



la **Banca** *nota*

N. 82 - Luglio-Agosto 2015

Direzione

**Il "private banking"
a fianco
della clientela**

Opportunità

Preziosi beni rifugio

Manifestazioni

**Spoletto: un grande
pubblico per il
Festival
dei Due Mondi**

Finanza

**Il Made in Italy è
in mani straniere?**

Prodotti

**Accordo commerciale
a supporto delle Pmi**

Comunicazione

**Viaggio attraverso
Il Meglio D Noi**

Milano EXPO 2015

**Un fiore che non
si può non cogliere**



MILANO 2015

la Banco nota

Nuova Serie N. 82 - L luglio-Agosto 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, Stefano Giussani,
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 Il "private banking"
a fianco della clientela

7 Preziosi beni rifugio

10 Spoleto: un grande
pubblico per il Festival
dei Due Mondi

12 Il Made in Italy
è in mani straniere?

16 Un accordo commerciale
a supporto delle Pmi

18 Viaggio attraverso
Il Meglio D Noi

20 Un fiore che non si può
non cogliere

24 Gallarate durante
il Ventennio

27 Che storia, ragazzi!

28 Le radici nel passato,
gli occhi nel futuro

30 L'aviazione italiana
al debutto in guerra

34 Vita aziendale

p. 10



p. 20



p. 28



Il "private banking" a fianco della clientela

Da qualche anno, quando si parla del settore credito, è sempre più facile imbattersi nell'espressione private banking. Termini inglesi per definire un servizio che, però, ha in sé il Dna della banca: attenzione ai mercati e sguardo attento alle esigenze del cliente. Il private banking è infatti un servizio che, avvalendosi di personale specializzato e con forte professionalità (banker), segue in modo accurato il mondo degli investimenti (non necessariamente solo finanziari) per offrire risposte più o meno complesse alla clientela che intende impiegare in modo proficuo le proprie risorse. Il Banco di Desio e della Brianza ha dedicato un ramo dell'istituto a questo compito. Dall'inizio di quest'anno, il responsabile è Roberto Moretti, 47 anni, brianzolo doc. "La mia carriera si è svolta tutta all'interno del Banco - spiega -. Posso definir-

Questo servizio, che si avvale di personale specializzato e altamente professionale, studia in modo accurato il mondo degli investimenti per offrire le proposte più interessanti

mi un 'prodotto del vivaio' del nostro istituto di credito. Ho sempre lavorato nelle attività di rete ma, da qualche mese, ho intrapreso questa bella esperienza alla direzione di una business unit".

Cosa significa passare dall'attività di rete a quella di business unit?

"Nelle Filiali ho potuto fare le tradizionali esperienze: sportello, titoli, fidi, sviluppo per poi arrivare alla direzione di filiale. L'attività di direttore si è svolta soprattutto sulla piazza di Milano, dove ho diretto anche la sede di Piazza Affari. Poi ho fatto esperienza come responsabile dell'area di Torino, area che è andata nel tempo ingrandendosi includendo anche la Liguria. Con queste premesse, l'approdo alla direzione del private rappresenta per me un completamento importante della sfera professionale, anche per la parte organizzativa e relazionale che un progetto ambizioso come questo comporta".

Ci parli del private banking del Banco.

"Abbiamo completato un progetto di riorganizzazione attraverso il quale, mettendo sempre al centro il cliente e la migliore gestione possibile delle sue attività finanziarie, abbiamo raddoppiato il numero dei nostri banker, che oggi sono più di 50. Abbiamo scelto tra le persone più competenti e dinamiche all'interno delle professionalità già presenti nel nostro istituto e abbiamo effettuato importanti investimenti sulle persone, convinti che sia il modo giusto per elevare la qualità del servizio offerto. Con questa struttura siamo in grado di avere una presenza articolata e diffusa di specialisti che, affiancandosi alla rete tradizionale, mettono a disposizione la professionalità e la competenza che queste relazioni meritano.

Enrico Casale

“Stiamo parlando di un servizio tailor made, cioè confezionato su misura del cliente, perché ogni controparte è diversa e per ogni situazione va studiata la soluzione più opportuna, anche in un’ottica di diversificazione tra asset class (classi di investimenti finanziari) e aree geografiche. Fondamentale è anche la visione globale della situazione perché spesso le dinamiche personali e aziendali si intrecciano, anche per le caratteristiche del territorio sul quale operiamo, creando i presupposti per progetti di investimento sempre più personalizzati”.

Come si differenzia il vostro servizio da quello della concorrenza?

“La solidità delle nostre relazioni, che attraversano intere generazioni in quanto spesso continuiamo con i figli i rapporti professionali iniziati con i genitori, è il frutto del continuo sviluppo di un’offerta di prodotti multimarca, molti dei quali esclusivi, ma anche di una continua attenzione ai mercati e un’interpretazione delle loro dinamiche. Grazie a questi vantaggi competitivi, i nostri banker, supportati dalle strutture centrali dedicate, sono in grado di proporre e di scegliere, insieme al cliente, l’investimento più opportuno in relazione alla sua situazione patrimoniale, finanziaria e di obiettivi di rendimento. Il tutto con la garanzia di un marchio, quello del Banco di Desio e della Brianza, che da anni è ai vertici del settore negli indici di affidabilità e solidità”.

Quindi i vostri banker non sono promotori finanziari?

“Lo sono dal punto di vista dell’appartenenza all’Albo professionale (e questo è un attestato di preparazione tecnica in quanto ci si può iscrivere solo dopo esami severi), ma sono a tutti gli effetti dipendenti del nostro istituto, quindi non sono legati a logiche di breve periodo e di risultato. In sostanza, il Banco di Desio e della Brianza privilegia la stabilità della relazione così come la stabilità dei rendimenti dei portafogli gestiti. Il Banco è inoltre associato all’Associazione italiana private banker. Anche questo aspetto è garanzia di un continuo investimento nella formazione che si sostanzia in un’ulteriore certificazione che richiede esami ancora più severi realizzati con docenti universitari”.



Quali sono i nuovi servizi che proponete?

“Siamo sempre alla ricerca delle migliori soluzioni per i nostri clienti attraverso una strategia multiasset e un confronto con le migliori case di investimento italiane e internazionali da cui selezioniamo i prodotti. Riteniamo che la complessità e la globalizzazione dei mercati, unitamente alla continua evoluzione dei prodotti, debba continuare a indirizzare la scelta degli investitori verso il risparmio gestito. Solo professionisti adeguatamente preparati e con gli strumenti più efficienti sono in grado di prendere le scelte che possono risultare vincenti. Ampliando il discorso, siamo stati da subito operativi anche nella gestione delle attività previste dalla legge sulla voluntary disclosure (collaborazione volontaria), cioè quello strumento che consente ai contribuenti che detengono patrimoni all’estero di regolarizzare la propria posizione denunciando all’Amministrazione finanziaria la violazione degli obblighi di monitoraggio.

“Ad essa abbiamo dedicato alcuni dei no-

**Roberto Moretti,
responsabile Direzione
Private Banking**



**Roberto Moretti con
i private bankers
Massimo Galvani e
Roberto Covini
e due collaboratrici
della sede di Desio**

stri private più esperti che hanno lavorato in stretta collaborazione con la fiduciaria Istifid, che ha sempre garantito un'azione discreta e riservata. In questo senso, va ricordato che non si tratta di uno 'scudo' (come da più parti si è detto), ma di una 'emersione volontaria', quindi per valutare in modo corretto ogni situazione è necessario l'intervento di professionisti qualificati che abbiamo selezionato in modo rigoroso.

"Abbiamo, inoltre, sottoscritto un accordo per offrire ai clienti che intendono diversificare il patrimonio la possibilità di acquistare diamanti attraverso il canale bancario. In questo settore, ci avvaliamo della collaborazione di uno dei primari operatori del settore che è in grado di offrirci condizioni di prezzo molto vicine ai prezzi all'ingrosso. I diamanti sono spesso un investimento affettivo, ma allo stesso tempo anche reale, perché nel lungo periodo mantengono il proprio valore e anzi lo possono incrementare. Anche in questo caso, però, abbiamo scelto di puntare sull'esclusività, proponendo solo preziosi che vantano la massima qualità di colore, taglio e purezza".

Come lavorano i vostri banker?

"Operano su più filiali e dispongono di strumenti tradizionali e mobili che permettono loro di ottenere, in tempo reale, le informazioni indispensabili per monitorare i mercati e, di conseguenza, proteggere gli investimenti dei clienti. Abbiamo altresì impostato un'attività di customer satisfaction, al fine di poter cogliere dalla clientela quei suggerimenti che ci possano consentire di migliorare il nostro servizio".

Quali obiettivi vi siete prefissati?

"Non parlerei di obiettivi numerici particolari, ma di standard qualitativi. Il tempo e l'attenzione che dedichiamo ai nostri clienti e la riservatezza che contraddistingue il nostro servizio sono elementi che devono mantenersi su livelli elevati. Per ogni banker è stato pertanto stabilito un numero

massimo di clienti. Ciò permette di garantire un'attenzione massima alla clientela, andare oltre significherebbe non poter mantenere gli standard prefissati. Ogni cliente, pur continuando a relazionarsi con la filiale per l'attività bancaria tradizionale, sa che può contare su di noi per ogni decisione che riguarda i suoi asset finanziari ma, più in generale, il suo patrimonio presente e futuro".



Foto di E. Corti



Preziosi beni rifugio

Il diamante come interessante strumento di diversificazione patrimoniale

“Diamonds are a girl's best friends!” così cantava Marilyn Monroe in “Gli uomini preferiscono le bionde” famoso film musicale degli anni '50. Ed era (ed è tuttora) senz'altro vera l'affermazione della bella attrice. Il diamante rappresenta una gemma ambita per il gentil sesso: sancisce da sempre un fidanzamento ufficiale, o un anniversario importante. Ma da tempo il diamante rappresenta anche uno dei migliori amici di accorti e previdenti operatori che guardano alla pietra preziosa come bene rifugio e come interessante diversificazione a tutela dei rispettivi patrimoni.

Ma andiamo con ordine. Prima di tutto vediamo di cosa stiamo parlando. Il diamante altro non è che un cristallo di carbonio, un minerale quindi ma che è stato sottoposto in natura ad una fortissima pressione (tra 25.000 e 70.000 chili per centimetro quadrato) combinata ad una elevata temperatura (1500-2000 gradi) all'interno del mantello terrestre, lungo un processo di creazione di milioni di anni.

Le origini - I cristalli sono stati portati in superficie da eruzioni vulcaniche mischiati ad un altro minerale (la kimberlite) nei giacimenti cosiddetti primari (in pratica antichissimi con vulcanici) o in depositi secondari di natura alluvionale, fiumi e torrenti, per intenderci. I primi ritrovamenti di diamanti di cui si ha traccia storica risalgono a molte migliaia di anni fa in depositi alluvionali di fiumi indiani. Le pietre rinvenute divennero da subito molto ambite in tutto il mondo conosciuto ed al diamante vennero attribuite proprietà e virtù “magiche” legate alle sue caratteristiche fisiche (la parola diamante deriverebbe dal greco antico *damas* - indomabile).

Nell'antica Roma, le pietre venivano apprezzate non solo per la brillantezza ed il colore ma anche per la loro durezza e resistenza, qualità particolarmente riconosciute anche a quei tempi per particolari lavorazioni. L'India rimase per secoli l'unico paese produttore. Dovranno passare tre secoli - dopo la scoperta delle Americhe - per trovare i primi sfruttamenti di

giacimenti diamantiferi in Brasile, e la seconda metà dell'Ottocento per avviare in Sud Africa le prime ricerche diamantifere alle sorgenti del fiume Orange. Sempre in Sud Africa vennero avviate nello stesso periodo i primi scavi in depositi primari (camini diamantiferi) a Kimberley.

Ancora oggi il Sud Africa rappresenta un importante paese produttore soprattutto di diamanti industriali, cioè di quei diamanti che per le loro caratteristiche si prestano ad essere utilizzati per scopi diversi dalla gioielleria con il Congo ed il Botswana in Africa, la Russia e l'Australia. Per le qualità di tipo gemmologico ancora l'Africa recita un ruolo prevalente - sempre con il Botswana, il Congo e l'Angola -, insieme alla Russia, al Canada ed al Brasile, mentre il continente australiano molto attivo sino a dieci anni fa ha visto progressivamente esaurirsi tali filoni diamantiferi.

Le caratteristiche - I diamanti destinati al taglio per gioielleria ed investimento devono presentare caratteristiche ben precise e codificate. In pratica ogni pietra è sottosta ad una classificazione che ne sancisce la qualità ed il valore rispetto a precisi parametri, riconosciuti a livello internazionale (le famose quattro "c"-



carat, color, clarity, cut). Più in dettaglio, la prima "c" (carat - carato) identifica il peso della pietra anche se è spesso associato alle dimensioni della stessa. Un carato viene suddiviso in 100 parti (o "punti") per cui una pietra di 0.90 carati viene definita anche come un diamante da 90 punti. Ma a una caratura importante può non corrispondere una valore proporzionale. In altre parole una pietra può essere di caratura doppia rispetto ad un'altra ma valere la metà o meno.

Un'altra caratteristica importante di classificazione è rappresentata dal colore. Il GIA (Gemmological Institute of America) ha definito le scale di colore di un diamante secondo una precisa classificazione: D per le pietre totalmente prive di colorazione (e quindi più rare e preziose). A scendere E (bianco eccezionale), F (bianco extra+), G (bianco extra), H (bianco). Le lettere che seguono dalla I alla Z identificano pietre che assumono con intensità crescente una colorazione - tipicamente gialla, ma non solo - determinandone una progressiva perdita di qualità.

Un'altra "c" è rappresentata dalla purezza ("clarity"), una caratteristica frutto della genesi della pietra, e valuta la presenza o meno di inclusioni, la loro rilevanza e quindi anche la trasparenza e la luminosità della stessa. Anche in questo caso è il GIA citato



IL NOSTRO PARTNER

Il Gruppo Banco Desio e Diamond Love Bond - controllata dal Gruppo Rosy Blue, dal 1960 leader mondiale nell'industria dei diamanti - hanno stretto un accordo per la commercializzazione di diamanti per la clientela private banking del Gruppo. Diamond Love Bond seleziona diamanti della più elevata qualità certificati GIA, ha sede ad Anversa in Belgio e dispone di una rete organizzativa in cinque continenti. È presente in tutte le Borse diamanti mondiali.

 Diamond Love Bond®
Il valore della trasparenza.



che ha stabilito una classificazione di purezza che individua con le lettere FL e IF le pietre con purezza più elevata.

Alla bellezza e preziosità della pietra concorre infine l'ultima c ("cut"), il taglio, caratteristica in cui interviene non la natura come per le c precedenti ma la mano dell'uomo e che dà la forma alla pietra. Un taglio corretto e ben realizzato valorizza la pietra e la sua capacità di "restituire" in maniera ottimale la luce che entra e viene riflessa nel diamante. La scala prevede un valutazione massima (Excellent) sino alla più modesta (Poor).

Tra le forme che un diamante può assumere (ovale, perla, a cuore, ecc.) il taglio che maggiormente valorizza le qualità di un diamante è il cosiddetto taglio a brillante (o taglio "round"), talmente conosciuto da essere diventato esso stesso sinonimo di diamante, mentre identifica esclusivamente un certo tipo di taglio. Esiste infine un'ultima caratteristica che si aggiunge alle quattro "c" elencate e che è rappresentata dalla fluorescenza che in un diamante di elevate caratteristiche deve essere assente (None nella classifica internazionale).

Il valore - Il diamante è una pietra preziosa dalle caratteristiche uniche ed è estremamente rara. Basti pensare che per "produrre" un solo carato occorre movimentare circa cinque tonnellate di kimberlite nei depositi primari e, in quelli di natura alluvionale, ben 20 tonnellate di sabbia. Non solo, ma i giacimenti si esauriscono e nuovi scavi non sempre garantiscono qualità e resa. In più la richiesta è in crescita per

il progressivo allargamento a nuovi mercati. Il valore della pietra nel tempo si è accresciuto: serie storiche dell'autorevole listino Rapaport (l'istituto riconosciuto a livello internazionale che definisce il "prezzo" delle pietre (rispetto a caratura, purezza e colore) lo evidenziano.

Il diamante - bene rifugio può essere certamente considerato come una valida forma di diversificazione patrimoniale, ma a determinate condizioni. Dovrà essere adeguatamente certificato rispetto alle sue caratteristiche qualitative. La certificazione del GIA già citato piuttosto che del IGI (International Gemological Institute) o di altri importanti istituzioni internazionali rappresenta una "condicio sine qua non". L'acquisto dovrà essere altresì valutato rispetto ad un arco temporale medio lungo (escludendo quindi ogni forma di speculazione di breve periodo), in un'ottica di protezione del patrimonio e riservandovi una quota residuale rispetto al totale dello stesso.



L'edizione 2015 dell'importante meeting ha fatto registrare circa 70.000 visitatori, ben 10.000 in più rispetto a quella dello scorso anno

Spoletto: un grande pubblico per il Festival dei Due Mondi





Sopra, il direttore del Festival Giorgio Ferrara saluta il pubblico alla serata conclusiva



Una calda e bella serata estiva ha degnamente coronato il concerto finale del Festival dei Due Mondi a Spoleto che, come vuole la tradizione, viene eseguito nella splendida cornice di piazza Duomo. In programma l'Incompiuta di Schubert e la Sinfonia n.8 in mi minore op. 98 di Brahms eseguite dalla Orchestra Giovanile Italiana di Fiesole, diretta dal maestro Jeffrey Tate. La cinquantottesima edizione dell'importante manifestazione spoletina chiude con un significativo incremento di pubblico: 10mila spettatori in più rispetto alla precedente edizione per un totale che sfiora le 70mila presenze.

Un bel risultato, frutto di una saggia politica di prezzi come di una programmazione varia ed interessante. Dal 26 giugno al 12 luglio, in due settimane e poco più Spoleto ha visto dispiegarsi oltre centosessanta eventi tra musica, teatro, danza, mostre, proiezioni cinematografiche, incontri e premiazioni. Un risultato di indubbia soddisfazione per il direttore Giorgio Ferrara che ha anticipato alla stampa due importanti novità per l'edizione 2016: le "Nozze di Figaro" di Mozart per il concerto d'apertura dirette dallo statunitense James Conlon e – per la serata conclusiva – la presenza di Stefano Bollani. Grande soddisfazione anche per la Banca popolare di Spoleto che supporta da tempo il Festival e che ha organizzato in concomitanza con la serata conclusiva un aperitivo nel cortile di Palazzo Pianciani sede della banca e, a seguire dopo il concerto in piazza Duomo, una cena di gala per un ristretto gruppo di ospiti nella prestigiosa cornice della residenza d'epoca di Palazzo Leti.



Il Made in Italy è in mani straniere?

La nostra nazione sembra essere diventata il Paese dello shopping: negli ultimi anni quasi 500 marchi nostrani sono finiti in mano di società estere – Cosa che non sempre ha comportato una perdita di valore, anzi

“Ho imparato che le grandi aziende hanno a cuore l'estetica perché trasmettono un messaggio su come l'azienda percepisce se stessa, sul senso di disciplina dei suoi progetti e su come è gestita”

*Steve Jobs
(imprenditore e informatico statunitense)*

Enrico Cuccia è stato un banchiere tra i più importanti della seconda metà del Novecento e rappresenta una delle figure di spicco della scena economico-finanziaria italiana del XX secolo. Una delle sue citazioni più famose, per la quale viene spesso ricordato,

è quella secondo cui: “le azioni si pesano, non si contano”. Tuttavia, gli avvenimenti di questi ultimi anni hanno smentito questa affermazione, sancendo, per il nostro Paese, la fine di un secolo in cui gli imprenditori italiani, pur dotati di ottime capacità, hanno sempre dovuto fare i conti con un capitalismo familiare provvisto di pochi capitali rispetto ai concorrenti stranieri.

Ci riferiamo al fatto che l'Italia sembra essere diventato il Paese dello shopping: non si tratta di turisti che vengono a spendere nei nostri negozi ma delle aziende del Made in Italy che finiscono nelle mani di società straniere, perdendo così la loro identità e spesso anche i poli produttivi. I saldi all'italiana, che negli ultimi anni hanno portato quasi 500 marchi nostrani in mano straniera, non accennano a fermarsi neanche in questa prima metà del 2015: le operazioni più recenti hanno riguardato Pirelli, acquistata dai cinesi, World Duty Free (leader in Italia nel settore del vendite negli aeroporti), ceduta ad una compagnia svizzera, Ansaldo, passata ai giapponesi della Hitachi, e Indesit,

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



ora di proprietà della statunitense Whirlpool. Ma altri esempi non mancano di certo. Lvmh è proprietaria di brand importanti come Bulgari, Loro Piana, Acqua di Parma e Fendi; Gucci e Pomellato sono invece sotto il controllo di Kering, che fa capo alla famiglia di François Henri Pinault, e che controlla anche Dodo, Bottega Veneta, Brioni e Sergio Rossi.

Dopo il passaggio di Poltrona Frau all'americana Haworth, la casa di moda Krizia è finita in mano cinese. Unilever, multinazionale anglo-olandese, è proprietaria dell'Algida, dell'olio d'oliva Bertolli (poi ceduto alla spagnola Sos Cuetara che già controlla Carapelli e Sasso) e delle confetture Santa Rosa. Continuando con la disamina la francese Lactalis ha acquistato la Parmalat e i marchi Galbani e Invernizzi, Cademartori e Locatelli; la Nestlé è proprietaria di Buitoni, Sanpellegrino, Perugina, Motta, l'Antica Gelateria del Corso e la Valle degli Orti; i sudafricani di SABMiller hanno acquisito la Peroni; l'oligarca Rustam Tariko, proprietario della banca e della vokda Russki Standard, ha comprato Gancia, mentre i cioccolatini Pernigotti sono stati ceduti dai Fratelli Aversa ai turchi della Toksoz.

Il fatto che grandi marchi italiani abbiano cambiato (o rischiano di cambiare) bandiera dovrebbe accendere l'attenzione sul concetto, in verità mai troppo dibattuto, di politica

industriale. Il problema è ricollegabile principalmente alla mancanza di grandi imprese nel nostro Paese. Al giorno d'oggi, per la crescita, non bastano multinazionali tascabili seppur vitalissime. Per avere un futuro nella competizione mondiale servono anche i grandi gruppi. Un recente studio di R&S (società di studi del gruppo Mediobanca) sulle imprese manifatturiere e di servizi (escluse banche, assicurazioni e servizi finanziari) mostra un panorama non esaltante del nostro capitalismo. Solo ventisei gruppi operanti in Italia hanno un utile della gestione caratteristica superiore al miliardo, per un totale di 150 miliardi (il 10 per cento del Pil). Di questi, il 53% fa capo a otto gruppi a maggioranza pubblica, il 43% a quattordici gruppi privati italiani, mentre il 4% è realizzato da quattro gruppi a controllo estero.

Se questa è la fotografia dei numeri, in prospettiva l'incidenza delle nostre imprese private sulla ricchezza nazionale crollerà, in quanto due di quella sparuta pattuglia di quattordici gruppi privati non possono più definirsi completamente a controllo italiano. Infatti, mentre Pirelli ha appena cambiato azionista di controllo, le ultime dichiarazioni dell'amministratore delegato di Fiat vanno nella direzione della ricerca di un alleato che renderebbe la società ancora più globale. Meno male che ci sono le multinazionali tascabili, molte delle quali hanno un volume d'affari inferiore al miliardo. Solo certe dimensioni, tuttavia, consentono di varare programmi di ampio respiro e assumere rischi importanti, senza i quali non si cresce. Solo sopra date dimensioni servono management e servizi professionali di alto livello, i quali, a loro volta, portano sviluppo di qualità e rendono più attraente venire da fuori a investire nuovi capitali.

Se la vendita dei marchi del Made in Italy alle società straniere può essere visto come una svendita di assets strategici a discapito dell'economia nazionale, non sempre lo stesso discorso vale per l'azienda stessa. C'è chi dalla vendita agli stranieri e dall'emigrazione all'estero riesce a trarre vantaggio. Non sempre vendere equivale a perdere valore. Un'indagine di Prometeia ("L'impatto delle acquisizioni dall'estero sulla performance delle imprese



italiane”), dimostra che dalla fine degli anni Novanta ad oggi le imprese acquistate da gruppi stranieri hanno ottenuto performance positive. L’occupazione in quelle aziende è aumentata del 2%, la produttività dell’1,4%, il fatturato addirittura del 2,8%. Ma non basta, perché l’ingresso di azionisti stranieri ha visto accrescere gli investimenti in ricerca e innovazione, settori aziendali che in Italia vengono troppo spesso ignorati, ridando così slancio e competitività alle imprese.

Altre ricadute positive sono da rintracciarsi anche nelle più ampie possibilità offerte alle aziende a livello di mercato, poiché essere parte di una multinazionale permette di raggiungere nuove piazze di vendita. Il tutto con la diretta conseguenza di una maggiore richiesta di prodotti e, quindi, l’aumento del numero di lavoratori necessario alla soddisfazione di questa richiesta. Questo accade soprattutto per i marchi simbolo dello stile italiano che sono acquisiti da holding estere non perché in crisi, ma per l’elevata riconoscibilità del loro brand. Ma la domanda più importante da porsi è

un’altra: queste aziende potevano sopravvivere nel mercato senza far parte di un gruppo internazionale?

Artigianato e tradizione spesso non vanno molto d’accordo con i ritmi e le pretese di un mercato in cui la competizione globale sempre più spinta riduce i margini di guadagno. Insomma, secondo le considerazioni contenute nel rapporto di Prometeia, non c’è stata alcuna perdita di valore nelle imprese italiane cedute alle compagnie straniere. Vendere all’estero, quindi, non sembra assolutamente essere una sconfitta del sistema produttivo, ma anzi si configura come un arricchimento per le aziende italiane che attraggono sempre più i capitali esteri. Semmai, in tutto questo discorso, ciò che emerge è la quasi totale assenza dello Stato.

La crisi ha mostrato come il funzionamento spontaneo dei mercati sia tutt’altro che perfetto; come il mercato dei capitali non tenda naturalmente ad allocare le risorse verso le attività con le maggiori aspettative di profitto. C’è diffusa preoccupazione che il rallentamento dell’attività economica possa determinare un prolungato periodo di depressione, e un persistente rallentamento degli





investimenti, materiali e immateriali. In tutto il mondo ci si interroga sulle politiche per il rilancio del sistema produttivo, e i governi mettono in atto iniziative nuove, anche di grande rilevanza. In Italia, invece, tutto tace, con limitatissime eccezioni: sia sul fronte delle riflessioni e delle proposte che su quello dell'azione concreta.

Eppure le richieste delle imprese italiane sono sempre le stesse da molti anni: ridurre il costo del lavoro, abbattendo in modo incisivo il cuneo fiscale, adottare misure per agevolare il rientro di chi ha delocalizzato, cambiare una burocrazia sempre più invadente, in sostanza ottenere dalle autorità centrali iniziative in grado di produrre e di diffondere conoscenza e di sostenere, accompagnare, influenzare le trasformazioni di lungo periodo delle imprese e delle industrie. In un momento quindi cruciale per il futuro dell'industria manifatturiera (e noi siamo il secondo Paese per importanza nella Ue) in Italia, senza provvedimenti mirati e di largo respiro, potrebbe innescarsi un meccanismo senza ritorno che porterebbe alla desertificazione industriale.

Nell'ottobre 2012 la Commissione Ue ha adottato le nuove linee di intervento in materia di politica industriale, nel quadro di "Europa 2020". Quattro le priorità sulle quali devono convergere le azioni dei singoli Stati membri: investimenti nelle nuove tecnologie e nell'innovazione; miglioramento delle condizioni di mercato; sostegno all'accesso ai finanzia-

menti (credito più facile); sostenere gli investimenti in capitale umano e competenze. Su queste direttrici si stanno incanalando le scelte di politica industriale già fatte da Francia, Germania e Gran Bretagna. Ma trovare una linea di coordinamento comune non è facile. Infatti, il progetto risente delle politiche d'austerità adottate dall'insieme dei Paesi dell'area euro, nonostante all'interno dell'ultimo bilancio europeo approvato sia presente una ridefinizione interna degli stanziamenti che porta ad una crescita del 37% per quelli dedicati alla crescita e al lavoro (che passano così dal 9% al 12% del bilancio complessivo).

Certo, una inversione apprezzabile, ma del tutto insufficiente per realizzare gli obiettivi di Europa 2020, proprio perché adottate in un quadro complessivo di misure fiscali restrittive. Inoltre, le politiche industriali europee hanno un limite: le diverse specializzazioni produttive dei singoli Paesi, che si amplificano con la moneta unica; a parità di condizioni (finanziarie e monetarie), sono proprio le azioni delle amministrazioni pubbliche, la presenza di un tessuto produttivo privato innovativo e non ostile a governare i cambiamenti tecnologici e condizionare le traiettorie dello sviluppo e la dinamica strutturale. In altri termini, i Paesi che hanno costruito e consolidato dei sistemi nazionali d'innovazione capaci di fare ricerca e sviluppo hanno anche saputo governare l'evoluzione delle componenti della domanda effettiva, producendo i beni necessari per le esigenze di una struttura produttiva e di consumo sempre più fondata su beni e servizi ad alto contenuto tecnologico, riducendo gli investimenti sul Pil, ma rafforzando la struttura di ricerca e sviluppo.

Ormai non ha più senso parlare di Paesi, ma il confronto è fra grandi piattaforme produttive, soprattutto alla luce delle nuove tecnologie. Dunque anche le politiche devono misurarsi su queste scale. L'Europa non sempre sa che cosa vuole dalla propria identità manifatturiera. E se non lo sa l'Europa, figuriamoci l'Italia. ■





Foto di E. Corti

Un accordo commerciale a supporto delle Pmi

Il Gruppo Banco Desio ha ampliato l'offerta alla propria clientela nel settore del leasing grazie alla nuova partnership con Alba Leasing, primario operatore indipendente del settore

Banco Desio e Alba Leasing hanno sottoscritto nei mesi scorsi un accordo finalizzato a supportare la loro attività di erogazione del credito specializzato ai professionisti e alle Pmi, e a dare sviluppo alle rispettive aree di business.

Grazie alla nuova convenzione, Banco Desio rafforza la sua offerta commerciale e amplia il portafoglio prodotti del Gruppo a disposizione della clientela.

Da parte sua, Alba Leasing consolida il proprio ruolo di primo network interbancario del leasing in Italia estendendo la propria rete distributiva a 279 nuovi sportelli, di cui 149 del Banco di Desio e Brianza (in Lombardia, Liguria,

Piemonte, Veneto ed Emilia Romagna), e altri 130 della Banca Popolare di Spoleto (in Umbria, Toscana, Lazio, Marche e Abruzzo).

In particolare, le aziende ed i professionisti clienti del Banco Desio potranno richiedere un finanziamento per l'intera gamma di beni, dal leasing strumentale a quello targato, dal



leasing immobiliare a quello energetico, dal nautico all'agevolato, avvalendosi di una fra le prime società di leasing in Italia con oltre 1 miliardo di euro di "stipulato" nel 2014.

"Siamo particolarmente orgogliosi dell'accordo con Banco Desio - ha commentato Massimo Mazzega, Amministratore delegato di Alba Leasing - in quanto ci offre l'opportunità di sviluppare un'alleanza con un importante partner bancario e di far conoscere ai suoi clienti le potenzialità dei nostri prodotti e dello strumento del leasing, fondamentale per lo sviluppo e la crescita degli investimenti".

Secondo Luciano Colombini, Direttore generale di Banco Desio, "l'accordo concluso con

Alba Leasing, uno dei principali operatori sul mercato italiano, ci permette di ampliare ulteriormente l'offerta ai nostri clienti con nuovi prodotti, e con una più elevata specializzazione nei singoli ambiti di riferimento, in particolare nel leasing strumentale e agevolato".

Gli specialisti di Alba Leasing affiancheranno la rete commerciale di Banco Desio nelle relazioni con la clientela fornendo un adeguato supporto operativo sulla gamma completa di finanziamenti in leasing e sulle tematiche normative connesse allo strumento. Alba Leasing nel 2014 ha superato il miliardo di euro di "stipulato" complessivo (+23,48% rispetto al precedente esercizio) e ha registrato una crescita importante del margine di intermediazione (78,26 milioni di euro, +19,91% rispetto al 2013).

Alba Leasing offre una vasta gamma di prodotti - in particolare nei settori del leasing strumentale e immobiliare - avvalendosi di un network distributivo di circa 6.000 sportelli, di cui quasi 3.600 delle banche socie e oltre 2.400 delle banche convenzionate.

Viaggio attraverso

IL MEGLIO

D NOI



**Il significato della campagna pubblicitaria creata per il Gruppo Banco Desio
Agli strumenti di comunicazione tradizionali quali le affissioni e le inserzioni
sulla stampa si è aggiunto anche un film**

Quando il Banco Desio ci ha chiesto di pensare ad una nuova campagna di comunicazione istituzionale a livello di Gruppo abbiamo sin da subito ipotizzato che per una realtà come il Gruppo Banco Desio l'idea migliore dovesse partire dalle persone che lavorano nelle aziende del Gruppo e che, ogni giorno, si impegnano per offrire, alle famiglie e alle imprese italiane, il meglio di sé. Il concept creativo alla base della nuova campagna di comunicazione recita dunque "Il Meglio D Noi" e vuole essere in linea con il posizionamento del Gruppo Banco Desio, una realtà fatta di persone per le persone.

La campagna "Il Meglio D Noi" vuole infatti affermare con orgoglio che – dietro le insegne degli Istituti che fanno parte del Gruppo Banco Desio – ci sono donne e uomini che con l'impegno e l'attenzione costanti concretizzano l'obiettivo di essere ogni giorno accanto alla clientela nella soluzione dei problemi di investimento come di finanziamento.

Lo slogan che dà il titolo alla campagna punta anche decisamente sulla forza evocativa della "D", disegnata quasi 30 anni fa dal grande Bob

Noorda, simbolo di una realtà che ha saputo rinnovarsi senza perdere la propria identità.

Nei diversi soggetti sviluppati per la campagna stampa Il Meglio D Noi viene messo a disposizione per offrire sostegno alle piccole e medie imprese, a difesa del made in Italy e per esprimere alle famiglie la volontà di stare sempre vicine ai loro progetti. E questa dichiarazione di disponibilità ad offrire il massimo possibile vede accumulati, in modo chiaro e paritetico, i tre loghi che appartengono al Gruppo Banco Desio: Banco Desio, Banca Popolare di Spoleto e Fides. La campagna è on-air in queste settimane su affissioni e mezzi stampa,

**Gianfranco Bo
Giuseppe D'Alfonso**

Jolie Advertising





ma presto diventerà anche un film.

L'incarico di girare un film che racconti l'identità del Gruppo ci è stata commissionata infatti come naturale ampliamento della campagna istituzionale, creando un ulteriore supporto per le attività sia di comunicazione sia di promozione e sviluppo commerciale. Il film ha rappresentato una sfida stimolante, ma anche una straordinaria occasione di conoscenza. Ed è stato un modo per noi, lo dobbiamo confessare, di scoprire aspetti inediti, poco conosciuti e, in alcuni casi, davvero significativi dell'essere e del modo di fare banca.

Abbiamo infatti incontrato molte persone all'interno delle aziende del Gruppo, con diversi livelli di ruolo e responsabilità e ci siamo resi conto del grande valore che rappresentano per le aziende in cui operano. Tutti coloro, e sono stati tanti, che hanno chiesto di comparire davanti alla macchina da presa per raccontare la loro appartenenza al Gruppo Banco Desio, lo hanno fatto con il massimo entusiasmo. Dalla proprietà al top management fino ai dipendenti della Rete, ognuno ha condiviso con il pubblico la propria esperienza. Ognuno ha dato il proprio contributo fino a formare un grande mosaico poliedrico ma coerente con il concetto di "banca fatta di persone" che abbiamo voluto mettere al centro del lavoro del film.

Sette le città coinvolte: Desio, Milano, Torino,



Bologna, Firenze, Roma e Spoleto. Più di un centinaio i dipendenti che hanno raccontato il proprio lavoro chiudendo con la battuta "diamo Il Meglio D Noi" e cinque i Clienti testimonial della loro positiva esperienza al fianco del Gruppo nello sviluppo delle rispettive attività. La nostra troupe ha fatto visita alle principali sedi del Gruppo coinvolgendo i dipendenti che hanno potuto vivere una divertente giornata sotto i riflettori. Non tutti faranno parte del film, ma tutti hanno accettato di mettersi in gioco, interpretando al meglio la parte di se stessi.

La campagna istituzionale Il Meglio D Noi rappresenta una fondamentale tappa di un percorso partito dalla nuova immagine data al Gruppo e agli Istituti che ne fanno parte. Oggi il Gruppo rappresenta agli occhi dei clienti una realtà omogenea che fa del legame con il territorio e dei rapporti personali il principale valore e punto di forza. Ma Il Meglio D Noi è anche una dichiarazione di onestà intellettuale che trasmette l'idea del successo come una conseguenza dell'impegno quotidiano nel fare ed essere azienda vicina ai propri Clienti. Un modo per ricordare agli altri e per ricordare a noi stessi che i migliori risultati si raccolgono a partire dall'impegno quotidiano. Offrendo sempre Il Meglio D Noi. ■



Un fiore che non si può non cogliere



MILANO 2015

Entriamo in quel
chilometro e mezzo che,
secondo l'autorevole
"New York Times", ha inserito
la città lombarda fra quelle
imperdibili quest'anno

Stefano Giussani



Foto di S. Giussani



Piacca o non piaccia, Expo2015 è già un successo. Permettetemi di spiegare l'affermazione. Tra le fila di chi si è opposto all'Esposizione Universale e chi invece si è dichiarato favorevole, credo bisogna riconoscere che quel chilometro e mezzo di architetture originali tra Milano e Rho sia un fiore all'occhiello per Milano e l'Italia, un pezzo di storia che merita di essere visitato e che non si può non cogliere. E la gente, infatti, ci sta andando.

Se Beppe Severgnini l'ha definito la più bella passeggiata architettonica sul pianeta e il "New York Times" inserisce Milano tra le città imperdibili nel 2015, dobbiamo per una volta guardare a quello che è stato fatto, in positivo e in negativo - ma comunque fatto - e dunque ha prodotto lavoro.

Qualche esempio. Palazzo Italia, criticatis-

simo da molti, Vittorio Sgarbi in primis, è una struttura con pochi uguali al mondo. Da fuori sembra rivestito da radici - una speciale malta fibrosa della Italcementi - mentre dentro ha una corte e dei contenuti che comunque stimolano la riflessione, a partire dalle storie dei 20 italiani che aprono la visita al padiglione con le loro storie. Il vicino albero della vita riprende le linee di piazza del Campidoglio, ma va ammirato la sera con i giochi di luce perché, va riconosciuto, di giorno è un po' trash.

Meraviglia pura, invece, il padiglione Zero. Destinato ad accogliere i visitatori, è una grande installazione teatrale che traccia un percorso tra la necessità di ricordare il nostro legame col cibo e il prezzo che paghiamo con l'eccesso degli sprechi.

Appena si comincia a camminare sul Decumano - il viale principale lungo 1500 metri - cominciano a sfilare le bandiere e si trova di tutto. Alcuni allestimenti calzano col tema di Expo 2015, altri sembra che abbiano clamorosamente mancato l'oggetto del briefing: cibo ed energia per la vita.

La Svizzera con le sue torri-magazzini e l'Austria con la foresta urbana sono i padiglioni che meglio centrano il tema di esistenza sostenibile. La Germania incanta per i contenuti multimediali. Il podio più alto per l'in-



gombro spetta a Stati Uniti e Russia, che da veri mastodonti fanno a gara tra loro. Gli USA con un grande scheletro in ferro e legno ingentilito dalla cascata iniziale e dall'orto verticale. I russi, invece, puntano tutto sull'impressione ormeggiando sul Decumano una costruzione che ricorda molto una portaerei.

Gli arabi dimostrano ancora una volta di non dare un tetto alle risorse impiegate schierandosi con padiglioni intriganti. Bellissime le linee degli Emirati disegnate da Norman Foster, delicati i toni bianchi e oro del Regno del Bahrein, gradevole la veranda vegetale dell'Iran, quasi esagerati i profili castellani di Oman e Qatar. I nove cluster – caffè, cacao, cereali e tuberi, isole, riso, biomediterraneo, spezie, frutta e legumi, zone aride – rappresentano una delle sfide maggiori. Accoppiare paesi che hanno poco da raccontare è stata un'impresa, ma proprio chi ha poco merita il riconoscimento per la valorizzazione delle risorse. Coerentemente con il principio di sostenibilità, nella passeggiata architettonica il legno la fa da padrone. Irlanda, Nepal, Polonia, Vietnam, Spagna, Belgio, Francia, Romania, Slovenia, Ungheria e Cina declinano il tema con tante forme curiose.

Non altrettanto sviluppata la parte dei contenuti legati al tema del cibo. Promossi il Belgio con le culture idroponiche e la Francia con il racconto delle sue culture tutto visibile sul soffitto. Poco chiari gli altri, che hanno

preferito puntare tutto sulla struttura: imponente il richiamo alle pagode dei cinesi, gradevole la doppia navata spagnola, evocative le sagome del Nepal e del Vietnam, originale la Polonia interamente rivestita da cassette della frutta. Perdibilissimi Slovenia e Romania, ed è un peccato per due territori che potevano davvero raccontare cosa significa essere i polmoni verdi d'Europa.

Agli opposti capi del mondo, attraggono la Corea del Sud con il monito del cibo contemporaneo e l'Argentina, che si presenta con silos multimediali densi di memorie legate agli emigranti. Il Brasile è protagonista con una struttura tubolare che sostiene la rete elastica a cui tutti ambiscono. I bambini impazziscono ma gli adulti non disdegnano. Il percorso – aereo – è tra i più gettonati dell'Esposizione Universale.

Ci sono anche due pezzi d'arte importanti in Expo. Il padiglione della Santa Sede, gradevole



per il suo minimalismo e il monito "non di solo pane", ospita un'Ultima Cena del Tintoretto. Nel percorso del Messico, invece, la scultura precolombiana del Dio dei Fiori affascina per il gioco di luci che la circonda.

Non vanno dimenticati anche gli altri padiglioni, quelli non dedicati agli stati ma alle aziende o alle organizzazioni. L'Unione degli Agronomi si presenta con una struttura in metallo e corteccia che si appoggia al suolo senza intaccarlo. Il grande tavolo con l'albero nel centro fa molto Re Artù ma comunica bene il senso di Expo.

Non distante Coca Cola. La contestatissima presenza della multinazionale delle bollicine scure originerà se non altro una palestra con campo di basket che sarà donata a una città italiana al termine della manifestazione.

Il padiglione dell'immobiliare cinese Vanke è un curioso drago disegnato dall'archistar Li-

beskind e rivestito dalle squame italiane della Casalgrande. Con il volume di New Holland, la marca di trattori del gruppo Fiat crea un prato inclinato che protegge lo spazio per raccontare l'aiuto delle macchine all'agricoltura.

Sul Decumano, The Waterstone di Banca Intesa emana il fascino di una forma primordiale che con le sue scaglie racchiude uno spazio eventi e una galleria di immagini attorno alla Milano dipinta da Boccioni. Lo stesso minimalismo potente è espresso dal canneto bianco di Enel. Il messaggio del principale fornitore di energia italiano è rivolto alla ottimizzazione dei consumi con i pannelli lungo la passerella.

Chi vuole immaginare la spesa del domani, visiti il Distretto del cibo futuro. Nell'avveniristico supermercato, gli scaffali informano sull'origine e i valori di cosa si sta acquistando. Prossima all'ingresso di Expo, l'organizzazione umanitaria Save the Children mostra nella sua essenzialità il significato del cibo per chi non ne ha o è costretto a sacrifici per sciagure naturali o umane.

Un occhio al cielo aiuta sempre, così questo racconto non può che finire con la riproduzione della Madonnina del Duomo di Milano. Chi entra dall'accesso di Cascina Triulza la nota brillante. Curiosa per come la si può ammirare da vicino, colpisce la collocazione sulla poco ecologica piattaforma di cemento grezzo che fa rimpiangere la meraviglia del Duomo vero. Per fortuna Milano e l'originale non sono poi distanti.



Gallarate durante il Ventennio

Tutto ciò che avvenne sul piano politico ed economico a partire dal 1921 in una città che si era sentita offesa per essere stata aggregata alla provincia di Varese

Si è appena conclusa la stagione del Teatro del Popolo di Gallarate, l'impianto comunale restaurato nel 2006 dopo aver ospitato per decenni un'associazione pugilistica.

La sala fu costruita durante il Biennio Rosso da una cooperativa tra operai che avevano raccolto le 650 mila lire occorrenti versando ogni mese due giorni di paga. Il teatro venne inaugurato a fine ottobre 1921; presto fu preso di mira dalle "squadre" fasciste, tra cui la Disperata del giovane Mario Brumana, che il 21 aprile s'era introdotto nel Broletto (l'ex convento degli Umiliati, all'epoca sede del Comune) e aveva redarguito il sindaco Leone Spaini per aver ignorato la ricorrenza del "Natale di Roma", festa che in seguito il fascismo impose quale alternativa al 1° maggio.

Il 4 agosto 1922 gli uomini della Disperata estromisero dal Broletto il nuovo sindaco, Paolo Campi; dato il clima politico, la città venne affidata ad un commissario prefettizio. In una sera

d'ottobre Brumana, recatosi nella vicina Cardano per una zuffa tra "rossi" e "neri", venne ucciso da un colpo di pistola. I suoi camerati, aizzati anche da Carlo Ravasio, invalido di guerra e teorico del "sindacalismo fascista", attuarono una spedizione punitiva contro le case e le strutture legate alla sinistra in tutta la zona. Campi, il dirigente sindacale Fermo Corbetta e l'on. Francesco Buffoni, minacciati di morte, lasciarono la città. Poche settimane dopo, la Marcia su Roma e l'incarico a Mussolini.

La visita del Duce

Il nuovo sindaco, il fascista moderato Mario Colombo, s'era prefissato due obiettivi: l'aggregazione a Gallarate del comune di Crenna, di cui sino alla fuga in Svizzera era stato sindaco Buffoni, e il pareggio del bilancio. Ciò significava un aumento dei tributi locali, che suscitò qualche malumore anche tra i maggiorenti locali. Come l'anziano industriale tessile Ales-

Francesco Ronchi

sandro Maino che dovette rendersi conto che al fisco non interessava se la F.Ili Maino beneficiava l'Ospedale San Pietro, la Società per gli Studi Patri e le famiglie dei "suoi" operai, ma solo l'imponibile, in particolare delle case e terreni in cui Maino aveva investito i guadagni degli anni più floridi, anziché darsi alla speculazione in borsa.

Nelle elezioni dell'aprile 1924 il "Listone" fascista ottenne, grazie ai premi introdotti dalla legge Acerbo, la maggioranza alla Camera; a Gallarate venne eletto Carlo Gnocchi, un ambizioso commercialista. Il 2 giugno, alla vigilia del voto di fiducia da parte del nuovo Parlamento, Gallarate conferì a Mussolini la cittadinanza onoraria. Pochi giorni dopo avvenne l'omicidio dell'on. Giacomo Matteotti, che aveva denunciato alla Camera le intimidazioni poste in atto dai fascisti ai seggi, e il primo ministro dovette porsi per alcuni mesi sulla difensiva. Solo per la prima domenica d'ottobre si sentì abbastanza sicuro da recarsi in visita ufficiale a Legnano e a Gallarate, dove giunse in auto percorrendo la nuova autovia dei Laghi.

In Piazza Risorgimento il Duce visitò il nuovo monumento ai Caduti, dello scultore Enrico Butti; poi, mentre percorreva via Manzoni, venne bloccato da un nutrito gruppo di mutilati, di cui volle visitare la sede. Subito dopo, le cerimonie ufficiali: la pergamena della cittadinanza nel cortile del Broletto, l'inaugurazione della Casa del Soldato, destinata ai reduci, e la



La Filiale di via Cavour 1

posa della prima pietra del nuovo reparto maternità dell'Ospedale. Infine il discorso pubblico in una piazza Garibaldi gremita di camicie nere, dai baillia ai militi della 26^a Legione della Milizia Volontaria, un po' delusi dal fatto che al loro motto ("Amore armato") il Capo avesse contrapposto quello della sezione di Asiago ("Muti e fedeli"): dopo la vittoria elettorale la rivoluzione fascista poteva essere archiviata. La F.Ili Maino pagò la cena ufficiale, cui partecipò solo Antonio; Alessandro con la sua assenza volle ribadire di considerarsi in primo luogo sindaco di Somma, che non voleva facesse la fine di Crenna. Significativa anche l'assenza delle autorità religiose, eccezione fatta per il cappellano della 26^a, che ne benedisse il nuovo labaro.

Gnocchi e la Banca di Gallarate

Anche a Gallarate i fascisti puntavano al "risanamento" del centro storico mediante lo sventramento dei "sedimi" più antichi, spesso dati in affitto alle famiglie povere, così da realizzare nuove strade porticate, con negozi ed uffici. Colombo, con le sue idee sul bilancio in pari, non era l'uomo adatto,

perché si limitava ad assecondare l'iniziativa dei privati, che si traducevano in interventi isolati, come ad es. la nuova sede della Cassa di Risparmio dell'arch. Ulisse Stacchini in via Cavour. Nel 1926, quando il regime introdusse la figura del podestà, sostituto del sindaco ma senza obblighi di rendiconto al consiglio comunale, la carica venne affidata all'on. Gnocchi, il quale diede subito il via libera alla costruzione della Casa del Balilla e delle Piccole Italiane, affidata all'architetto Paolo Mezzanotte: è l'attuale sede della Biblioteca Civica.

Gnocchi trasferì il mercato da P.zza Libertà a P.zza Garibaldi: scelta gradita al clero, perché dava più





ponendo un'opzione riservata su metà delle azioni di nuova emissione. Nel frattempo, il 22 ottobre morì il sen. Maino, lasciando una situazione ereditaria molto complicata ed una forte esposizione verso la BdG, cui Antonio, erede principale, fece fronte con ipoteche su terreni quasi certamente sopravvalutati. A ciò si aggiunse la congiuntura economica mondiale sfavorevole. A fine anno la BdG dimezzò il capitale (12,5 mln) e lo reintegrò a 20 mln mediante una nuova emissione di azioni, anche in questo caso per metà riservate al Credito Italiano. Ormai la fiducia dei gallaratesi era intaccata, e iniziò la corsa al

dignità alla Prepositurale di S. Maria Assunta, ma un po' meno ad un altro esponente fascista, Franco Puricelli Guerra, perché in tal modo risultava meno giustificabile l'abbattimento dei vecchi portici e negozi rimasti sul lato nord dell'antica chiesa di S. Pietro e in prossimità dell'Albergo Tre Re.

In dicembre il Duce annunciò la nascita di 17 nuove province, tra cui quella di Varese, cui fu aggregata Gallarate: era uno schiaffo per la città, che sino ad allora aveva sempre mantenuto funzioni amministrative sul circondario. Il Podestà protestò, ma non a lungo, avendo ottenuto ulteriori incarichi di prestigio nel Partito.

Pochi anni più tardi Gnocchi rimase pesantemente coinvolto nel crollo della Banca di Gallarate (BdG). L'istituto, sorto a fine '800, aveva accompagnato lo sviluppo industriale del territorio. Nel 1929 Alessandro Maino, pur senza sollecitarla, ottenne la nomina a senatore; quasi contestualmente iniziarono le manovre da parte del Credito Italiano per assicurarsi una significativa partecipazione azionaria nella BdG. Era disposta a pagare per ogni azione da 100 lire nominali ben 137 lire; non appena raggiunto il controllo, varò un aumento del capitale della Banca, da 20 a 25 mln,

ritiro dei depositi. All'assemblea dell'11 aprile 1932 s'alzano le proteste degli azionisti di minoranza, che minacciano di adire alle vie legali, ma non ottengono nulla; pochi giorni dopo il prefetto di Varese Nicola Mattei, in accordo con Gnocchi, convoca gli amministratori ed i sindaci della BdG, ritira loro i passaporti e li obbliga a sottoscrivere in solido una fidejussione di 8 milioni, a garanzia dei depositi ancora rimasti. Poche settimane dopo la BdG viene posta in liquidazione. Gnocchi, tra le polemiche, lasciò la carica di Podestà per assumere quella di liquidatore.

Al suo posto venne insediato Puricelli Guerra, il quale nel 1933 indisse un concorso per il nuovo piano regolatore, i cui fiori all'occhiello sarebbero stati il cinema Impero (1936), l'apertura del C.so Italia e la nuova Casa Littoria dell'arch. Minoletti sul lato sud di P.zza Garibaldi, costruzione molto discussa che entrò in funzione solamente nel 1942.

L'anno seguente, il 25 luglio, fu in parte devasta dai gallaratesi che festeggiavano la caduta di Mussolini. ■



Che storia, ragazzi!

Come la Cassa Rurale di Desio mosse i primi passi all'oratorio maschile di via Grandi

Il seme di quello che da semplice Cassa Rurale sarebbe poi divenuto il Banco di Desio e della Brianza SpA è stato gettato all'inizio del secolo scorso in un semplice oratorio maschile: l'assistente ecclesiastico, oltre ad animare le giornate dei tanti bambini e ragazzi, si preoccupava anche dei contadini meno fortunati, promuovendo collette per aiutarli e sostenerli. Poi l'illuminato intervento della famiglia Gavazzi trasformò questo seme in un albero con forti radici e rami imponenti.

Quell'oratorio ha oggi più di 150 anni di vita. La sua storia è stata ricostruita in una pubblicazione curata da Andrea Pizzi. La ricerca è accompagnata anche da una vasta sezione fotografica e da un'ampia documentazione sulla recente ristrutturazione radicale degli ambienti

oratoriani. "Questo lavoro - spiega l'autore - è il risultato di una passione, la logica conseguenza di un affetto, che ho nutrito e nutro verso questo oratorio, che ancora oggi è molto frequentato e apprezzato. Ho condotto una ricerca senza un esasperato metodo scientifico, ma animato dal desiderio di scoprire storia e storie di un ambiente che con la città di Desio è in simbiosi strettissima. E lo è anche con il Banco di Desio e della Brianza. Il risultato ha appassionato me e chi lo ha letto, riportando alla luce nomi, eventi, situazioni che molti desiani, specie i più anziani, ricordano ancora in modo indelebile. Oggi l'oratorio di via Grandi, a distanza di oltre un secolo e mezzo, è ancora una realtà di grande vitalità. Anche per questo credo che quest'opera possa servire ai desiani di ieri, di oggi e di domani per amare ancora di più la propria città, culla di storie straordinarie".

Il libro ospita i contributi di Mons. Elio Burlon, Don Giuseppe Maggioni, Egidio Farina, Luigi Colombo e Roberto Marelli. Lo si può richiedere presso la segreteria dell'oratorio di via Grandi oppure presso la segreteria della Parrocchia del Santi Siro e Materno.

I.b.n.





Le radici nel passato, gli occhi nel futuro

Ha compiuto 27 anni il Palio degli Zoccoli di Desio, la rievocazione storica che richiama i tempi in cui ai cittadini era vietato l'uso di qualsiasi tipo di calzatura

Le contrade si animano di volti, di sorrisi, di un vivace movimento. C'è fermento, partecipazione, passione ed energia. Una rievocazione storica non è la fredda riesumazione di eventi del passato. Non lo è certamente a Desio, dove da ventisette anni si ripete, sempre con nuova linfa, il Palio degli Zoccoli, un'occasione per far riassaporare a tutti avvenimenti che hanno segnato lo sviluppo di un territorio e che in qualche modo sono stati decisivi per la stessa città di Milano.

In questo modo passato, presente e futuro si sposano alla perfezione, in una fedele ricostruzione di arti, mestieri e personaggi dell'epoca. Nel mese di giugno di ogni anno centinaia

di figuranti con i loro tipici costumi rievocano le origini delle undici contrade storiche della città. Armigeri, dame e cavalieri, frati, contadini e cacciatori formano il corteo che parte da Villa Cusani Traversi Tittoni (un gioiello architettonico circondato da un vasto parco), attraversa le vie della città dove sventolano le colorate bandiere di contrada e raggiunge piazza Conciliazione, luogo della disputa del Palio. Tra loro ci sono Ottone Visconti, il vincitore della battaglia di Desio del 21 gennaio 1277, e lo sconfitto Napo della Torre, rinchiuso in una gabbia trainata da una coppia di buoi.

L'ambito vessillo viene conteso da undici coppie di atleti, rappresentanti delle contrade: con gli zoccoli ai piedi si sfidano in una corsa a staffetta intorno alla piazza e alla Basilica dedicata ai Santi Siro e Materno, con la sua torre medievale famosa in tutto il



Andrea Pizzi

LE CONTRADE

Contrada Busasca, Gli Umiliati
 Contrada San Pietro al Dosso, I Frati di San Colombano
 Contrada Foppa, I Notabili
 Contrada San Giorgio, I Gerosolimitani
 Contrada San Giovanni, I Cacciatori
 Contrada Dugana, I Contadini
 Contrada Bassa, I Commercianti
 Contrada S.S. Pietro e Paolo, I Boscaioli
 Contrada Prati, I Francescani
 Contrada Piazza, I Canonici
 Contrada San Carlo, I Soldati

Per saperne di più
www.paliodeglizoccoli.org

mondo per il suo concerto di campane.

Ma cosa c'entrano gli zoccoli? La battaglia di Desio del 1277 è un momento fondamentale per il passaggio della città di Milano alla Signoria dei Visconti. Nella notte tra il 21 e il 22 gennaio si scontrano a Desio le nobili famiglie dei Visconti e dei Torriani per l'egemonia sulle terre di tutto il Milanese. Sconfitto Napo della Torre, l'arcivescovo Ottone Visconti, dopo sei anni di inutili tentativi, riesce finalmente ad entrare in possesso dell'ambita città. È una battaglia cruenta, narrata da Stefanardo da Vimercate nel poema latino *Liber de rebus gestis in civitate mediolani* ed illustrata nel ciclo di affreschi nella sala dello Zodiaco della rocca di Angera.



La tradizione vuole che prima della storica battaglia di Desio ai popolani fosse vietato l'uso di qualsiasi tipo di calzatura, per non turbare la quiete e la selvaggina in un centro considerato di villeggiatura e di caccia. Solo dopo i sessantacinque anni di età veniva consentito fasciare i piedi con bende e stracci. I

Visconti consentono invece l'uso degli zoccoli: quando Ottone Visconti, vincitore, fa il suo ingresso a Desio, viene accolto dal rumore festante degli zoccoli dei desiani, stanchi di dover sottostare a Napo della Torre e pagare la sua occupazione. È questo il primo seppur timido passo effettuato dai desiani verso una migliore condizione di vita.

Il Palio degli Zoccoli è oggi un evento di valenza regionale: sono migliaia le persone che arrivano in città il giorno della contesa dell'ambito vessillo, solitamente nella prima decade del mese di giugno. E Desio si scopre bella, colorata, vivace, competitiva.

Negli anni il corteo si è arricchito di partecipanti che sfilano con leggiadria e fierezza, la qualità dei costumi e degli allestimenti è cresciuta e lo spirito agonistico delle contrade è alle stelle. In tanti si ritrovano a tifare per i colori della propria contrada e per gli atleti che, zoccoli ai piedi, ne portano poi i segni per giorni e giorni.

Centinaia di donne e di uomini lavorano dietro le quinte durante tutto l'anno per offrire un risultato perfetto e originale in ogni dettaglio. C'è un sano senso di appartenenza e un gran desiderio di riscoprire le radici e la storia della città, che lungo le generazioni si è sviluppata da semplice borgata rurale della bassa Brianza a sede di importanti fabbriche nell'epoca industriale, guardando ora al futuro con gli occhi fiduciosi dei tanti giovani che sono i protagonisti del Palio.





L'aviazione italiana al debutto in guerra

Con il Regio Decreto del 7 gennaio 1915 n°11 veniva soppresso il Battaglione Aviatori, che doveva venire sostituito dal neocostituito Corpo aeronautico militare, dotato di 15 squadriglie di aeroplani

Nel rimpasto di governo dell'ottobre 1914 il gen. Vittorio Italico Zupelli, istriano, convinto interventista, fu posto a capo del ministero della Guerra. Rimpiazzava il vecchio Domenico Grandi, considerato ormai da tutti incapace di gestire gli effetti sulle forze armate del passaggio dalla Triplice Alleanza, cui l'Italia aveva aderito dal 1882, alla Triplice Intesa.

Il primo ministro Antonio Salandra avrebbe voluto alla Guerra il gen. Alfredo Dallolio, ma questi, consapevole dell'incertezza del quadro politico, aveva preferito rimanere alla guida della Direzione Generale dell'Artiglieria, cui facevano capo diversi stabilimenti militari.

Zupelli al momento della nomina era Sottocapo di Stato Maggiore dell'Esercito, ma in cattivi rapporti con il suo superiore, Luigi Cadorna. Questi fu contento di levarselo di torno:

sia perché in tal modo cresceva la possibilità di avere un Sottocapo più malleabile (il gen. Carlo Porro) sia perché il caso Grandi aveva dimostrato lo scarso peso politico del ministero. Tuttavia Zupelli, grande organizzatore, non perse tempo nel convincere l'esecutivo, ed in particolare il collega al Tesoro, Paolo Carcano, della necessità che nuovi e cospicui finanziamenti erano necessari perché l'Italia potesse farsi onore in un conflitto che ormai già qualcuno cominciava a definire "di materiali": dove, cioè, il valore delle truppe e la perizia dei generali contavano meno rispetto alla capacità di disporre d'un superiore volume di fuoco.

Il Corpo Aeronautico

Tra le poche opinioni condivise da Zupelli e Cadorna v'era la diffidenza nei confronti del Battaglione Aviatori (BA), cioè il primo nucleo dell'aviazione militare italiana, di cui abbiamo trattato nel n° 81 de La Banca nota. Nel BA dalla metà del 1914 era confluita anche la Sezione Aeronautica della Marina, assumendo la denominazione "Quinto Reparto": ci si era resi conto dell'opportunità di coordinare se non

Francesco Ronchi

gli acquisti degli apparecchi, quanto meno la formazione dei piloti.

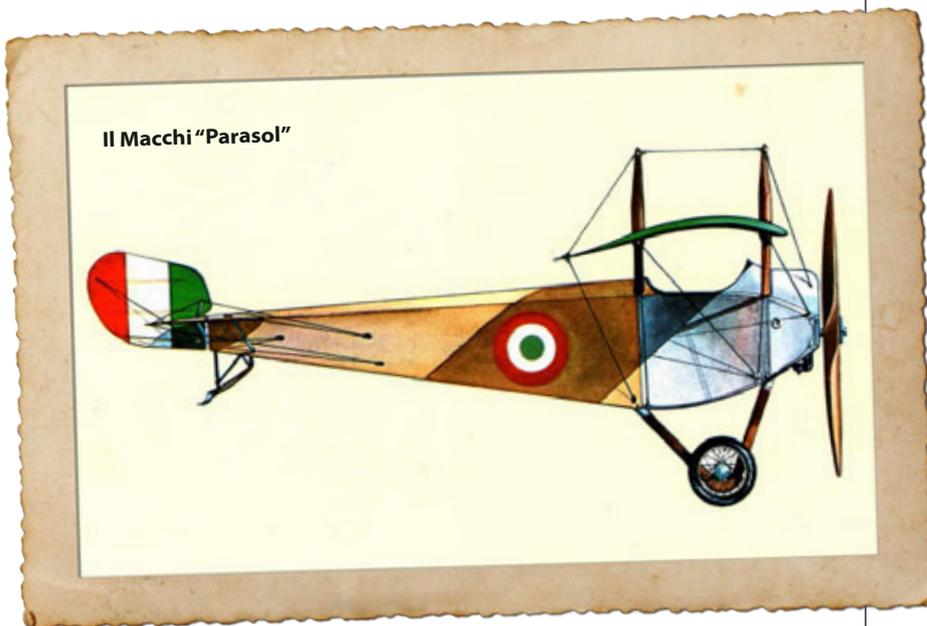
Zupelli non poteva che rimanere perplesso nel constatare che, ad es., nella zona di Torino erano attivi sia il Comando BA, da cui dipendeva direttamente un'unica Squadriglia, la 1^a, di stanza alla Venaria Reale, sia il 1° Sottogruppo Biplani, di stanza a S. Francesco al Campo, che comprendeva le Squadriglie 9^a e 10^a. Nel primo campo si utilizzavano i Nieuport Macchi da caccia e nell'altro i meno potenti Farman, da ricognizione, e ciascun tipo aveva bisogno dei suoi manutentori e dei suoi ricambi.

Cadorna, dal canto suo, era convinto che fossero ancora troppi i mugugni per la destituzione dalla guida del BA del colonnello Giulio Douhet, reo di aver voluto "ad ogni costo" (nell'accezione più ampia del termine) i bombardieri Caproni.

Agli occhi di molti aviatori quei mezzi sarebbero stati strategici, se impiegati dietro le linee nemiche: un'eresia per chi, come Cadorna, teorizzava gli assalti alla baionetta, o chi, come l'artigliere Zupelli, raccomandava d'ingaggiare veri e propri duelli con le batterie nemiche, mediante tiri "di neutralizzazione".

La fine del BA fu sancita dal Regio Decreto del 7 gennaio 1915 n°11. Curiosamente (ma non troppo, data la deriva autoritaria assunta dall'esecutivo alla vigilia dell'Intervento) esso venne presentato alla Camera, per la necessaria ratifica, solamente il 16 aprile 1916, e cioè pochi giorni dopo le dimissioni di Zupelli e la sua sostituzione con l'incolore gen. Paolo Morrone. Quest'ultimo resse il dicastero della Guerra nelle ultime settimane del governo Salandra (sino al 18 giugno 1916) e nel successivo governo Boselli; uscì di scena a metà giugno del 1917.

Il neocostituito "Corpo aeronautico militare" (CAM), dipendeva dal ministero della Guerra e controllava quattro



Il Macchi "Parasol"

battaglioni operativi, lo Stabilimento costruzioni aeronautiche (Napoli), la Direzione tecnica dell'aviazione militare e l'Istituto centrale aeronautico (entrambi a Roma).

Il Decreto prevedeva un incremento degli stanziamenti per il 1915: si passava dai 16,5 milioni inizialmente previsti a 17, con esclusione dei 5 milioni destinati agli idrovolanti della Marina.

Lo stanziamento avrebbe consentito di acquistare 193 nuovi aeroplani e 330 motori. La differenza nel numero era motivata dal fatto che gli apparecchi dovevano essere importati o prodotti su licenza (non gratuita) mentre i motori erano di produzione nazionale. Uno dei punti deboli del Decreto era quello riguardante il personale; a partire da metà gennaio iniziò una ridda di trasferimenti e di distacchi finalizzati a dotare il CAM dei 374 ufficiali previsti, senza privilegiare (come nel BA) quelli del Genio. Ad esempio il nobile piemontese Lelio Gaviglio, ufficiale di cavalleria, poté far valere la sua partecipazione alle grandi manovre del 1913, le prime cui avevano partecipato anche gli aerei, per farsi trasferire al CAM; mantenne il grado di capitano, e già dal 18 agosto, avendo dimostrato le sue doti di pilota, fu promosso maggiore.

Nella primavera del 1915 il CAM disponeva (oltre che di tre dirigibili e 12 sezioni aerostatiche ereditate dal Genio) di 15 squadriglie di aeroplani, eterogenei per tipologia e modelli. Tuttavia quelle operative erano 12, cioè quante quelle del BA nel 1914, anche se disposte in modo più razionale in prossimità del fronte.

Gli aeroplani erano 86, ma quelli operativi solo 75. I comandanti del CAM avevano selezionato con severità gli aspiranti, nel timore di affidare un'arma temibile a qualche "testa calda". I titolari di brevetto militare



L'ex-nuotatore romano Augusto Della Porta è ora comandante di una squadriglia di grandi aeroplani da bombardamento.

erano solo 70, ed altri 20 in corso di istruzione; ben 40 invece erano quelli considerati "di riserva" oppure utilizzati come istruttori nelle scuole di volo.

La stretta dipendenza degli ufficiali del CAM dallo Stato Maggiore aveva suscitato qualche preoccupazione in Zupelli; egli, convinto del futuro dell'aviazione quale arma ausiliaria dell'artiglieria, annunciò il primo aprile la nascita del Gruppo Squadriglie Aviatori per l'Artiglieria, per il quale era previsto l'allestimento di quattro magazzini di rifornimento in prossimità del fronte, alle dipendenze di altrettante Armate. Quale base operativa Zupelli scelse quella della 5^a Squadriglia, Busto Arsizio: prossima alla linea ferroviaria del Sempione e ben collegata con la 6^a squadriglia (Milano Taliedo) e le basi ex BA di Torino, Brescia e Piacenza. In attesa dell'ultima versione dei Farman, più potente e veloce (cui si sarebbero aggiunti anche i bombardieri Caproni, ancora in fase di produzione), il Ministero acquisì per la prima Squadriglia Osservatori d'Artiglieria 30 Parasol della Macchi. I corsi di formazione furono avviati presso la sede della 9^a Squadriglia, Centocelle (Roma); all'atto pratico si comprese quanto fosse difficile elaborare un preciso codice di segnali luminosi tra i piloti e le batterie a terra.

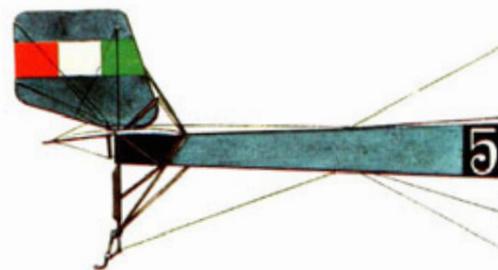
La parola alle armi

Il 22 maggio Cadorna ottenne da Salandra e dal Re i pieni poteri per la conduzione della guerra. Il giorno dopo, prima di partire per Udine, sede del Comando Supremo, Cadorna nominò il capitano Riccardo Moizo "consulente aeronautico" dello Stato Maggiore: in pratica, un emissario incaricato di seguire attentamente, nella Capitale, l'azione del CAM, onde evitare sorprese da parte dell'ormai già sminuito Zupelli. Moizo, 37 anni, piemontese, sino a quel momento era noto soprattutto per essere stato il primo aviatore fatto prigioniero in Libia dai turchi.

Non è questa la sede per rievocare le direttrici dell'avanzata delle armate italiane nei primi giorni del conflitto; le squadriglie operative al fronte, ben consapevoli dell'inferiorità numerica e spesso anche tecnica degli aerei a loro disposizione, nei primi giorni si attennero alle consegne ricevute.

Un caso esemplare è quello di Gaspare Bolla: campione di equitazione, nel 1914 comandava la scuola di volo di Mirafiori. Trasferito ad una squadriglia operativa a Mortegliano (UD), pose in atto un'audace ricognizione

Il Caproni da bombardamento



fotografica dell'arsenale di Monfalcone.

Le prime missioni dei piloti del CAM non ebbero quasi alcun riscontro sulla stampa, perché

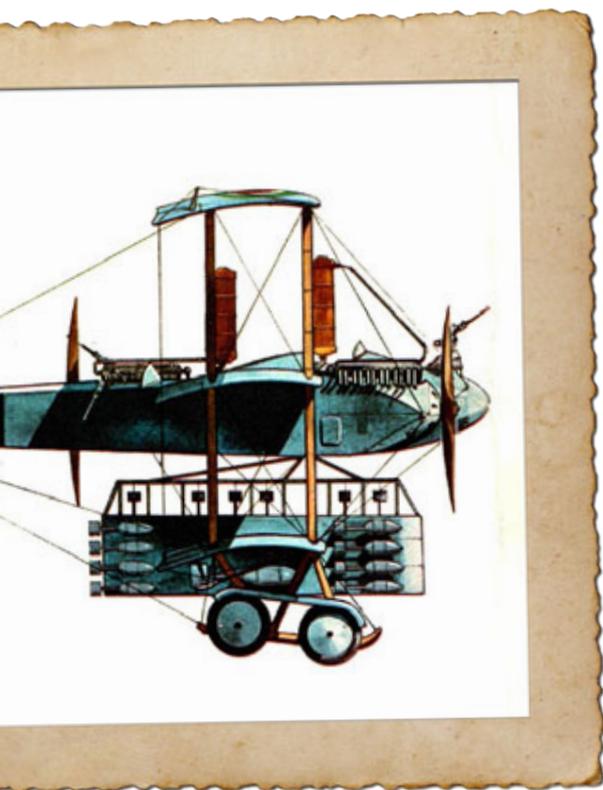
aveva fatto più notizia la serie dei bombardamenti a bassa quota dell'aviazione austriaca su Venezia, iniziati proprio la notte del 24 maggio. Contenuto il numero delle vittime, data la scarsa potenza degli ordigni, ma ingenti i danni al patrimonio artistico: in particolare nell'incendio alla chiesa degli Scalzi andò distrutto uno dei cicli pittorici del Tiepolo. Nel corso del conflitto si contarono in tutto 41 incursioni, che provocarono 52 morti.

L'impressione del primo attacco fu enorme in Italia e all'estero, anche perché la censura militare al momento era stata attivata solo in zona di guerra, e Venezia non era considerata tale. Il sindaco della città, Filippo Grimani, il quale fin dal 1913 aveva enfatizzato la pericolosità, per la Serenissima, della forte presenza d'idrovolanti austriaci in Laguna, dovette constatare

“AER”
FABBRICA DI AEROPLANI
STABILIMENTO AUSILIARIO (DECRETO MINISTERIALE N. 23)

I MAGGIORI RECORDS DEL MONDO D'ALTEZZA SONO STATI BATTUTI
 CON APPARECCHI COSTRUITI DA “AER”

DIREZIONE E OFFICINE
 IN **ORBASSANO TORINO**



3000 motori GNOME

..... assicurano alle armate aeree di Francia, Inghilterra e Russia una incontestabile superiorità nella guerra attuale: « I raids di Friedrichsafen, Dusseldorf, Cuxhaven, Zeebrugge, Dunkerque, etc., sono le pagine d'oro dei Motori GNOME e sostituiscono quest'anno le vittorie nelle competizioni internazionali del passato. »

I RECORDS ITALIANI DI ALTEZZA

AVIATORE: **CLEMENTE MAGGIORA**
CON PASSEGGERO
A METRI 3790

AVIATORE: **PENSUTI (da solo)**
A METRI 3285

furono compiuti con
Motore GNOME
DI 100 HP.

Fornitrici R. Generali:
ITALIANO
INGLESE
SPAGNOLLO
ELLENICO

Società Motori GNOME
FABBRICA ITALIANA

STABILIMENTI: **TORINO**
MADONNA DI CAMPAGNA

amaramente l'inferiorità italiana. A cosa era servita la creazione della Squadriglia San Marco, dotata di finanziamenti speciali? A cosa la base degli idrovolanti sull'isola di S. Andrea?

Maggior imputata per il caso Venezia era la Marina, i cui alti gradi si difesero dichiarando di aver ricevuto indicazioni poco chiare dal governo e finanziamenti molto inferiori rispetto a quelli concessi al CAM. Ad ogni buon conto le polemiche vennero presto tacitate ed i giornali invitati a descrivere la "barbarie" del nemico e a sottolineare le contromisure adottate: immagazzinati quadri e suppellettili, impacchettati con sacchi di sabbia le facciate dei più importanti palazzi e monumenti, dotate diverse altane di mitragliatrici per contraerea e creati sbarramenti semi-permanenti coi palloni frenati.

In effetti la Marina aveva spesso parte dei fondi male: anziché accrescere la dotazione degli idrovolanti, ed in particolare i modelli FBA prodotti su licenza dalla SIAI di Sesto Calende, che aveva una notevole capacità produttiva e poteva testare gli

apparecchi ed istruire i piloti sul Lago Maggiore, al riparo dal nemico, si erano destinate forti somme agli esperimenti segreti per gli aerosiluranti, con risultati al momento modesti.

Al fine di superare le incomprensioni tra i ministeri della Guerra e della Marina, ma soprattutto di pianificare gli ordinativi e gli acquisti di materiale bellico, il governo nominò il 9 luglio Dallolio Sottosegretario alle Armi e Munizioni. Il nuovo ufficio in teoria dipendeva dalla Guerra, ma in effetti fu creato quale organismo di controllo un comitato interministeriale. Che in pratica non si riunì mai, lasciando al generale ampia discrezionalità d'azione.

Le incursioni su Venezia (seguite nelle settimane e mesi successivi da altre su Padova, Treviso e persino Milano, colpita il 14 febbraio 1916 da un gruppo di ben 11 biplani) convinsero lo Stato Maggiore dell'opportunità di modificare le linee d'indirizzo per il CAM: oltre che di ricognitori per l'artiglieria, diventava imperativo disporre di qualche squadriglia armata, di "cacciatori" in grado d'intercettare il nemico prima che potesse sferrare l'attacco, nonché di bombardieri in grado di porre in atto "rappresaglie". La prima Sezione Caproni trovò sede presso la 21^a squadriglia, al campo della Comina (Pordenone): il 19 agosto giunse da Malpensa il primo bombardiere, che il giorno dopo andò a bombardare il campo austriaco di Aisovizza, a est di Gorizia.



I monti della Cappadocia, le acque di Minorca

Una prima metà dell'anno ricca di appuntamenti per il nostro circolo, che, a fine giugno ha accompagnato un folto gruppo di vacanzieri nella splendida isola di Minorca, nelle Baleari. La sistemazione proposta è stato il villaggio l'Eden Village Siesta Playa, posto in località Cala'n Bosch, a circa 10 km da Ciutadella e a 55 km dall'aeroporto di Mahon. Il villaggio, somigliante ad un piccolo borgo mediterraneo, vanta una posizione privilegiata, con accesso diretto alla rinomata spiaggia di Cala'n Bosch, caratterizzata da sabbia bianca alternata a rocce che si fondono con l'azzurro delle acque cristalline del mare. Questo raccolto e caratteristico villaggio, perfettamente adatto a famiglie, coppie e amici, si sviluppa in 5 edifici su diversi piani immersi in un curato giardino, ha offerto un ricco programma di animazione diurna e di spettacoli serali.

Circa un mese prima, a fine maggio, il circolo aveva proposto un interessantissimo giro dell'Umbria, alla scoperta dei suoi affascinanti borghi medievali. Prima tappa Spoleto (dopo una sosta Perugia), e a seguire escursioni ad Orvieto, dallo splendido Duomo, e a Todi, con il suo tempio bramantesco. Sulla via del ritorno, ultima fermata ad Assisi, alla scoperta dei suoi gioielli d'arte.

E per finire come non ricordare i dieci giorni passati in Turchia, dal 25 aprile al 4 maggio, con partenza da Istanbul alla scoperta della Cappadocia e di alcune località tipiche, quali Konya, che in epoca romana era conosciuta col nome di Iconium, che fu sia capitale dei turchi selgiuchidi dal XII al XIII secolo, sia uno dei più grandi centri culturali della Turchia. O come Pamukkale, rinomata fin dall'epoca romana per via delle sue acque termali curative. E senza dimenticare Antalya, Kas, Fethiye e Bodrum.

Per chiudere, lasciateci acclamare l'impresa dei colleghi Luigi Mancini e Chico Masperi che con Federica Vernò hanno affrontato la pesante gara podistica Monza - Resegone.

Umberto Vaghi,
presidente CRC
Gruppo Banco Desio



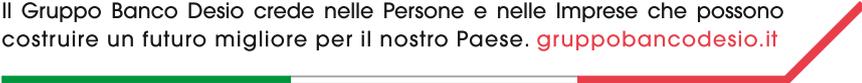


Il **Made in Italy** rappresenta il futuro del nostro Paese e quando occorre difenderlo diamo

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**