune di Desio ed il Banco, la bella struttura polifunzionale desiana è tornata a chiamarsi, come vent'anni fa, PalaBancoDesio. Da oltre un ventennio infatti la struttura aveva perso lo sponsor bancario-correndo anche il rischio nei primi anni 2000 di essere messa in vendita -, e le attività che vi facevano capo, dopo gli anni iniziali, grazie al basket in particolare modo, si erano progressivamente diradate per qualità e quantità di manifestazioni promosse e ospitate.

Un vero peccato perché il PalaBancoDesio vanta impianti di tutto rispetto - è la seconda struttura coperta della Lombardia per capienza complessiva - ed una consolidata tradizione di organizzazione di eventi. I programmi attuali e futuri vedono un ritorno del basket con Eurolega e Final Eight di Coppa Italia disputate nel febbraio scorso e la finale nazionale Under 15, quest'ultima organizzata dalla società Pallacanestro Aurora Desio in collaborazione con l'Assessorato allo sport del Comune. La manifestazione, in calendario dal 28 giugno al 4 luglio prossimi, vedrà le migliori sedici squadre giovanili contendersi il titolo.

Proseguirà anche la stagione del volley di serie A e della ginnastica artistica, di cui segnaliamo il Gala previsto per il 10 maggio prossimo. Sempre in ambito ginnico, merita una citazione

la Società Sportiva San Giorgio'79, campione d'Italia, che del PalaBancoDesio ha fatto la sede per i propri allenamenti e il punto di riferimento per i corsi di ginnastica che la società rivolge a ben sei categorie di allieve.

Dotato di palestre, centro medico di pronto soccorso, cabina di regia, il complesso prevede per il pubblico tre ordini di posti (parterre, primo e secondo anello) con una capienza totale, variabile in funzione delle manifestazioni ospitate, tra i 6.500 e i 7.500 posti.

Il PalaBancoDesio ha una pianta circolare, per un'altezza di 25 metri, con una copertura a cupola in legno di interessante fattura architettonica: le soluzioni studiate per la sua realizzazione hanno, anni fa, convinto un comune limitrofo (Monza) a dotarsi dello stesso progetto esecutivo: il PalaBancoDesio dispone così di un suo perfetto "clone", con minor ricettività, nel territorio del comune monzese.



Come vent'anni fa, il PalaDesio è tornato a chiamarsi PalaBancoDesio



La provincia di Monza e Brianza, in collaborazione con quelle di Milano, Lecco e Como, è impegnata da anni in un processo di valorizzazione del proprio patrimonio artistico e culturale

Si è conclusa con risultati eccellenti la dodicesima edizione di “Ville aperte in Brianza”: infatti la manifestazione, programmata da sabato 20 a domenica 28 settembre dello scorso anno e tesa a diffondere la conoscenza del patrimonio artistico e culturale proprio di questo territorio, ha fatto registrare numeri da record grazie ai 36.107 visitatori che hanno affollato gli oltre 100 siti aperti nei 53 Comuni distribuiti in un territorio compreso fra le provincie di Monza e Brianza, di Lecco, di Como e di Milano.

Facciamo un po' di storia, ricordando che questa iniziativa nasce nel 2002 per volontà del comune di Vimercate con l'obiettivo di avvicinare il più vasto pubblico ai tesori del territorio comunale. Negli anni successivi, le provincie di Milano e di Monza-Brianza lavo-

rano per estendere quella felice intuizione ad altri comuni dell'area, per accrescere il successo ottenuto dalla manifestazione nata a Vimercate e per allargare ad un più vasto numero di cittadini una proposta culturale e turistica di indubbio valore.

A partire dal 2007, così, il progetto riesce a coprire e coinvolgere un territorio sempre più esteso e ricco di testimonianze della propria storia grazie ad un lavoro di pianificazione delle varie attività culturali incentrato sulle ville brianzole e teso a trasformarle da semplici siti sparsi per il territorio in luoghi dove creare cultura.

Ville Aperte infatti lavora per contribuire alla riscoperta di un sorprendente patrimonio artistico, non sempre ben conosciuto, che sottolinea lo splendore di un passato in cui l'a-



Foto di E. Corti

La filiale di Monza di via Borgazzi 6/8

italiane. E, per il secondo anno consecutivo ottiene il riconoscimento del Presidente Giorgio Napolitano.

Il 2011 porta altre novità per l'iniziativa, sempre concentrata in un solo giorno, domenica 25 settembre. Ad esempio, vengono tracciati degli appositi percorsi ciclabili che consentono agli amanti

ristocrazia milanese sceglieva la Brianza come luogo di villeggiatura, ed opera favorendo la visita, in particolari momenti dell'anno, non solo di siti pubblici ma anche di spazi privati: dai palazzi signorili alle antiche rocche, dai parchi e giardini all'italiana e all'inglese alle basiliche e agli oratori.

All'interno di questi luoghi i visitatori vengono accompagnati da guide esperte che ne illustrano la storia, le caratteristiche architettoniche e le curiosità, e capaci di dare vita ad un'offerta culturale basata sul racconto degli eventi storici ed arricchita dai più vari momenti di intrattenimento, quali esibizioni musicali e corali, mostre e performance teatrali, capaci di illustrare, o di raccontare in maniera diversa, episodi legati alla storia dei luoghi.

L'importanza della manifestazione cresce di anno in anno: nel 2010, Ville Aperte in Brianza riceve il Riconoscimento del Presidente della Repubblica, che attribuisce valore alla manifestazione a livello nazionale. L'anno successivo, poi, l'iniziativa viene patrocinata dal Ministero per i Beni e le Attività Culturali, dal Touring Club Italiano, dal FAI, dalla Regione Lombardia con AIM - Associazione Interessi Metropolitan, da Italia Nostra e da ADSI - Associazione di more storiche

delle due ruote di raggiungere facilmente le mete coinvolte nel progetto. Tre sono i percorsi proposti: il primo lungo il Lambro, tocca i Comuni di Truggio, Carate Brianza e Verano Brianza, il secondo nel Vimercatese interessa i Comuni di Agrate Brianza, Vimercate, Arcore ed il terzo, lungo il parco delle Groane riguarda i Comuni di Limbiate, Cesano Maderno e Desio.

Per chi invece sceglie il treno come mezzo di trasporto da Milano verso la Brianza, l'itinerario alla scoperta degli edifici nobiliari parte dalle stazioni di Milano Cadorna e Milano Bovisio per raggiungere le mete collocate lungo la tratta delle Ferrovie Nord Milano-Seveso-Asso. Tra queste, particolarmente significative sono le ville di delizia che si trovano a Varedo, Bovisio Masciago e Cesano Maderno.



La formula di "Ville Aperte in Brianza" rimane comunque invariata: durante la giornata i visitatori, suddivisi in gruppi, vengono accompagnati da guide esperte che raccontano la storia dei luoghi, illustrandone le caratteristiche architettoniche e le curiosità. Così, le ville e i parchi, continuano a trasformarsi in palcoscenici particolari per eventi, concerti, mostre, performance teatrali e degustazioni.

Con l'anno 2012 Ville Aperte conosce un respiro più ampio. Per festeggiare adeguatamente i suoi primi 10 anni, viene pianificata un'edizione arricchita da un fitto calendario di eventi in programma nei 10 giorni compresi fra venerdì 21 settembre a domenica 30 settembre, il cui gran finale si tiene a Monza nella splendida cornice della Villa Reale. Ai



32 Comuni della provincia di Monza-Brianza che aderiscono all'iniziativa se ne aggiungono altri 7 della Brianza lecchese, per i quali la manifestazione è un momento unico di valorizzazione culturale.

I risultati di tanto impegno non possono non vedersi: sono ben 21.411 i visitatori che da venerdì 21 a domenica 30 settembre hanno affollato gli oltre 80 siti aperti nei 39 Comuni coinvolti del territorio di Monza e Brianza, del Lecchese e del Milanese. Di queste presenze, 3.139 sono state registrate nel weekend del 22 e 23 settembre e 18.272 in quello del 29 e 30 settembre. In particolare, sono state 12.883 le prenotazioni online registrate nei 10 giorni della manifestazione.

Il successo dell'iniziativa è tale che gli organizzatori decidono di riaprire il sito della Villa Reale, che resta eccezionalmente aperto al pubblico anche domenica 7 ottobre con visite guidate che comprendono anche un itinerario all'interno degli appartamenti reali.

Ville Aperte non fa registrare risultati importanti solamente per Monza. Lo dicono i risultati suddivisi per comuni: in questa speciale classifica si piazzano ai primi posti, con la Villa Reale di Monza, l'area del Vimercatese

(che si conferma, anche quest'anno la prima in classifica con un totale di 2.898 presenze tra Palazzo Trotti, Villa Sottocasa e Villa Gallarati Scotti che, da sola, è stata visitata da 823 persone). Ben nutrite poi le visite al Complesso Borromeo d'Adda ad Arcore, a Palazzo Arese Borromeo a Cesano Maderno, a Villa Zari a Bovisio Masciago.

Un grande interesse si è registrato anche nei comuni di Nova Milanese (1.090 le visite alla restaurata Villa Crosti) di Varedo (con Villa Bagatti Valsecchi), di Cornate d'Adda (con la Centrale Bertini e con la Centrale Esterle), di Triuggio (con Villa Taverna) e di Meda (con Villa Antona Traversi e la Chiesa di San Vittore).

Oltre 2.000 i visitatori nei 7 comuni della Brianza Lecchese, Annone di Brianza (con Villa Cabella Lattuada), Barzanò, (con Villa Nava Conti della Porta e la Canonica San Salvatore), Civate (con il complesso romanico di San Pietro al Monte) Galbiate, Merate, Montevecchia e Olgiate Molgora (con la residenza Sommi Picenardi).

L'edizione numero 11, che si è tenuta dal 21 al 29 settembre 2013, ha visto poi coinvolti ben 100 siti culturali da valorizzare con visite guidate, spettacoli, concerti nei luoghi storici della Brianza. E con l'edizione numero 12, programmata da sabato 20 a domenica 28 settembre dello scorso anno - i cui numeri abbiamo ricordato all'inizio - il patrimonio storico e architettonico della Brianza è sbarcato su Twitter: un ottimo strumento promozionale in vista di EXPO 2015.



L'Italia all'epoca dei longobardi



Foto di M. Menghini

Questa popolazione di origine germanica, arrivata a sud delle Alpi dal Friuli, si impossessò di Milano, raggiunse Torino e si spinse verso il centro e il sud d'Italia, dove vennero fondati i ducati di Spoleto e di Benevento

La trecentesca Rocca pontificia di Spoleto ospita il Museo del Ducato di Spoleto, dedicato alla storia e all'arte di un territorio che si rese protagonista delle vicende italiane nell'Alto Medioevo.

I longobardi erano uno dei tanti popoli seminomadi germanici stanziatisi tra il V e il VI secolo nei territori centroorientali dell'Impero Romano. Il re Alboino, convinto del fatto che le risorse agroalimentari della pianura ungherese non sarebbero state sufficienti per un popolo in forte espansione demografica, concordò con altre tribù germaniche (avari, bavaresi e i franchi) il passaggio pacifico dei longobardi a sud delle Alpi, verso Aquileia e l'intera Valle del Po.

Senza impegnarsi in battaglie campali, né attendere la resa delle piazzeforti più munite, ma sfruttando la grande mobilità della cavalleria e il terrore suscitato dalle loro armi ed

acconciature, i longobardi nel 568 occuparono il Friuli. Nel settembre del 569 entrarono a Milano, costringendo il vescovo a rifugiarsi a Genova, poi raggiunsero Ivrea, Torino e alcuni passi appenninici.

Un comandante, Zottone, già nell'agosto del 570 raggiunse Benevento, in Campania; intanto Alboino aveva affidato Cividale al suo braccio destro Gisulfo, il quale assunse il titolo di duca (latino: *dux*) e suddivise il territorio friulano tra i capi dei guerrieri liberi, gli arimanni.

Ciascun arimanno aveva diritto ad una quota del bottino. In mancanza di oro o monete, si ricorreva al bestiame. Cavalli, vacche, maiali e pecore venivano conteggiati e scambiati insieme ai servi-pastori che li accudivano. Molti guerrieri erano disposti a lasciare al duca le terre conquistate, a patto però di avere libero accesso a pascoli e abbeveratoi per le proprie



bestie. La coltivazione dei campi era demandata, come in passato, a contadini e coloni semiliberi, ai quali in genere era richiesto il versamento d'un terzo dei prodotti agricoli. Ben presto i gastaldi, i funzionari amministrativi, compresero l'opportunità di suddividere il territorio in curtis, cui facevano capo sia la gestione pratica delle risorse d'uso comune in uno o più villaggi limitrofi (molino, forno, forge per i metalli, lavorazione del legno, magazzini custoditi) sia gli scambi ed il commercio degli animali.

I longobardi erano cacciatori appassionati: reti, trappole e falconi quando le prede erano uccelli; a cavallo e con mute di cani per cervi, cinghiali, volpi, lupi ed orsi. Le battute di caccia grossa andavano autorizzate dai gastaldi e/o dai loro collaboratori militari e giudicanti, gli sculdasci, onde prevenire furti o danni al bestiame, da cui poteva scaturire una faida.

Sull'esempio di Gisulfo, anche gli altri 35 duchi longobardi iniziarono a venire a patti con le popolazioni locali, mentre i bizantini cercavano di far leva sulle ambizioni dei singoli per indebolire la coesione tra gl'invasori. Alboino venne ucciso in una congiura di palazzo a Verona; la vedova Rosmunda e l'assassino Elmichi, suo amante, non ottennero l'avallo dei duchi e s'uccisero a vicenda. Il nuovo re, Clefi cercò di mantenere buoni rapporti con i franchi,



che ritenevano loro diritto non essere esclusi dalla fortunata conquista; egli fu assassinato nel 574, dopo un solo anno al potere, e nel decennio seguente ciascun capo fece parte a se stesso.

I primi duchi di Spoleto

Nel 576 il generale bizantino Baduario intraprese una controffensiva, ma cadde in battaglia. Il duca longobardo Faroaldo ne approfittò per compiere scorrerie lungo la dorsale appenninica. Devastò Plestia (sull'altipiano che divide Umbria e Marche all'altezza di Foligno), Trevi e Bevagna e si stabilì a Spoleto, protetta da mura che erano state rafforzate pochi decenni prima dai bizantini.

Il papa Benedetto I, interessato a mantenere aperto l'antico collegamento tra Roma e l'Adriatico ottenne la restituzione delle terre del monastero di S. Marco, in cambio del formale appoggio alle mire di Faroaldo su Classe, sede del principale porto bizantino nei pressi di Ravenna. Così l'ampliamento urbano non si sviluppò solo lungo la Flaminia, ma di là del torrente Tessino, a presidio della via Nursina, il collegamento con la regione storica nota come Sabina umbra: Narni, Amelia, Cascia e Norcia. Alla fine del 577 Faroaldo decise d'intraprendere una campagna





verso Perugia, ma dovette fare i conti con lo scarso entusiasmo degli arimanni, più favorevoli a dedicarsi alla conquista dei pascoli e dei boschi del Cicolano, la regione traversata dal fiume Salto, oggi ai confini tra Umbria, Lazio ed Abruzzo. Proseguendo dal passo appenninico di Tornimparte lungo la valle dell'Aterno, verso la conca Aquilana, i possedimenti spoletini si sarebbero saldati con quelli del ben più vasto e dinamico ducato di Benevento. Agli inizi del 579 la morte del papa indusse Faroaldo, già padrone di Rieti e di gran parte della Sabina, ad



Lo sportello della Sede della Banca Popolare di Spoleto in piazza Pianciani. Sotto, una formella marmorea della facciata del Duomo di Spoleto

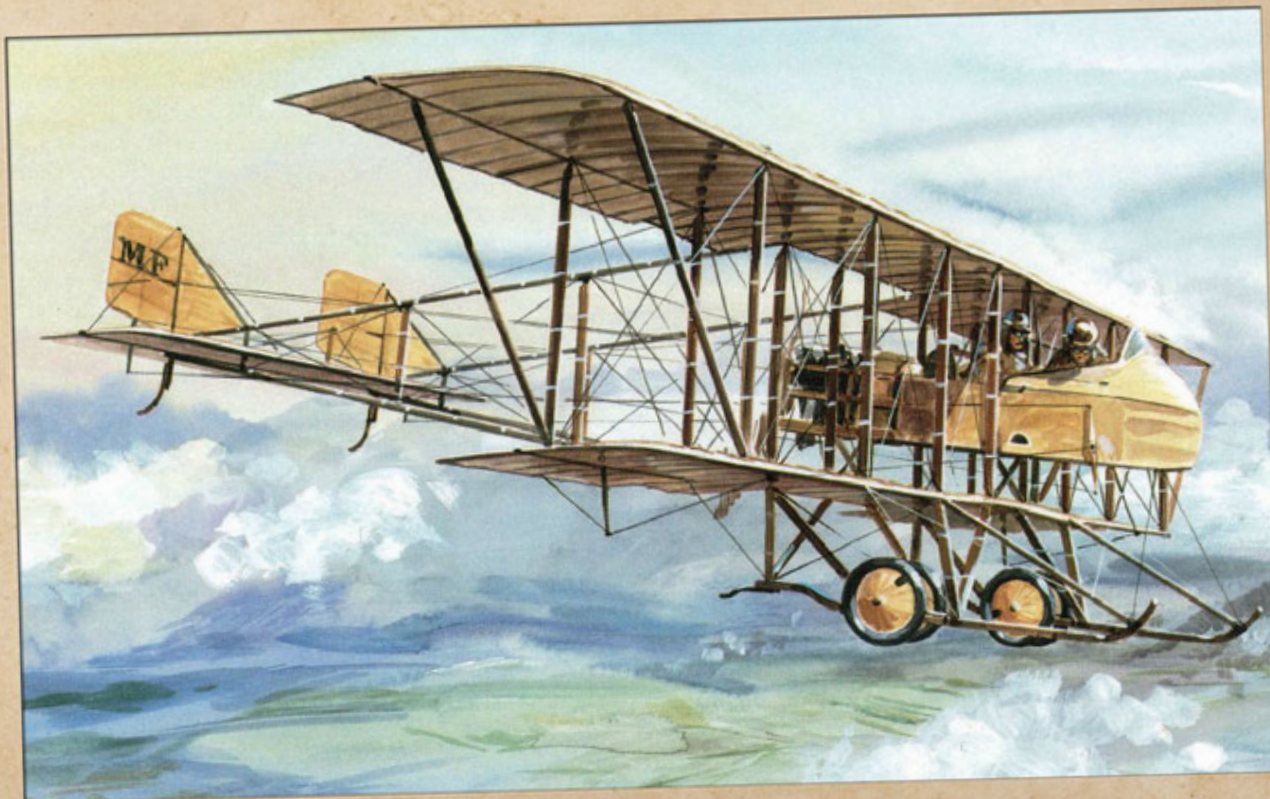
accrescere la pressione militare verso Roma; ma il nuovo pontefice, Pelagio II, riuscì ad ottenere nel 580 il sostegno dei franchi, e gli altri duchi dissuasero lo spoletino dal proseguire l'azione; s'era trasformato in uno smacco anche l'attacco a Classe, dove il mercenario alemanno Droculfo aveva guidato con successo la resistenza bizantina.

Autari e Teodolinda

Negli anni seguenti i duchi del Nord Italia compresero l'opportunità di sottomettersi ad un sovrano unitario, anche a costo di finanziare la nuova corte di Pavia rinunciando in suo favore alla metà dei loro introiti fiscali. Il nuovo re Autari, figlio di Clefi, entrò in carica nel 584 e l'anno seguente siglò un accordo di non belligeranza con l'esarca Smaragdo, inviato nel 585 dall'imperatore Maurizio I a Ravenna. Quale gesto di buona volontà verso i franchi chiese in sposa la sorella del re, ma invano; ripiegò quindi sulla bavara Teodolinda; era il 588.

Due anni dopo i franchi, forti di nuovi accordi con Bisanzio e con i duchi di Bergamo, Treviso e tre città dell'Emilia, attaccarono in Italia. Autari, trinceratosi a Pavia, riuscì a sconfiggerli, ma morì di peste. La vedova Teodolinda, cattolica, favorì un accordo tra il nuovo papa, l'autorevole Gregorio Magno, già braccio destro di Pelagio II, ed il suo nuovo marito e re longobardo, Agilulfo, duca di Torino, il quale volle che alle nozze fosse presente anche il vecchio Faroaldo, a dimostrazione del fatto che anche quel duca era soggetto al potere centrale.

Egli si volse contro Smaragdo, ma subì un'altra sconfitta; allora alcuni arimanni scelsero quale secondo duca di Spoleto un "irriducibile", Ariulfo, il quale ottenne il sostegno militare di alcuni duchi toscani e nei successivi nove anni portò il ducato alla massima estensione, attaccando i bizantini nella Pentapoli e nel Piceno ed assicurandosi Camerino e altri centri marchigiani. Alla sua morte, nel 601, sorse un contrasto per la successione tra i due figli di Faroaldo; ne uscì vincitore Teudelapio, che governò sino al 652, consolidando la suddivisione in curtis di un territorio che tuttavia andò sempre più caratterizzandosi come uno stato-cuscinetto tra i domini della Chiesa ed il ducato di Benevento.



Aerei per la guerra: le forze in campo

I favorevoli e i contrari all'utilizzo del mezzo aereo per affrontare i nuovi scenari di guerra in un contesto che vedeva proliferare gli aeroclub e le scuole volo, nonostante la carenza di piloti esperti

Agli inizi del 1913 da Torino il maggiore Giulio Douhet, vice comandante del Battaglione Aviatori (BA) e sostenitore della tesi secondo cui gli aerei non dovevano limitarsi alla ricognizione avanzata, ma assumere l'iniziativa dell'attacco, cercò di convincere il Ministero a dotare le 14 squadriglie di cui

disponeva l'Esercito (comprese le due in Libia) di almeno 45 apparecchi nuovi. Il costo stimato era di 25 mila lire ciascuno: una cifra alta per un ricognitore leggero, ma forse insufficiente per i bombardieri da lui commissionati in via riservata all'ing. Gianni Caproni, attivo nel campo di volo presso cascina Malpensa: infatti un motore per aereo costava almeno 10 mila lire, ed i Caproni ne montavano tre.

Douhet aveva elaborato il suo piano nella speranza che, dopo il grande successo della Sottoscrizione Nazionale Pro Ali alla Patria (erano stati raccolti 3,2 milioni di lire) il governo autorizzasse nuovi acquisti senza entrare nel

Francesco Ronchi

merito dei dettagli tecnici d'una operazione per la quale erano disponibili somme extra bilancio. Tuttavia a Roma avevano ancora largo seguito le tesi di chi diffidava del nuovo mezzo: il capo di Stato Maggiore, Alberto Pollio, in carica dal 1908, aveva espresso dubbi sulla possibilità che gli aerei avessero abbastanza autonomia di carburante per attacchi in profondità, specie dovendo superare le Alpi. I successi degli Zeppelin dell'alleato germanico facevano propendere il col. Maurizio Moris verso i dirigibili semi-rigidi, più economici degli Zeppelin ma comunque in grado di mantenersi al di sopra delle zone di turbolenza atmosferica e di volare per molte ore con un carico superiore rispetto agli aerei, il cui impiego - per Moris - andava limitato alla ricognizione, anche fotografica a bassa quota, troppo rischiosa per i dirigibili.

Civili e militari

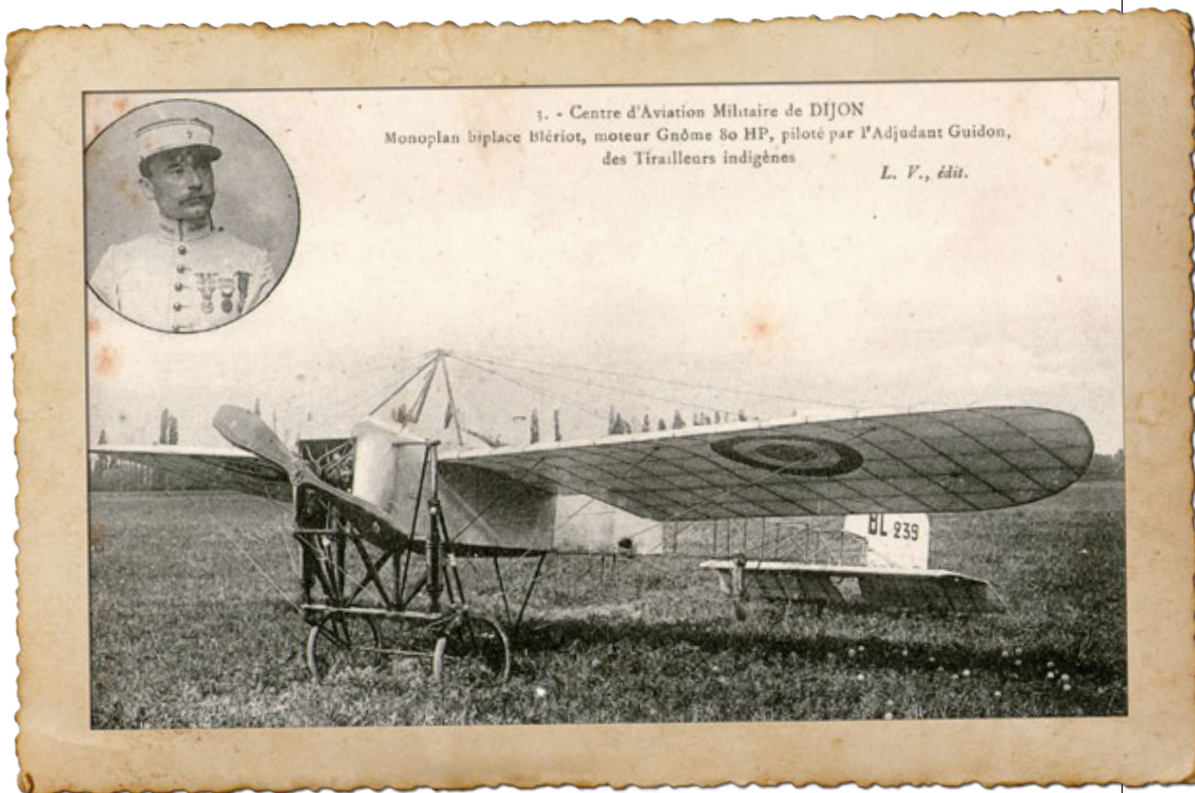
Giocava a sfavore del programma di Douhet la carenza di piloti esperti. Prima della guerra di Libia gli acquisti di aerei erano avvenuti su iniziativa di singoli comandi territoriali, là dove c'era un ufficiale superiore appassionato di volo, che a proprie spese aveva conseguito un brevetto di pilota presso una delle scuole che avevano accompagnato la nascita di questo o quel "Aero Club" e del relativo campo volo. Nel 1912 il Politecnico di Torino aveva aperto un Laboratorio di Aeronautica nel parco del Valentino, ma si sapeva che nulla valeva quanto la prova sul campo, in un continuo confronto tra ingegneri, piloti e meccanici.

Erano di pertinenza del capoluogo sabaudo i campi volo di Mirafiori, sede del BA, e quello di S. Francesco al Campo (oggi Caselle); nel 1909 a Cameri (NO) era stato realizzato un piccolo campo d'atterraggio su un terreno in parte soggetto a servitù militare.

Un francese, Clovis Thouvenot, s'era improvvisato istruttore in collaborazione con l'azienda che vi aveva trovato sede, l'A.V.I.S. (in latino: uccello), di cui erano azionisti il pilota torinese Umberto Cagno, uomo-immagine della casa automobilistica Itala, e il costruttore Gino Galli, bresciano, la cui passione s'era sviluppata a seguito del primo importante raduno aviatorio italiano, tenutosi sul circuito Brescia - Ghedi - Montichiari. Ottennero il brevetto presso Thouvenot, tra gli altri, i fratelli Antoni, i quali a loro volta nel 1911 aprirono un campo volo a Coltano (Pisa).

A Taliedo, a sud-est di Milano, in occasione della competizione internazionale organizzata dal Touring Club, un vasto appezzamento divenne l'Aerodromo d'Italia, attrezzato con vari hangar e collegato alla città da una linea tramviaria. La prima fabbrica d'aerei a insediarsi in loco fu la SADA, finanziata dalla Oleoblitz di Ernesto Reinach, fornitrice di lubrificanti alla Isotta Fraschini e ad altri produttori di motori. Le autorità militari compresero subito che Taliedo poteva essere una buona alternativa alla piazza d'armi di Baggio, dove si testavano i dirigibili, sotto stretto controllo del maggior campo volo militare del Genio, quello di Centocelle (Roma) affidato da Moris al pilota e

Nella pagina accanto, il biplano Maurice Farman MF 11. Qui sotto, il monoplano Blériot, con motore da 80 HP



progettista Mario Calderara. In pochi mesi a Taliedo vennero requisite e demolite alcune cascine, livellato il terreno e realizzate le strutture destinate ad ospitare due delle squadriglie del BA. Altre scuole di volo erano sorte a La Comina, presso Aviano (PN) e a Somma Lombardo, tuttavia il numero dei brevetti rilasciati in Italia si contava ancora agli inizi del 1913 nell'ordine delle decine, non delle centinaia.

La sottoscrizione in favore della flotta aerea era stata ideata dal fondatore dell'Aero Club di Padova, Leonino Da Zara, un giovane di famiglia ebraica tanto ricco da permettersi un campo volo privato sui terreni di Ronchi, nella Bassa padovana, ma era stata fatta propria dai circoli politici nazionalisti. In molti centri della Penisola i comitati cittadini della Lega Aerea Nazionale (LAN) avevano organizzato, tra l'aprile e l'ottobre del 1912, raduni aviatori invitando quali ospiti d'onore i piloti reduci dalla Libia. Grazie all'appoggio determinante degli organi di stampa locali e nazionali, che pubblicavano gli elenchi dei donatori.

Agli inizi del 1913 l'Esercito indisse un concorso per la scelta dei nuovi modelli di cui dotarsi; i costruttori italiani sostenevano, infatti, di poter offrire buoni prodotti ad un costo inferiore finanche del 30%, se si fosse iniziata, come all'estero, la produzione in serie.

L'esito fu deludente, anche per Douhet: i modelli presentati erano dotati di motori non meno affidabili rispetto ai concorrenti stranieri, ma strutture meno solide; essendo prodotti artigianalmente, sarebbero occorsi tempi medio-lunghi per adeguarsi ai ritmi del riarmo in atto da parte delle grandi potenze. Gli imprenditori, delusi dalla mancata assegnazione dei "premi" indicati nel bando, ottennero comunque l'assicurazione che il BA si sarebbe dotato di aerei importati dall'estero ma montati e testati presso le officine ed i campi volo italiani, col tacito sottinteso che le aziende nazionali avrebbero potuto introdurre migliorie tecniche e non sarebbero state rigidamente vincolate dai contratti per quanto riguardava marche e modelli dei motori da montare sugli apparecchi; essendo derivati da quelli delle auto, erano già prodotti in serie.

La francese Blériot aveva partecipato al concorso sotto l'egida della S.I.T. (Soc. Italiana Transaerea) di Torino, di cui ufficialmente erano titolari due noti piloti del locale Aero Club, i fratelli Manissero; la S.I.T. impiantò un'officina di produzione di 4 mila mq ed ottenne una commessa per alcuni Blériot XI-2 e per i nuovi Farman



Il biplano Macchi Nieuport Ni 17

MF.7 da ricognizione; per seguire la parte tecnica venne assunto il giovane ing. Raffaele Conflenti. Le attività dell'A.V.I.S. vennero rilevate da un altro torinese, Giuseppe Gabardini, già progettista in Francia e licenziatario per i modelli della Voisin; egli assorbì anche l'officina motori della Rebus, sempre a Cameri, ed avviò uno stabilimento a Taliedo, in via Mecenate, destinato in seguito ad essere acquisito dalla Caproni.

Sempre nel corso del 1913 alcuni azionisti della Isotta Fraschini fornirono a Lorenzo Domenico Santoni, titolare d'una avviata falegnameria a Turro (nord Milano), i capitali per sfruttare la licenza di costruzione dei Farman MF.11, dotati di motori da 80 cavalli. La nuova azienda assunse il nome "Savoia" ed ottenne dal BA una commessa per ben ottanta apparecchi, in parte realizzati nell'officina di Mombello. A Varese la S.A. Nieuport Macchi iniziò la produzione dei biplani anche presso la consociata Wolsit di Legnano.

Confidando sul favore sempre dimostrato da Pollio nei confronti dell'alleato tedesco, una delle



maggiori aziende meccaniche lombarde, la SAML, avviò a Monza la produzione dei modelli dell'Aviatik; le eliche ed altre parti in legno piegato furono affidate alla grande falegnameria Zari di Bovisio. Douhet assunse il comando del BA dal novembre 1913; da poche settimane un altro ufficiale dei bersaglieri, Giulio Cesare Tassoni, era divenuto direttore generale del ministero della Guerra, e a lui si appellò per dotare le squadriglie di maggior autonomia logistica, assegnando a ciascuna manutentori fissi e predisponendo ancherimesse smontabili da trasportare in zona d'operazioni.

In volo sull'acqua

Tra i più attivi comitati della LAN v'era quello di Venezia, guidato dal sindaco Filippo Grimani, anti-giolittiano ed amico di Da Zara e di Gabriele D'Annunzio, il quale, in attesa del ritorno "trionfale" in Italia per svolgere la propaganda interventista, in quegli anni era spesso ospite a Milano del suo caro amico Luigi Albertini, editore e direttore del Corriere della

Sera. In Laguna molti temevano i sottomarini e gli idrovolanti posti dagli austriaci a presidio delle coste istriane. Grimani offrì l'area dell'ex convento delle Vergini, presso l'Arsenale, e la Marina, su interessamento dell'amm. Umberto Cagni, si accollò le spese per la costituzione, agli inizi del 1913, della Squadriglia San Marco e della relativa scuola di volo. Il comandante, Manlio Ginocchio, attivò anche un laboratorio sperimentale dove al suo vice, Alessandro Guidoni, venne affiancato il giovane marchese franco-argentino Raúl Pateras Pescara, ben dotato sia di nozioni tecniche che di quattrini. Egli s'attirò l'ostilità di un altro progettista di stanza all'Arsenale, Luigi Bresciani, sostenitore dell'imbarco di piccoli ricognitori sulle navi; egli profitto della temporanea caduta in disgrazia di Cagni per accusare il rivale d'essere una spia francese; così nel corso del 1914 l'amm. Paolo Tahon di Revel bloccò le ricerche sugli aerosiluranti.

L'Italia in armi

Nel marzo 1914, dopo le dimissioni di Giolitti, il gen. Carlo Porro sembrava destinato ad assumere la guida del ministero della Guerra. Egli tuttavia pose quale pre-condizione un forte incremento delle spese militari (600 milioni in quattro anni), con un atteggiamento che dispiacque ad alcuni ambienti di Corte, anche perché non era ancora ben chiaro contro chi dovesse combattere l'Italia. Il nuovo premier, Antonio Salandra, dovette nominare ministro il gen. Domenico Grandi, ultraottantenne, ma gli affiancò Tassoni quale Sottosegretario. I rapporti tra i due furono ovviamente pessimi, e contribuirono a rallentare i programmi del BA, specie quando si aprì tra gli alti gradi la gara per il successore di Pollio. Douhet, non abbastanza sostenuto da Tassoni, venne accusato di aver insistito nel salvataggio

della Caproni, posta in difficoltà dal mancato accordo con la licenziataria, la Bristol: dapprima pagandole i 12 apparecchi fabbricati alla Malpensa ma non certificati dalla Bristol (una spesa 144 mila lire), poi "assorbendo" l'azienda nell'apparato militare, assumendo l'ing. Caproni alle dipendenze del BA. Douhet ed i suoi amici in seguito sostennero che in tal modo l'Italia poté disporre, agli inizi del conflitto, degli apprezzati bombardieri C1, ma in quel momento l'Esercito preferì silurarlo: mantenendo il grado di maggiore fu trasferito allo stato maggiore di una semplice divisione di fanteria, di stanza ad Edolo, in Val Camonica, ben lontano da Torino e da Roma. ■



Sulla neve, nei musei... Da Berlino a Dubai...

Tanti gli appuntamenti predisposti dal nostro Circolo Ricreativo e culturale negli ultimi mesi. Cominciamo ricordando l'attesissima settimana bianca, che quest'anno si è tenuta sulle nevi di Cortina d'Ampezzo presso l'hotel "la Capannina", struttura in tipico stile ampezzano. Sempre riguardo alla neve, per metà marzo è stata programmata una spedizione in Svizzera con il "Bernina Express". Da St. Moritz si è raggiunta la Val Fex per la tipica escursione con i cavalli sulla neve.

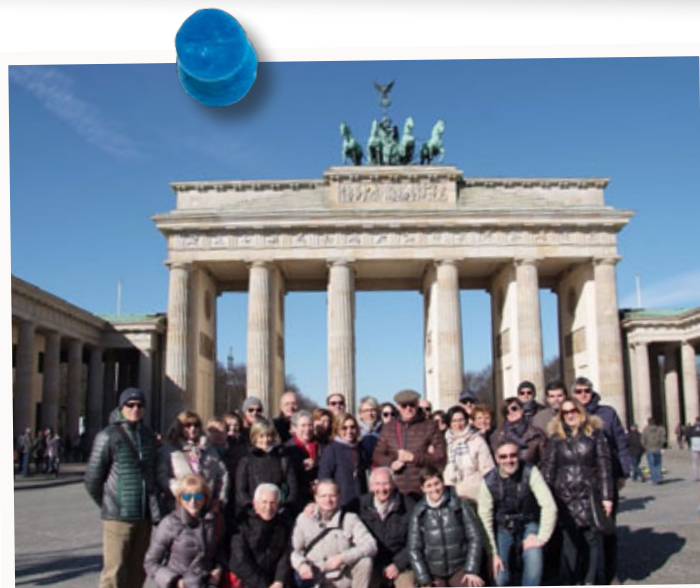
La tradizionale ciaspolata del CRC si è tenuta quest'anno in Valle d'Aosta, a Verrayes, sabato 24 gennaio.

La settimana di carnevale ci ha visti partecipare di una crociera, dal 13 al 20 febbraio, con la Costa Serena: il viaggio ha toccato Dubai, negli Emirati Arabi Uniti, Muscat, in Oman, Abu Dhabi e infine ancora Dubai, città dove convivono in armonia le realtà più contrastanti.

Più tradizionale la 3 giorni con obiettivo Berlino che si è tenuta per Pasqua, dal 3 al 6 aprile, per visitare le mete tipiche della capitale tedesca, sia nella zona est sia nella zona ovest, quali la Porta di Brandeburgo, il Viale Unten der Linden, l'Opera, il Duomo, l'Alexander Platz, la Chiesa della Rimembranza.

Abbiamo infine organizzato un fine settimana a Firenze, l'11 e il 12 aprile, alla scoperta delle Ville Medicee e degli Uffizi. Un'occasione imperdibile, questa, per chi abbia voluto visitare un museo che raccoglie opere dal XII al XVIII secolo, con la migliore collezione al mondo di capolavori del Rinascimento.

Nelle foto, l'annuale incontro coi pensionati (oltre 100 colleghi) che si è tenuto a metà dicembre scorso caratterizzato da una visita guidata a Villa Tittoni di Desio e dal pranzo augurale alla presenza della proprietà e della direzione generale. Quindi, la Festa dei bambini tenutasi lo scorso 14 dicembre: 250 piccoli hanno presenziato allo spettacolo natalizio che si è tenuto al Palabancodesio alla presenza della proprietà e della direzione generale dell'istituto. La terza foto, la Porta di Brandeburgo, è stata scattata nel viaggio a Berlino.



Umberto Vaghi,
presidente CRC
Gruppo Banco Desio



Il **Made in Italy** rappresenta il futuro del nostro Paese e quando occorre difenderlo diamo

IL MEGLIO NOI



Il Gruppo Banco Desio crede nelle Persone e nelle Imprese che possono costruire un futuro migliore per il nostro Paese. gruppobancodesio.it



 **Banco Desio**