



la Banco nota

N. 67 - Settembre 2011

Storia

**Il Banco Desio
alla vigilia
degli anni di guerra**

L'opinione

**Come è cambiata
la tassazione
dei fondi comuni**

Finanza

**"Dr. Livingstone,
I presume?"**

Direzione

**Il marketing
al Banco Desio**

Tradizioni

**Piccola storia
del vino**

Vita aziendale

**Da Desio
a Sydney**

Agostino Da Polenza

**Himalaya: com'è nato
il Progetto Ev-K2-Cnr**



la Banco nota

Nuova Serie N. 67 - Settembre 2011

REGISTRAZIONE

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

Direttore Responsabile:

Luigi Gavazzi

Vicedirettore:

Tommaso Adami

Comitato di Direzione:

Tommaso Adami, Riccardo Battistel, Luigi Gavazzi, Marco Sala, Umberto Vaghi

Collaboratori:

Riccardo Battistel, Enrico Casale, Giovanni Ceccatelli, Marco Demicheli, Cristina Ergnini, Alessandro Manca, Alessandra Monguzzi, Marco Piazza, Francesco Ronchi

Impaginazione:

Diego Poletti - Luca Rovelli

Stampa

Faenza Industrie Grafiche S.r.l.
Costo copia: € 2,00

EDITORE INCARICATO:

Il Sole 24 ORE S.p.A.

SEDE LEGALE: **Via Monte Rosa, 91 - 20149 Milano**

PRESIDENTE: **Giancarlo Cerutti**

AMMINISTRATORE DELEGATO: **Donatella Treu**

GRUPPO 24 ORE



SEDE OPERATIVA: **Via Carlo Pisacane, 1
20016 Pero (Milano) Tel. +39 02 3022.1**

DIRETTORE EDITORIALE BUSINESS MEDIA:

Mattia Losi

Iscrizione al Registro degli Operatori
di Comunicazione (ROC) N° 6357

Associato a:

Testi, fotografie e disegni

Riproduzione vietata copyright®. Tutti i diritti di riproduzione in qualsiasi forma, compresa la messa in rete, che non siano espressamente per fini personali o di studio, sono riservati. Per qualsiasi utilizzo che non sia individuale è necessaria l'autorizzazione scritta da parte di Il Sole 24 ORE S.p.A. Qualsiasi genere di materiale inviato in Redazione, anche se non pubblicato non verrà in nessun caso restituito.

Dichiarazione Privacy

Annuncio ai sensi dell'articolo 2, comma 2, del "Codice di deontologia relativo al trattamento dei dati personali nell'esercizio dell'attività giornalistica".

La società Il Sole 24 ORE S.p.A, editore della rivista La Banco nota, rende noto al pubblico che esistono banche-dati di uso redazionale nelle quali sono raccolti dati personali. Il luogo dove è possibile esercitare i diritti previsti dal D.LGS. n. 196/03 è l'ufficio del Responsabile del Trattamento dei dati personali, in persona del Direttore Responsabile della sopra citata rivista, presso la sede del Banco di Desio e della Brianza S.p.A., Via Rovagnati n.1, Desio (MI), (fax: 0362.613.206).



la Banco nota

- 4 Il Banco Desio alla vigilia degli anni di guerra
- 9 Come è cambiata la tassazione dei fondi comuni
- 12 "Dr. Livingstone, I presume?"
- 16 Himalaya: com'è nato il Progetto Ev-K2-Cnr
- 20 Il marketing al Banco Desio
- 23 Dietro il Corvetto
- 26 Propaganda alla romana
- 29 "In attesa degli altri corridori, trasmettiamo musica da ballo"
- 32 Piccola storia del vino
- 34 Vita aziendale

p. 4



p. 9



p. 26





Il Banco Desio alla vigilia degli anni di guerra

Il quinquennio che precede il secondo conflitto mondiale è decisivo per la storia del Banco, guidato da Simone Gavazzi e da Luigi Lado Manca

Riccardo Battistel e Francesco Ronchi

Il 21 aprile 1935, nel giorno del fidanzamento di suo nipote Franco Gavazzi con Margherita Majnoni d'Intignano, improvvisamente muore per un attacco cardiaco il presidente in carica del Banco di Desio, Giovanni Battista Gavazzi (Gino). Figlio di Egidio, Gino Gavazzi era nato il 9 gennaio 1882, aveva sposato una Pirelli, Rosa, figlia di Giovanni Battista, fondatore della società, e alla prematura scomparsa del fratello Luigi nel 1917 gli era subentrato, ricoprendo incarichi sia nell'azienda di famiglia (la Egidio e Pio Gavazzi spa) sia in altre società. Tra queste il Banco di Desio.

Si apre così una fase delicata: gli eredi di Gino dispongono di un consistente pacchetto azionario del Banco, ma non si sono mai occupati direttamente della banca, mentre in consiglio siedono Felice Gavazzi (altro figlio di Egidio) e Luigi Lado. Quest'ultimo, magistrato originario di Sassari, aveva sposato nel 1915 Maria Piera Gavazzi, dodicesima e ultima figlia di Egidio. Luigi Lado a Desio è consigliere - oltre che del Banco - anche di altre aziende "di famiglia" (la Società Anonima per l'Industria del Gas e l'Acqua Potabile). È lui che prende contatti con Giuseppe (altro figlio di Egidio, ingegnere, futuro senatore del Regno, industriale e consigliere da una decina d'anni del Banco Ambrosiano) per valutare quale possibile futuro per il Banco.

La decisione finale che trova d'accordo i vari gruppi familiari è di continuare ad investire nell'azienda ("Un organismo certamente sano e vitale merita di essere appoggiato e conservato anche come esponente in Desio della nostra famiglia", scrive Lado a Giuseppe Gavazzi il 30 aprile del 1935). Lado, che vorrebbe invero per sé la carica di presidente, propone dapprima Felice, poi Simone Gavazzi (anch'esso figlio di Egidio e dirigente dell'azienda tessile di famiglia), ma

ambidue rifiutano l'incarico. Sembra fatta e Luigi Lado, pochi giorni dopo, si sbilancia scrivendo a Danesin: "Ne viene di naturale conseguenza che per ora debba essere io nominato Presidente del Banco anche quale Consigliere più anziano del nostro Gruppo. A coprire la carica vacante di consigliere nomineremo il sig. Carlo Gavazzi della nostra Tintoria". Ma così non avviene. Probabilmente si ritenne allora preferibile continuare nel solco di una tradizione che vedeva un erede diretto di Egidio a capo della banca, convincendo Simone Gavazzi a ritornare sulle sue decisioni ed accettare l'incarico.

La scelta non entusiasma Danesin. Li separa, oltre che il dato anagrafico (Simone Gavazzi è classe 1878), una diversa visione sul Banco e la sua attività. Anche lo stile del nuovo presidente, più distaccato e "padronale", è ben diverso da quello del predecessore. Qualche contrasto nasce soprattutto intorno ad un progetto cui Danesin tiene moltissimo: una nuova sede per la banca, non più in affitto ma in locali di proprietà. Progetto che trova in Simone se non una decisa opposizione, certamente un debolissimo sostegno, che non sortirà infatti gli effetti sperati. Il Banco avrà sì una nuova sede - nel novembre del 1937 in via Umberto 1° - dotata del servizio di cassette di sicurezza ("Il servizio incontrerà senza dubbio il favore dei risparmiatori, non esistendo sulla piazza altro servizio del genere", annota comunque soddisfatto Danesin in quell'anno), ma ancora in affitto. Miglior fortuna otterranno i suoi sforzi per aprire una nuova filiale (dopo quella di Nova, aperta dieci anni prima) a Bovisio, cittadina priva sino ad allora di uno sportello bancario, ai primi del luglio 1935.

La presidenza di Simone Gavazzi - altri fatti di rilievo della sua amministrazione saranno il raddoppio del capitale sociale (da 500.000 a un milione di lire) e la diminuzione dei componenti del consiglio di amministrazione del Banco (portati da sette a cinque) - si conclude improvvisamente quattro anni dopo, il 30 maggio 1939, con le sue dimissioni, probabilmente provocate da tutta una serie di concause: Luigi Lado ha continuato a considerare la presidenza del Banco come un



suo obiettivo, anche legittimo considerando che tra i consiglieri ha continuato a collaborare con grande assiduità allo sviluppo degli affari della banca, favorito anche dai cordialissimi rapporti personali instaurati nel tempo con il direttore Danesin, che ne vede con favore la candidatura. Gli eredi di Gino, che alla sua scomparsa non avevano preteso posti in consiglio, ora forse si fanno avanti e forse non hanno apprezzato il comportamento di Simone nella vicenda della nuova sede del Banco, rivelatasi più complessa ed onerosa del previsto. Non è da escludersi altresì che nel gruppo familiare Gavazzi/Lado si voglia affrontare il futuro con un "uomo forte" al comando per contrastare possibili tentazioni a vendere del gruppo "eredi di Gino".

Il consiglio di amministrazione che convoca l'assemblea per l'approvazione del bilancio 1939 è quindi profondamente cambiato: nuovo presidente è Luigi Lado, mentre in consiglio entra Giovanni, figlio di Gino Gavazzi, che si impegna - con Danesin come tutor - in un "training on the job" in banca per imparare il mestiere.

Luigi Lado Manca





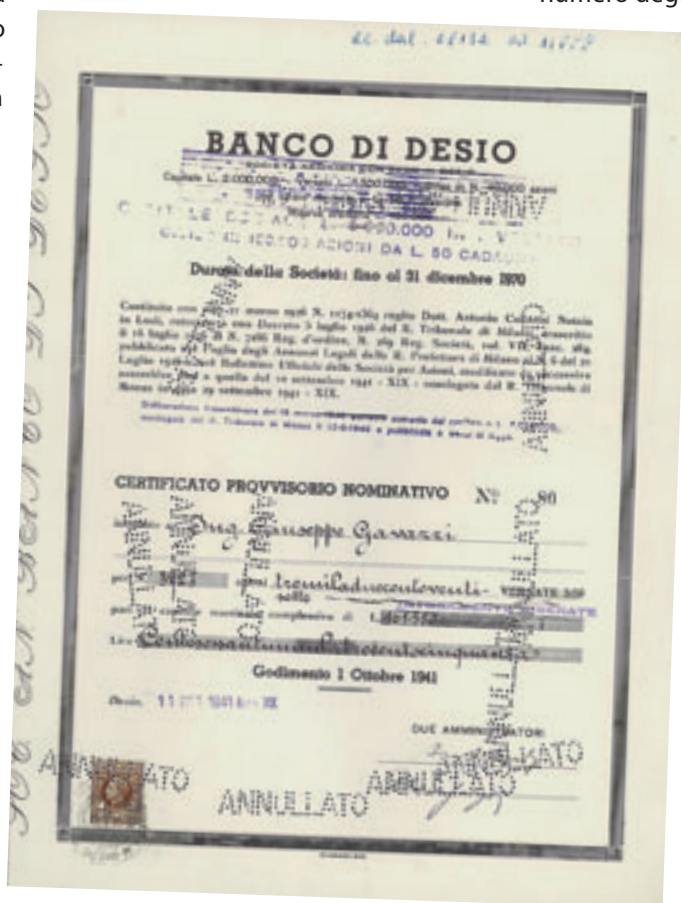
Con la presidenza di Luigi Lado, Danesin ritrova un interlocutore attento ed impegnato e i programmi espansivi del Banco riprendono slancio: si perfeziona finalmente, dopo le incertezze di Simone, la richiesta, invero un poco velleitaria, di convincere la potente Banca Nazionale dell'Agricoltura, tramite "il possibile intervento di S. E. Beneduce", a cedere al Banco la filiale di Desio, poco produttiva. Poco dopo si tenta di ottenere l'apertura di una filiale a Lissone.

Anche nel collegio sindacale non mancano novità di rilievo: nuovo presidente è nominato il rag. Giuseppe Wilmant, uomo di fiducia dei Gavazzi e dei Pirelli, con il quale Danesin dopo qualche notevole screzio iniziale avvierà una solida e lunga collaborazione. Mentre un'altra figura - estranea al consiglio ed al collegio sindacale - merita comunque una citazione: Luigi Lado sceglie come notaio del Banco Giorgio Puecher Passavalli. È una scelta coraggiosa in relazione ai tempi perché il Puecher è un antifascista che morirà nel campo di sterminio di Mathausen, mentre suo figlio, fucilato presso il cimitero di Erba dopo un sommario processo, sarà medaglia d'oro.

L'8 giugno 1940, due giorni prima della dichiarazione di guerra, muore Felice Gavazzi, al suo posto viene nominato consigliere Franco, nipote di Egidio e figlio di Giuseppe, diventato nel frattempo senatore del Regno, cui il figlio aveva chiesto esplicitamente un di po' di spazio e la possibilità di dimostrare il suo valore nelle società di famiglia (la Egidio e Pio Gavazzi, la Lane Rossi, la società Anonima Stresa). L'anno successivo rientra - come

consigliere - Simone Gavazzi, e il consiglio che affronta i difficili anni che seguiranno è quasi composto, ma manca ancora un tassello importante: Pietro Gavazzi. Figlio di Luigi, aveva sposato nel 1938 la cugina Maria Luisa Lado, ed era entrato anch'esso nella Egidio e Pio Gavazzi. Richiamato alle armi, viene destinato al fronte russo. Al suo rientro, nel maggio del 1943 diventa consigliere del Banco di Desio.

Le accurate relazioni del direttore Danesin di quegli anni consentono di comprendere alcune dinamiche economiche dell'Alto Milanese abitualmente trascurate dalla storiografia, grazie ai precisi riferimenti sui rapporti intercorsi tra la banca e la clientela che il direttore considerava la più importante (i grossi commercianti e gli imprenditori attivi nella zona d'azione della banca). Occorre però precisare che l'ampio spazio dedicato al finanziamento "industriale" non significa che nei primi anni '40 il Banco avesse tradito la sua vocazione ormai pluridecennale, vale a dire la raccolta e la gestione del piccolo risparmio in una zona in cui il settore agricolo (colture varie, allevamento, commercio di legna e vino) rimaneva quello più importante, anche per il numero degli addetti.



Strettamente legato al settore immobiliare, nel quale le piccole banche locali avevano sempre più spesso voce in capitolo: infatti dopo la riforma del settore bancario e l'aumento dei poteri di controllo da parte della Banca d'Italia, il governo tendeva a favorire l'attività d'intermediazione immobiliare da parte degli istituti di credito a scapito di quella esercitata dai privati: dalla seconda metà dell'800, infatti, uno degli impieghi più redditizi per le persone "benestanti" era la concessione di prestiti garantiti da ipoteca sull'abitazione di cui si finanziava l'acquisto. Tali intermediazioni tra

privati, per cifre spesso rilevanti, si prestavano all'evasione e all'elusione fiscale. Il fatto che gli operatori in questo campo detenevano molto denaro contante faceva sì che alla tradizionale accusa d'esercitare lo "strozzinaggio" s'aggiungesse quella d'essere all'origine d'un fenomeno che Danesin lamenta nella sua Relazione 1942: "La recente mancanza di (denaro) circolante che ha causato un penoso lavoro di cassa". Si tratta d'una nota paradossale, dato che in quello stesso periodo le testimonianze concordano su un generale e costante incremento dell'inflazione; la sola spiegazione è che il direttore del Banco faceva riferimento alla moneta metallica, alle lire d'argento, tesaurizzate per il loro valore intrinseco, ma pure ancora necessarie e richieste al Banco dal piccolo commercio locale.

Un'altra ottima ragione per la lotta contro la detenzione di grosse somme da parte dei privati era l'esigenza del costante rifinanziamento del debito pubblico, cresciuto in modo esponenziale dopo l'ingresso diretto nel conflitto. Come lamenta Danesin parlando dell'esercizio 1942: "Non abbiamo potuto esimerci dal far ricorso, specialmente nel secondo semestre, alla sottoscrizione, per elevati importi, di Buoni del Tesoro Ordinari". Non è dato sapere - purtroppo - quale percentuale della "raccolta" diretta impiegata in BOT derivasse dai piccoli risparmi delle famiglie contadine e operaie tradizionali clienti del Banco, e quale invece da accordi e rapporti più recenti intercorsi tra la dinamica banca desiana e alcuni dei sopra citati "benestanti": i quali, resisi conto che l'intensificarsi dei bombardamenti da parte degli Alleati aveva avuto un effetto deleterio sulle prospettive a breve dell'intero comparto immobiliare, avevano preferito nel 1942 depositare in banca almeno parte dei soldi sino a quel momento detenuti, sempre più erosi dall'inflazione e posti



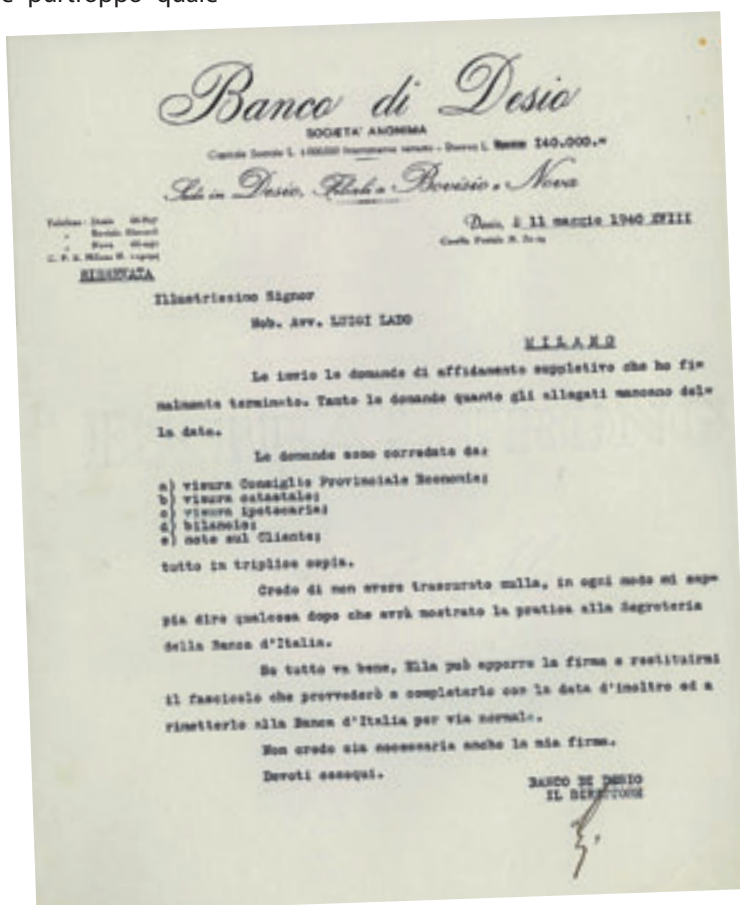
Desio - Villa Costa Longoni

a rischio dall'aumento dei furti e delle estorsioni, di cui la gente temeva l'aumento, a dispetto della censura su molti casi di cronaca nera operata dal Regime.

Citiamo ancora la Relazione scritta da Danesin agli inizi del '43: "Alla deficienza degli impieghi, che naturalmente ha influito sugli utili, ha fatto riscontro invece un intenso movimento di capitali; ciò che ha recato, sia pure in maniera inadeguata, un contributo di compenso nella formazione dei risultati economici finali". Danesin era consapevole del fatto che il Banco poteva remunerare i risparmi con interessi comunque inferiori a quanto avrebbero potuto ottenere i "benestanti" sopra citati dedicandosi ad un

nuovo genere d'impieghi che con l'evolversi in negativo del conflitto andava sempre più prendendo piede: l'accaparramento d'ogni genere di merce e di derrata, da rivendere a distanza di mesi a prezzi moltiplicati: erano i preludi del triste fenomeno della borsa nera, che avrebbe portato nel 1944-45 all'esplosione dell'inflazione reale.

Tra le aziende locali clienti del Banco nei difficili primi anni '40 ve ne sono alcune che adottarono una strategia efficace, anche su consiglio di Danesin, facendo abilmente ricorso a caratteristiche e condizioni di contesto tipicamente brianzole: flessibilità operativa, competenza tecnico-manuale delle maestranze, basso costo del lavoro. Per esempio, a Bovisio, in





merciali d'una importante commessa ottenuta in Germania. Il settore mobiliario continuò ad essere almeno sino a tutto il 1942 un punto di forza dell'economia locale; il Banco, memore della grave crisi dei primi anni '30, in quegli anni operò un'attenta selezione della clientela, in funzione non tanto delle specializzazioni dei vari produttori e/o commercianti, ma delle loro capacità imprenditoriali. Si possono ricordare l'ebanista desiano Giuseppe Carpanelli, che venne aiutato in un momento di difficoltà (ritardi nel pagamento di alcune forniture al Comune) e l'architetto Gino Maggioni, uno dei primi designer brianteri, noto per aver contribuito ad un'evoluzione del gusto: dai pesanti arredi in stile neogotico ancora diffusi alla fine degli anni '20 alle innovazioni introdotte dalla Secessione viennese, con un'attenzione particolare alla progettazione non del singolo pezzo, ma dell'ambiente in cui sarebbe stato collocato: luci, tappezzeria, eccetera.

un territorio in gran parte situato nelle sterili Groane, poco adatto all'agricoltura e che si era rivelato già a fine 800 il luogo ideale per la produzione di laterizi, nelle fornaci Hoffmann; con la guerra aveva trovato nuovo sviluppo la produzione di esplosivi (in particolare dopo l'assorbimento dell'Acna da parte della Montecatini di Donegani) e l'industria chimica. Non pochi operatori economici della zona, clienti del Banco, ricorsero ai suoi finanziamenti per poter fare il salto di qualità necessario ad offrire sufficienti garanzie finanziarie per fare affari con questi "colossi" milanesi. Ad esempio, così s'esprimeva Danesin alla fine del 1941 riguardo all'imprenditore Luciano Manara: "Ha in corso la fornitura del materiale [edile] per la costruzione a Varedo di case per operai della Snia"; ma fino a poco tempo prima il Manara era un semplice gestore d'una cava di sabbia. Giuseppe Aliberti, altro cliente del Banco, proprietario dell'omonima fornace di Limbiate, era invece divenuto il fornitore del materiale per gli ampliamenti della Montecatini.

Un'altra azienda ben più importante di Bovisio, la Briantea Aste Dorate, resasi conto che con la guerra in corso i suoi pur ottimi prodotti (cornici) non avevano alcun futuro, iniziò a produrre cucine economiche. In questo caso Danesin non si limitò a favorire la concessione d'un adeguato finanziamento, ma seguì passo dopo passo nel corso del 1941-42 le pratiche com-

merciali d'una importante commessa ottenuta in Germania. Il settore mobiliario continuò ad essere almeno sino a tutto il 1942 un punto di forza dell'economia locale; il Banco, memore della grave crisi dei primi anni '30, in quegli anni operò un'attenta selezione della clientela, in funzione non tanto delle specializzazioni dei vari produttori e/o commercianti, ma delle loro capacità imprenditoriali. Si possono ricordare l'ebanista desiano Giuseppe Carpanelli, che venne aiutato in un momento di difficoltà (ritardi nel pagamento di alcune forniture al Comune) e l'architetto Gino Maggioni, uno dei primi designer brianteri, noto per aver contribuito ad un'evoluzione del gusto: dai pesanti arredi in stile neogotico ancora diffusi alla fine degli anni '20 alle innovazioni introdotte dalla Secessione viennese, con un'attenzione particolare alla progettazione non del singolo pezzo, ma dell'ambiente in cui sarebbe stato collocato: luci, tappezzeria, eccetera.

Fu il Banco a finanziare alla fine del 1940 la nuova società creata dal Maggioni insieme ad un operatore considerato da Danesin particolarmente affidabile, Antonio Galimberti di Varedo. Tale soluzione sancì il definitivo distacco tra Maggioni e Gaetano Borsani di Varedo, titolare d'una azienda (anch'essa cliente del Banco) che dalla fine degli anni '20 aveva coraggiosamente intrapreso la via dell'innovazione del design. Negli anni '40 s'erano già messi in luce i due figli di Gaetano, i gemelli Fulgenzio e Osvaldo (1911-1985); quest'ultimo, laureatosi al Politecnico di Milano nel 1937, ma già autore nel 1932-33 del progetto d'una "Casa minima" presentato alla V Biennale, si dimostrò un ottimo disegnatore d'impronta razionalista, in grado di collaborare proficuamente con i maestri del design italiano, specie nel Dopoguerra.



Cassettone disegnato dall'arch. Gino Maggioni Atelier Borsani - Varedo 1925

Come è cambiata la tassazione dei fondi comuni

Per effetto della riforma, il loro NAV non è più calcolato al netto dell'imposta sostitutiva corrispondente al risultato di gestione maturato, ma rappresenta esattamente il valore corrente delle attività e passività detenute dal fondo alla data di riferimento

Dal 1° luglio 2011 i fondi comuni d'investimento italiani hanno cessato di essere soggetti all'imposta sostitutiva del 12,5% sul risultato della gestione maturato; attualmente restano incisi solamente da alcune ritenute sui redditi di capitale applicabili in casi del tutto residuali.

La tassazione si è spostata sull'investitore e si verifica nel momento in cui percepisce il reddito, sia in forma di distribuzione di utile,

dato dal fondo sia perché compreso nella somma incassata in occasione del rimborso della quota oppure della sua cessione.

Di conseguenza, il valore delle quote dei fondi comuni d'investimento italiani pubblicato periodicamente (di norma quotidianamente) dalla società di gestione del fondo (il cosiddetto net asset value, NAV) non è più calcolato al netto dell'imposta sostitutiva corrispondente al risultato di gestione maturato, ma rappre-

Marco Piazza*



senta esattamente il valore corrente delle attività e passività detenute dal fondo alla data di riferimento.

In questo modo, le quotazioni dei fondi italiani sono meglio confrontabili con quelli dei fondi esteri.

Per i fondi italiani istituiti prima del 1° luglio 2011 che, alla data del 30 giugno 2011, avevano maturato risultati di gestione negativi, il NAV comprende anche attività corrispondenti al 12,5% di tali risultati negativi; una sorta di tax asset, che viene valorizzato nella quota in quanto il fondo riuscirà nel tempo a “monetizzarlo” mediante un procedimento che non coinvolge gli investitori, ma solo la società di gestione del risparmio.

Cosa è successo, quindi, alle quote di fondi comuni che i privati avevano in portafoglio al 30 giugno 2011?

Il loro valore di carico è stato aggiornato dagli intermediari alla data del 30 giugno, per consentire il passaggio senza scossoni al nuovo regime. Vediamolo con un esempio.

Una persona fisica privata deteneva, al 30 giugno 2011, una quota di un fondo comune d'investimento italiano, che aveva sottoscritto a 1.000 euro ma che al 30 giugno era valorizzata 912,5 euro a causa di risultati di gestione negativi. Per l'esattezza, il fondo aveva maturato risultati di gestione negativi per 100 euro, ma, tenuto conto del diritto del fondo di dedurli dai futuri risultati di gestione positivi ai fini del

pagamento dell'imposta sostitutiva del 12,5% allora vigente, questo tax asset (12,5 euro) viene aggiunto al valore della quota.

Supponiamo ora che la persona fisica chieda di ottenere il rimborso della quota in data 15 ottobre 2011 e che, in quel momento, il fondo si sia ripreso rispetto al 30 giugno e il valore della quota abbia assorbito 60 dei 100 euro di risultati negativi maturati al 30 giugno e quindi il risultato negativo al 15 ottobre sia pari a 40.

Se la legislazione non fosse cambiata, la società di gestione pubblicherebbe un valore della quota di 965 euro $[1000 - 40 + 12,5\% \times 40]$ e, in occasione del rimborso, l'investitore incasserebbe 965 euro.

Nel nuovo regime, invece, la quota sarà valorizzata 960 euro più il tax asset congelato al 30 giugno (12,5 euro), per un totale di 972,5 euro.

Pertanto l'investitore risulterà aver conseguito un reddito pari a $972,5 - 912,5 = 60$ euro, sul quale l'intermediario opererà una ritenuta del 12,5%, cioè di 7,5 euro.

Come si può notare, l'importo complessivamente incassato non cambia: $972,5 - 7,5 = 965$.

Ma cosa sarebbe accaduto se il fondo al 15 ottobre avesse perso ancora quota rispetto al 30 giugno, ad esempio avesse maturato, per ciascuna caratura, altri 60 euro di perdite, portando la perdita complessiva a 160?

Nel vecchio regime la quota sarebbe stata valorizzata 860 euro $[1000 - 160 + 160 \times 12,5\%]$ e, al momento del rimborso, l'investitore avrebbe monetizzato una perdita di $1000 - 860 = 140$ euro. Per effetto della riforma, invece, la quota sarà valutata 840 euro più il tax asset congelato al 30 giugno (12,5 euro), per un totale di 852,5 euro. Pertanto l'investitore risulterà aver conseguito una perdita pari a $852,5 - 912,5 = 60$ euro, a cui corrisponde un risparmio fiscale (al 12,5%) di 7,5 euro. Ma - a differenza del vecchio regime - questo risparmio fiscale non è immediatamente monetizzato, in quanto compreso nel valore della quota rimborsata, ma può essere conseguito solo scomputando la minusvalenza di 60 da future plusvalenze imponibili al 12,5% (ad esempio, per la vendita di azioni o per la vendita o rimborso di obbligazioni, ecc.), con il limite temporale consistente nel fatto che il riporto della perdita è ammesso solo entro il quarto periodo d'imposta successivo a quello in cui la perdita è stata conseguita.

GLI EFFETTI DEL NUOVO REGIME

Valore alla sottoscrizione	1000	
Valore al 1/7/2011	912,5	
Rimborso	972,5	860
Reddito assoggettato a ritenuta (972,5 - 912,5)	60	0
Ritenuta	-7,5	0
Valore di rimborso netto	965	852,5
Minusvalenza riportabile (852,5 - 912,5)	-60	
Perdita al netto dell'effetto fiscale	-35	-147,5
Risparmio fiscale potenziale	7,5	

Questa è una conseguenza del passaggio dal regime di tassazione del reddito "maturato" in capo al fondo a quello di tassazione del reddito "percepito" in capo all'investitore. Costituisce un inconveniente della riforma del regime fiscale dei fondi italiani, perché la circostanza che i redditi positivi siano considerati "redditi di capitale", e quindi non siano compensabili con eventuali minusvalenze realizzate, e quelli negativi siano considerati "minusvalenze", e quindi vadano ad aumentare l'ammontare dei "risparmi fiscali" solo "sperati" (monetizzabili solo se e quando si conseguiranno plusvalenze e comunque entro il quarto anno successivo), non è, in questo momento di mercato, molto apprezzabile. Si tratta, peraltro, di un inconveniente già presente nel regime fiscale dei fondi esteri.

A parità di altre considerazioni più propriamente finanziarie emerge chiaramente come, dal punto di vista fiscale, non sia conveniente uscire da un fondo comune d'investimento italiano od estero che abbia maturato perdite, se anche il resto del portafoglio presenta minusvalenze latenti. L'uscita dal fondo, infatti, comporterà il realizzo di una minusvalenza che se non potrà essere compensata entro il quarto anno successivo andrà perduta.

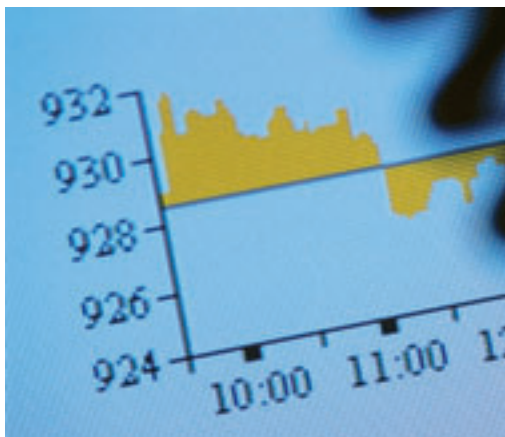
Altro aspetto da considerare è che, se le quote di fondi comuni sono immesse nelle

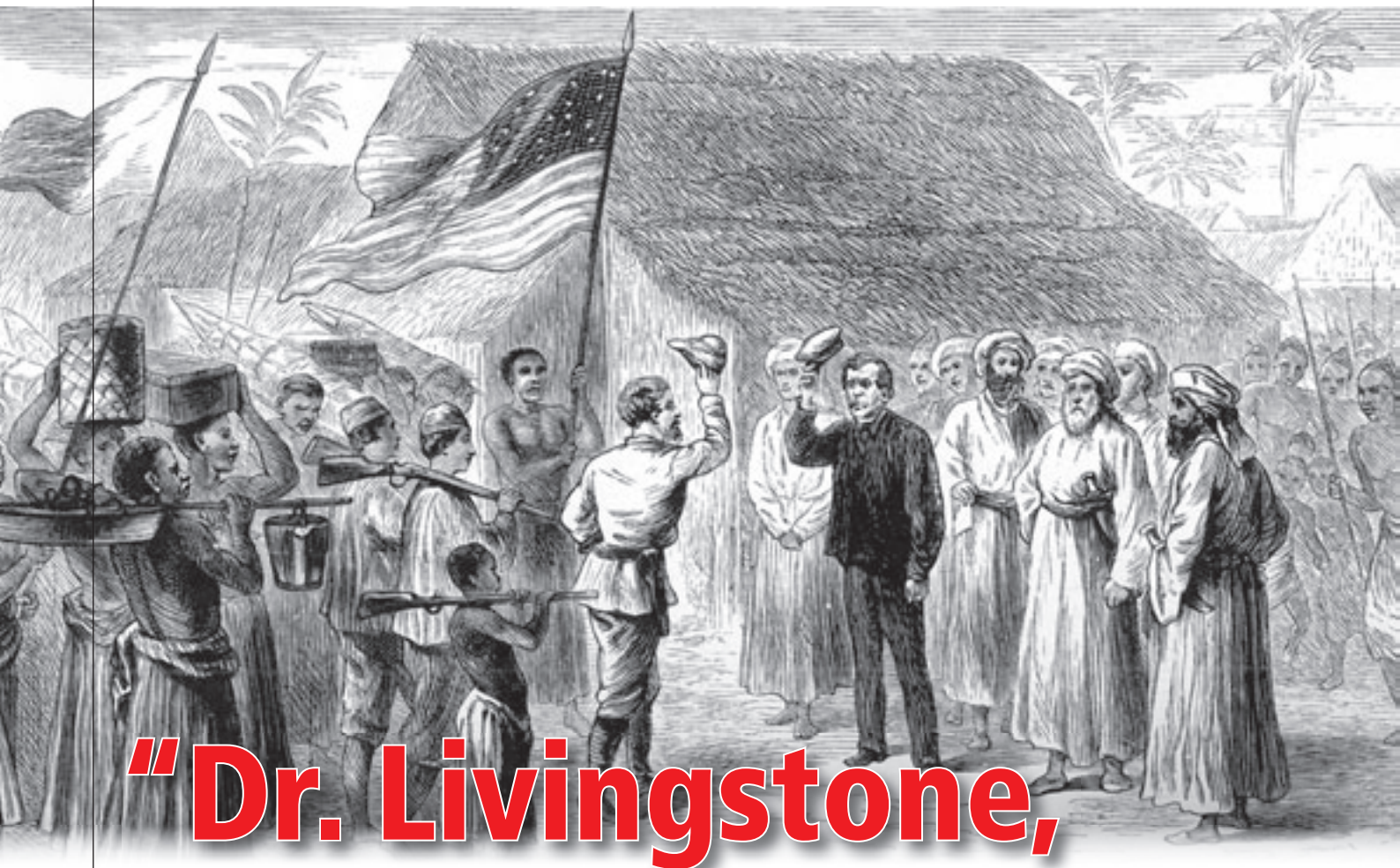
gestioni di patrimoni individuali, ottengono il beneficio di consentire la compensazione delle minusvalenze con le plusvalenze nell'ambito del risultato della gestione, fermo restando che il risultato della gestione è tassato per maturazione e non al realizzo.

Ricordiamo che il regime sopra descritto riguarda i privati e non gli esercenti imprese commerciali per i quali:

- la ritenuta sui redditi di capitale sull'incremento di valore della quota percepito è applicata a titolo d'acconto;
- i proventi distribuiti in corso di possesso della quota sono tassati secondo le regole ordinariamente previste dal Tuir;
- le plusvalenze e minusvalenze iscritte al conto economico sono fiscalmente rilevanti (a causa della mancata riproposizione del principio di cassa originariamente previsto dall'articolo 9 della legge 77/83); consegue che, nel caso in cui si applichino i principi contabili nazionali, che sono basati essenzialmente sul principio del "minore fra il costo e il mercato", eventuali svalutazioni della quota saranno deducibili ed eventuali riprese di valore o rivalutazioni saranno tassabili;
- scompare il credito d'imposta del 15% previsto dall'articolo 9 della legge 77/83 in caso di percezione del provento; ciò in quanto il fondo comune d'investimento non è più soggetto ad imposta sostitutiva e quindi non vi è motivo di evitare la doppia imposizione in capo all'impresa. Il credito d'imposta, peraltro, spetta fino a concorrenza dei risultati di gestione maturati fino al 30 giugno 2011. Per consentire l'operatività di questo meccanismo viene anche precisato che per i fondi già detenuti a tale data si mantiene il vecchio regime di tassazione dei proventi "per cassa". Pertanto:
- le rettifiche di valore iscritte in bilancio sono deducibili;
- le riprese di valore sono tassabili;
- le plusvalenze iscritte in bilancio non sono tassabili a meno che non siano realizzate. ■

***Dottore commercialista e pubblicista**





"Dr. Livingstone, I presume?"

Dall'epoca dell'incontro fra Henry Morton Stanley e David Livingstone l'Africa ha fatto passi da gigante, tanto che dalla metà degli anni Novanta la crescita della sua economia supera quella media dei Paesi dell'OCSE: ecco perché oggi offre numerose opportunità d'investimento

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

Henry Morton Stanley è famoso non tanto per le sue esplorazioni africane quanto per la celebre frase che gli viene attribuita al momento dell'incontro con il suo collega Livingstone sul lago Tanganica, in quella che oggi è la Tanzania: "Dr. Livingstone,

I Presume?". Questo episodio si svolse verso la fine del diciannovesimo secolo, quando il continente africano veniva considerato come una terra selvaggia, inospitale e non ancora raggiunta dalla civiltà.

La situazione da allora è a dir poco profondamente cambiata. Prima di tutto però è bene tener presente attraverso alcuni semplici dati le caratteristiche di questo straordinario territorio. L'Africa è il terzo continente per dimensioni. Con 30.065.000 km² copre il 20,3% delle terre emerse e i suoi oltre 800.000.000 di abitanti rappresentano un settimo della popolazione terrestre. È inoltre una delle aree più antiche della Terra e la razza umana ha iniziato la sua evoluzione proprio in questo continente. Di-

sponde di risorse straordinarie: il 10 per cento delle riserve accertate di petrolio a livello mondiale, l'8 per cento delle riserve di gas, il 54 per cento dell'oro, oltre a smisurati giacimenti di metalli preziosi, metalli industriali e diamanti.

Nell'immaginario collettivo l'Africa è sempre stata caratterizzata da inquietanti scene di persone in grave stato di povertà, violazioni dei diritti umani e pandemie. Tipicamente gli investitori consideravano il continente africano non tanto un mercato emergente, quanto un mercato sommerso in un abisso di stagnazione economica. Inoltre, i recenti accadimenti relativi alla cosiddetta "rivoluzione di primavera" e i continui problemi politici hanno indotto nuovamente la comunità internazionale a pensare che si tratti di un'area rischiosa soprattutto per gli investimenti. Anche se la situazione di breve permane sicuramente incerta, intatte rimangono le prospettive nel lungo termine. Infatti, dalla metà degli anni Novanta la crescita dell'economia africana supera quella media dei Paesi dell'Organizzazione per la Cooperazione e lo Sviluppo Economico (OCSE) e nel 2011 il PIL dell'Africa crescerà di oltre il 5%, un ritmo che il mondo occidentale può al momento solo sognare.

Gli elevati prezzi delle materie di base hanno ovviamente svolto un ruolo essenziale nella recente accelerazione della crescita economica tanto che negli ultimi cinque anni si è creata un'ondata di investimenti diretti esteri in Africa, soprattutto da parte della Cina. Dal 2002 il gigante asiatico, costantemente affamato di risorse, ha percorso in lungo e in largo un continente africano particolarmente ben disposto nei suoi confronti, facendo incetta di petrolio e minerali in cambio di sgravi sul debito, prestiti a basso tasso d'interesse, così come delle agognate infrastrutture come strade, porti e abitazioni.

Altri Paesi stanno facendo altrettanto in diversi settori, l'India ad esempio ripaga le risorse africane in-

vestendo nello sviluppo di nuove industrie ad alta tecnologia, mentre il Brasile sta aiutando l'Africa a sviluppare il suo vasto potenziale agricolo con tecnologie d'avanguardia. Tuttavia, se le materie prime fossero state l'unica freccia all'arco di questo continente, la sua economia sarebbe entrata in recessione durante la grande crisi del 2008. Ma così non è stato. L'Africa ha continuato ad espandersi perché le materie prime rappresentano meno di un quarto del suo PIL e questa quota è persino in calo. Infatti, una componente minore, ma pur tuttavia significativa di investimenti, è confluita anche in altri campi, in primis la telefonia mobile, ma anche i settori di agricoltura e dei servizi come il turismo e le attività bancarie. Questo perché la dinamica economica interna in molti paesi beneficia di trend demografici favorevoli. In base ai dati ONU, entro il 2015 l'Africa registrerà la maggiore crescita demografica mondiale, pari a un tasso annuo del 2,2%, che porterà ad una rapida urbanizzazione, in particolare nell'Africa settentrionale. Le città offrono migliori opportunità e salari più elevati. Inoltre la costante espansione del credito privato favorisce il consumo delle famiglie e la domanda di servizi finanziari.

Per questo motivo vengono guardate con interesse le società attive nel settore dei consumi e della finanza. L'esempio forse più rilevante del crescente interesse che suscita il continente



africano è l'acquisto, da parte della Cina, di una partecipazione del 20% nella Standard Bank of South Africa per un importo di oltre 5 miliardi di dollari, il maggior singolo investimento diretto estero mai effettuato in Africa. Questa operazione e molte altre, che sono esemplari per la fiducia nelle prospettive future del continente, hanno fatto sì che gli investimenti diretti stranieri in Africa siano triplicati negli ultimi tre anni. Inoltre, molti Paesi di quest'area geografica hanno tratto benefici anche da una migliore gestione a livello macroeconomico, con una conseguente riduzione sostanziale dei tassi d'inflazione rispetto agli anni '90 dello scorso secolo, una migliore situazione fiscale e della bilancia pagamenti, nonché livelli di indebitamento esterno più bassi; è anche aumentato il livello di stabilità politica in tutto il continente: mentre 25 anni fa gli stati democratici in Africa erano solo quattro (Botswana, Senegal, Zimbabwe e Mauritius), oggi i 53 stati africani comprendono 24 paesi con governi nominati in libere elezioni con più partiti politici.

La dimostrazione forse più evidente degli sforzi africani di issarsi a pieno diritto a partecipante dell'economia globale è la crescita esponenziale del numero di borse valori in tutto il continente nell'arco degli ultimi due decenni. La presenza di ben 19 piazze borsistiche in Africa ha indotto alcuni investitori a prevedere che molte economie del continente si affermeranno come la prossima generazione dei mercati emergenti. Questa evoluzione



appare significativa non solo per il segnale dato alla comunità internazionale degli investitori, ma anche perché i capitali esteri che confluiscono in Africa consentono alle economie locali di realizzare tassi d'investimento molto maggiori rispetto a quelli (ancora molto bassi) resi possibili dai risparmi nazionali. In questo contesto, è interessante notare che tra il 2004 e il 2008 i flussi di capitale sono raddoppiati a 7 miliardi di dollari all'anno, a ulteriore dimostrazione della crescente fiducia internazionale nel potenziale di crescita del continente.

Malgrado i progressi compiuti in Africa, resta ancora tanto da fare. La povertà resta una preoccupazione urgente e primaria per una larga fetta della popolazione. Quattro africani su dieci (360 milioni) sopravvivono ancora con meno di 1,25 dollari al giorno. Le Nazioni Unite stimano che l'Africa avrà bisogno di una crescita economica media del 7 per cento annuo per raggiungere l'Obiettivo di Sviluppo del Millennio (MDG) di dimezzare i tassi di povertà nel continente entro il 2015. Mentre 12





mesi fa questo obiettivo appariva pienamente raggiungibile, oggi la crisi internazionale ha cambiato il panorama economico africano in misura tale che il raggiungimento degli MDG entro il 2015 appare praticamente impossibile. Un'altra preoccupazione è quella che l'Africa resti più vulnerabile rispetto ad altre aree del mondo a fattori quali i capricci climatici, l'imprevedibilità dei flussi di aiuto e la volatilità dei prezzi delle commodity. Ad eccezione di Paesi come il Sudafrica, la maggior parte delle economie non sono ancora sufficientemente diversificate per assorbire tali shock esterni. Inoltre, la maggior parte delle nazioni africane dipende ancora in larga parte dall'esportazione di beni primari, e questa dinamica ha lasciato ampiamente sottosviluppati il settore manifatturiero e quello dei servizi. Peraltro, i recenti eventi sanguinosi in Darfur, Zimbabwe e Somalia ci ricordano che, nonostante i progressi compiuti, in Africa la stabilità politica non può ancora essere data per scontata.

Nonostante il suo grande potenziale e le sue risorse umane, l'Africa continua a dover affrontare alcune delle più grandi sfide del mondo, anche perché le molteplici iniziative disegnate per stimolare lo sviluppo del continente hanno fallito nell'intento di realizzare un adeguato miglioramento della vita di uomini, donne e bambini africani. È ormai chiaro che il primo dovere dei leader africani verso il loro popolo consiste nel consolidare la democrazia, la sana gestione economica, la promozione della pace, della sicurezza e dello sviluppo incentrato sulla popolazione. È patrimonio comune che la responsabilità primaria per il futuro dell'Africa, inteso come riconoscimento della dignità e dello sviluppo dell'uomo e come accelerazione della crescita e affidabilità dei successi contro la povertà, è nelle mani dell'Africa stessa.

Al fine di innescare un effettivo progresso economico – oltre al buon governo, alla lotta contro la corruzione ed al rafforzamento delle istituzioni – appare strategico il ruolo giocato dall'accesso ai mercati occidentali dei prodotti africani e dall'investimento privato nel Continente africano. Le condizioni perché si concretizzino joint-ventures tra aziende sono quelle di aprire i mercati industrializzati alle esportazioni di questi Paesi, con l'impegno di consentire un accesso più ampio, senza alcun dazio e quota per i prodotti dei Paesi più poveri, e di creare le condizioni sul posto per attrarre maggiori investimenti, rendendo più sicuro il panorama giuridico ed istituzionale nazionale. ■





Himalaya: com'è nato il Progetto Ev-K2-Cnr

A colloquio con Agostino Da Polenza, prima scalatore, poi guida e organizzatore di spedizioni alpine, responsabile del Comitato cui fanno capo le attività della piramide scientifica italiana impiantata sul tetto del mondo

L'ufficio in cui ci riceve è in una palazzina non lontana dal centro di Bergamo. Un ufficio moderno che potrebbe essere la sede di una banca o di un'assicurazione. Eppure, quando Agostino Da Polenza inizia a parlare, pare di essere catapultati in un rifugio di montagna. Le sue parole assomigliano a quelle degli scalatori dopo un'impresa alpinistica. Parole semplici che descrivono un mondo, quello dell'alpinismo, duro eppure affascinante. Da Polenza, responsabile del Comitato Ev-K2-Cnr, di cose sulla montagna ne ha da raccontare. Non solo la montagna come arrampicata, ma anche come luogo in cui si vivono rapporti umani intensi e dove si

impara a fare i conti con un ambiente selettivo al quale ci si può avvicinare solo con rispetto e preparazione. Con lui abbiamo parlato della sua esperienza di alpinista e di organizzatore di grandi spedizioni alpinistico-scientifiche.

Quando è nata la sua passione per la montagna?

Ce l'ho da sempre. Mio padre era un amante della montagna e mi ha trasmesso questo suo amore. Lui poi era cugino di Walter Bonatti, uno dei maggiori scalatori europei di tutti i tempi. In casa si parlava sovente delle sue imprese e lo si vedeva come un mito inarrivabile. Il suo esempio mi ha influenzato. Fin da giovane ho iniziato a fare escursioni e poi ad arrampicare, prima sulle palestre calcaree della Bergamasca, poi sulle montagne lecchesi. Fin da giovane però mi è nata una sorta di vocazione extraeuropea. Di questo devo ringraziare Graziano Bianchi, una guida di Erba. Un giorno mi vide arrampicare sulla Grigna e mi propose di seguirlo in Perù. Era il 1974

Enrico Casale

e insieme affrontammo il Puscanturpa. L'anno successivo incontrai Renato Casarotto, uno dei più forti scalatori del tempo. Mi lanciò l'idea di partecipare a una spedizione sull'Huandoy, in Bolivia. La parete era complessa, ma quella fu una grande scalata.

Allora arrampicare per lei non era ancora una professione...

No, era una passione. Nel 1974 ero anche diventato guida alpina, anche se poi quello di guida non è mai stato il mio mestiere. Per mantenermi ho fatto mille lavori: nell'edilizia, nella chimica, ho fatto anche l'allevatore. Lavoravo e cercavo di ritagliarmi spazi per riuscire ad arrampicare. Per fortuna i miei datori di lavoro mi hanno sempre capito e mi hanno aiutato.

Quando la svolta professionale?

La vera svolta della mia vita avvenne nel 1981. In quell'anno decisi di partecipare a una spedizione organizzata da Francesco Salton sul K2. Organizzare una spedizione di quel tipo non era semplice. Sul versante cinese non erano mai stati dati permessi a spedizioni occidentali. Ma in quello stesso anno incontrai Ardito Desio, professore di Geologia, organizzatore di spedizioni alpinistiche tra le quali quella italiana che conquistò il K2 nel 1954. Era già anziano, ma era attivissimo e aveva una rete di relazioni estesa e di alto livello. Desio mi raccontò che poco tempo prima era stato al congresso mondiale di Geologia a Pechino e, in quell'occasione, aveva conosciuto Deng Xiao Ping. E poi aggiunse: «Per ottenere i permessi posso parlare io con Deng. Lui potrebbe aiutarvi». Gli scrisse una lettera e avviò così una rete di relazioni diplomatiche che ci spalancò le porte. Quella fu una spedizione imponente e per me fu una grande scuola. Imparai come si mettono insieme gli ingredienti di una spedizione: aspirazioni, sogni, ambizioni, progetti, professionalità. È lì che capii che organizzare una spedizione è qualcosa di più che organizzare un'ascensione su una montagna. Devi decidere gli obiettivi, come organizzarti per raggiungerli, come finanziarti e, soprattutto, devi creare una squadra, una delle operazioni più complicate che esistano. Per organizzare quella spedizione impiegai un anno e mezzo. E non mi limitai all'organizzazione, sul K2 arrivai in cima.

Che ricordo ha di Ardito Desio?

Ardito Desio è parte della mia vita. Da lui ho imparato tantissimo: l'approccio scientifico alle problematiche, l'amore per la scienza della terra e per le montagne, il distacco dalle passioni. Io non ero un suo studente né un professore e quindi non avevo con lui un rapporto insegnante-allievo o da collega. Ero un alpinista con una grande passione per la montagna. E lui mi riconosceva proprio questo ruolo. Con Desio è nata così un'amicizia che è andata oltre la collaborazione tecnica.

Fino a quel momento era quindi ancora un alpinista. Quando inizia a organizzare spedizioni?

La mia carriera di organizzatore inizia negli anni Ottanta. E anche in questo caso è legata a un amico: Ryugji Makita, un giapponese che si occupava di import-export di moda tra Giappone e Italia. Era una persona all'avanguardia, già all'inizio degli anni Ottanta parlava di marketing. Un concetto allora poco conosciuto.

Lui, come me, era un appassionato di montagna. Ci siamo conosciuti alla vigilia della partenza per il K2. Quando rientrai a Bergamo, mi contattò. Mi propose di dar vita a un progetto alpinistico-commerciali. È così nacque «Quota Ottomila». In cosa consisteva? Era un'iniziativa articolata che faceva perno su un gruppo di alpinisti. Le loro imprese facevano da traino a un marchio che caratterizzava una serie di prodotti per la montagna. È stato uno dei primi esperimenti di



Agostino Da Polenza,
Responsabile del
Comitato Ev-K2-Cnr



marketing legati alla montagna. Forse il primo. Con «Quota 8000» scalammo G-1 e G-2, Broad Peak, K2, Nanga Parbat.

Il progetto, che durò dal 1985 al 1987, aveva anche un aspetto scientifico con ricerche meteorologiche, geologiche, mediche, unendo così alpinismo, scienza, avventura e marketing. Nel 1987 «Quota 8000» venne ceduto alla Honeywell Bull. Questa società lavorava su un programma di comunicazione motivazionale interna diretta al management. «Quota 8000» venne ribattezzato «Esprit d'équipe». «Esprit d'équipe» aveva uno spirito diverso. Il gruppo di alpinisti rimase lo stesso ed era un gruppo di alto livello, ma aveva come obiettivo quello di scalare le montagne portando in vetta il maggior numero di alpinisti. Il messaggio che la direzione voleva lanciare era: una squadra composta di individui che danno il massimo, insieme può ottenere risultati eccezionali. Rispetto a «Quota 8000» veniva meno l'elemento commerciale, non c'era più un prodotto da promuovere. In quegli anni scalammo Everest, Annapurna, Manaslu, Cho Oyu e Shisha Pagma.

Intanto però stava per prendere forma Ev-K2-Cnr...

Tutto nacque da una telefonata di Ardito Desio in cui mi disse: «Ho appreso che, secondo uno studio recente, il K2 potrebbe essere più alto

dell'Everest. Lei è in grado di organizzare una spedizione sull'Everest e sul K2 per verificare?». Gli risposi di sì. Desio voleva però fare le cose in grande cioè misurare Everest e K2 sia con gli strumenti tradizionali, sia con i nuovi sistemi satellitari. In Italia nel 1987 non c'era nessuno che disponesse di un Gps quindi dovemmo organizzarci per riuscire a procurarcelo. Arrivammo alle falde dell'Everest nella stagione dei monsoni. Avemmo fortuna: trovammo sei giorni di tempo bello e riuscimmo a fare le misurazioni. Poi prendemmo la strumentazione e ci trasferimmo in Pakistan per misurare il K2. Fummo fermati alla dogana dalle forze armate pachistane. Anche in questo caso ci aiutò Desio con le sue conoscenze.

Dalle nostre misurazioni risultava che l'Everest era più alto del K2, come si era sempre saputo. La missione fu una grande esperienza organizzativa anche se la misura non aveva dato il risultato sperato dal professore, in quella occasione prese il via Ev-K2-Cnr. Stavamo aspettando di effettuare le misurazioni e con noi c'era il giornalista Rai, Mino Damato. «Perché - disse - non creare una "tenda" stabile che funzioni come laboratorio permanente nell'Himalaya?». Da questo spunto, nacque la famosa piramide del Cnr che venne presentata nel 1989. All'interno furono installati numerosi macchinari e strumentazioni di laboratorio. Con la nascita del laboratorio-osservatorio piramide, nel 1990 prese il via il Comitato Ev-K2-Cnr.

Il progetto continua tuttora?

Sì, dal 1990 abbiamo continuato a organizzare spedizioni di carattere scientifico in alta quota. Che tipo di ricerca viene effettuata? Beh, la caratteristica dell'alta quota è la carenza di ossigeno. Partendo da questa particolarità si sono sviluppati una serie di studi. In campo medico si è approfondita, per esempio, la validità dei farmaci in condizioni di ipossia, gli effetti dell'ipossia su sonno, cervello e apparato respiratorio. Recentemente poi si stanno effettuando ricerche sul rapporto tra mancanza di ossigeno e insorgenza dei tumori.

Anche gli studi in campo ambientale sono importanti. È in questo ambito che è nato il Progetto Share (Stazioni ad alta quota per la ricerca sull'ambiente), con lo scopo di promuovere osservazioni scientifiche in alta quota, in grado di contribuire alla conoscenza del cambiamento climatico regionale e globale. Obiettivi di Share



sono il miglioramento delle conoscenze scientifiche sulla variabilità del clima e sugli impatti del cambiamento climatico, assicurando la disponibilità di dati a lungo termine e di alta qualità. Per questo obiettivo è stata implementata una rete globale di osservazioni in montagna su composizione atmosferica, meteorologia, glaciologia, idrologia, risorse idriche, biodiversità e salute.

La ricerca in alta quota è un fiore all'occhiello del nostro Paese...

Sì, siamo stati tra i primi a far ricerca in alta quota attrezzandoci di strutture adatte. Tutto il mondo ce lo riconosce. Questa ricerca è importante perché i sistemi montuosi rappresentano il 20% circa delle terre emerse e intorno a essi gravita il sistema naturale del pianeta. Per esempio, non si può studiare l'idrologia di un luogo se non si conosce da quale tipo di ghiacciai quel sistema si forma.

Nell'attività di Ev-K2-Cnr come rientra la componente atletico-alpinistica?

La parte atletico-alpinistica non è più prioritaria, ma è essenziale soprattutto per ciò che concerne il monitoraggio in alta quota. Questa estate, per esempio, abbiamo installato sull'Everest, a 8.000 metri, una stazione meteorologica. Per salire a quelle quote ci siamo avvalsi di alpinisti.

Queste capacità organizzative maturate in un ambiente estremo come quello montano cosa possono insegnare a manager e imprenditori?

In primo luogo, la montagna insegna ad avere un obiettivo e a perseguirlo fino in fondo. Quando vuoi scalare il K2 devi sapere che stai affrontando una sfida che impegnerà mesi perché niente può essere lasciato al caso. Una sfida che dev'essere portata in fondo cioè fino alla vetta, altrimenti hai fallito.

Poi insegna la capacità di assumersi il rischio. La montagna è uno dei luoghi più pericolosi al mondo. Per ridurre il rischio bisogna quindi pianificare ogni più minimo dettaglio. Ciò implica anche la necessità di assumere la responsabilità delle tue decisioni. In un mondo in cui «responsabilità» è una delle parole più bistrattate, la montagna ti riporta alla responsabilità dell'agire e del decidere.

La montagna insegna anche a gestire gli uo-



Sopra, la piramide del Cnr attrezzata a laboratorio scientifico. Sotto, Agostino Da Polenza

mini. Le spedizioni sono gruppi di persone che si conoscono, si rispettano e mettono in gioco le proprie capacità. È dal compendio di queste qualità personali e umane che nasce il risultato. Per questi motivi bisogna avere un grande rispetto per la persona, una grande capacità di ascolto e comprensione. E non sempre è facile perché gli alpinisti parlano poco, sono individualisti e tirarne fuori il meglio non è semplice. —



Il marketing al Banco Desio

L'attività commerciale ha una storia recente ma è ora strategica per le aziende di credito. Ne parliamo con Mauro Re, in Banco Desio responsabile di questo importante settore

Per molto tempo le banche hanno avuto scarsa dimestichezza con il marketing e le attività commerciali in senso lato. Una situazione di mercato caratterizzata da una limitata concorrenza, stretti controlli e vincoli alla possibilità di espandere o diversificare la propria rete distributiva, prodotti e servizi poco differenziati per una clientela grossolanamente segmentata in termini di esigenze ed aspettative. Questo, in sintesi, il quadro che ha caratterizzato, per molti anni, il sistema bancario.

In seguito, inizialmente con un semplice utilizzo della sola attività pubblicitaria, poi complici la crescente competizione e le mutate condizioni del mercato, l'intero processo di marketing è entrato stabilmente nella struttura organizzativa



Mauro Re, responsabile dell'Area Commerciale del Banco Desio

degli Istituti di credito. Ne parliamo con Mauro Re. Quarantenne anni, sposato con una figlia, dopo esperienze di filiale in vari istituti di credito ha raggiunto il Banco Desio e dall'aprile 2010 è il responsabile dell'Area Commerciale.

Quando - nella sua esperienza - si realizza questo cambiamento e le banche scoprono il marketing?

Direi verso i primi anni '80 - ci risponde Mauro Re - soprattutto nelle banche più grandi che si muovono per prime. In seguito con la liberalizzazione degli sportelli - dieci anni dopo - il cambiamento si allarga a tutto il sistema. Analisi delle esigenze, studi di prodotto, politiche di prezzo, strategie di vendita, campagne pubblicitarie sono attività ormai presenti nella prassi quotidiana di una qualsiasi banca italiana. Anche se il divario nell'utilizzo di molti strumenti di marketing rispetto alle aziende di prodotti di consumo e della grande distribuzione è, in alcuni casi, ancora ampio.

E al Banco di Desio qual è stato lo sviluppo delle attività commerciali e di marketing?

Al Banco l'Area Commerciale ha seguito un percorso evolutivo che ha visto nel tempo coagulare intorno a sé alcune funzioni prima disperse all'interno della banca. Attualmente credo che i nostri punti di forza siano: attenzione ai segnali provenienti dalla rete delle filiali in termini di esigenze espresse dalla clientela, analisi e studio di fattibilità, rapidità e velocità di realizzazione. Oggi l'Area - che risponde direttamente alla Direzione Commerciale - è composta da diciassette persone, suddivise in tre uffici (Marketing e relazioni esterne, Analisi prodotti e servizi, Condizioni e supporto reti).

All'ufficio Marketing e relazioni esterne è demandato il presidio di tre diverse aree di attività. La prima (Sviluppo prodotti) ha l'obiettivo di identificare le opportunità di sviluppo di nuovi prodotti rispetto alle esigenze espresse dalla nostra clientela, da tendenze del mercato, o dalle strategie aziendali. Questo può avvenire procedendo direttamente alla "costruzione" al nostro interno o stringendo accordi con partner commerciali esterni. Nel tempo, infatti, l'offerta di prodotti e servizi di Banco Desio si è evoluta sia lungo il solco dei prodotti bancari tradizionali (conti corrente, mutui, depositi bancari,..) sia attraverso quei servizi che consentono al cliente di risolvere esigenze assicurative, finanziarie o di pagamento.

Nello sviluppare un determinato prodotto avete una sorta di guide line, seguite cioè un percorso preciso?

Certamente, esistono procedure ormai consolidate che seguiamo tenendo però sempre fede al principio cardine che da oltre un secolo è alla base dell'offerta dell'Istituto: prodotti tradizionali con caratteristiche chiare e semplici che possano effettivamente risolvere esigenze espresse da una clientela tipicamente rappresentata da famiglie, professionisti, piccole e medie imprese.

I colleghi che operano nel settore Pubblicità e promotion si occupano, poi, di predisporre il materiale e le iniziative volte a promuovere i prodotti ed i servizi distribuiti. Ma non solo, sempre a loro è demandato anche il compito di diffondere il marchio del Gruppo Banco Desio e delle sue società.

In analogia con lo sviluppo dei prodotti anche le attività pubblicitarie si svolgono in accordo con i valori tipici dell'Istituto che possono essere riassunti nel concetto di "Uguale, ma diversa" che da diversi anni oramai è legato a Banco Desio. Uguale, dal 1909. Dalla fondazione del Banco non siamo cambiati in termini di cura dedicata al cliente, di attenzione alle sue esigenze, privilegiando da sempre un rapporto diretto e personale. Diversa, perché il modello di servizio che possiamo offrire è oggi in grado di rispondere a tutte le esigenze di natura bancaria, assicurativa, previdenziale e di investimento della nostra clientela senza mai trascurare il concetto di servizio su misura.

Sono questi i valori alla base, per esempio, della campagna pubblicitaria lanciata in occasione delle celebrazioni del Centenario dell'Istituto del 2009 e, più in particolare, di ogni iniziativa promozionale. Tra queste devono essere ricordate le numerose attività di sponsorizzazione e sostegno (lo scorso anno più di 300) realizzate dall'Istituto nei confronti di associazioni, iniziative sociali, culturali e sportive tutte a carattere locale, le uniche in grado di esprimere concretamente il valore del sostegno al territorio da sempre tipico di Banco Desio.

Mi accennava prima che lo sportello bancario non rappresenta più il solo canale distributivo per una azienda di credito.

Certo. Tradizione e territorio anche in campo pubblicitario non impediscono naturalmente



l'utilizzo di canali di comunicazione evoluti. In questa linea si colloca la gestione dei siti Internet delle banche del Gruppo di cui l'ufficio Marketing segue l'aggiornamento dei contenuti informativi e pubblicitari. Da qualche anno è inoltre presente in tutte le filiali del Gruppo un nuovo sistema di comunicazione dinamica denominato "Vetrina". Si tratta di schermi che diffondono alla clientela informazioni di varia natura quali news, notizie finanziarie, quotazioni azionarie, meteo, accanto ad informazioni provenienti dalla propria banca a carattere generale o pubblicitario.

Per quanto concerne l'analisi della clientela e quindi delle sue esigenze, utilizzate diagnostici e strumenti specifici?

Si, sempre nell'ambito dell'ufficio Marketing, è stata creata negli ultimi anni una specifica unità operativa (Marketing strategico) che svolge questa attività anche attraverso l'ausilio di alcune procedure informatiche quali il sistema di geomarketing ed il CRM. Quest'ultimo, in particolare, ha fornito un importante contributo per lo sviluppo della conoscenza dei comportamenti della nostra clientela e, in particolare, delle modalità di utilizzo dei servizi attivati con le filiali del Gruppo. Questo ci consente spesso di anticipare talune richieste da parte dei nostri clienti o di reindirizzare al meglio i nostri servizi sulla base di quello che l'analisi comportamentale della clientela fa emergere.

Sempre alla sua area fa capo anche l'attività di definizione e presidio del "costo" dei servizi che vendete...

Si, certo. Tassi, commissioni e spese rappresentano le cosiddette "condizioni" di un prodotto bancario. Potremmo dire il "prezzo" di vendita a cui lo proponiamo. Una loro definizione e gestione ottimali rappresentano quindi processi importanti che obbligano ad un presidio attento, puntuale e ben organizzato. A questo presidio sono vocati gli altri due uffici che

compongono la mia area. Al primo (Analisi prodotti e servizi) è demandato il compito di esaminare tutte le componenti di costo e ricavo delle condizioni per individuare un adeguato prezzo. Nel concreto, parliamo di un insieme di oltre 600 parametri - tassi, spese, commissioni, valute, ecc. - utilizzati per gestire tutti i servizi e i prodotti. Sempre a questo ufficio è affidato il compito di analizzare e tradurre nella pratica le disposizioni normative che hanno impatto sull'attività della banca; basti pensare al tema della cosiddetta "trasparenza" o di altre innovazioni normative e procedurali che sono oggetto di sostanziali modifiche e continue evoluzioni.

L'ufficio Condizioni e supporto Reti fornisce, infine, un prezioso supporto operativo alla rete distributiva nella gestione delle condizioni e ne rappresenta l'interfaccia nei confronti della Direzione. A questo ufficio è infatti demandata la delicata attività di valutazione e autorizzazione delle condizioni economiche da applicare alla clientela. In particolare, l'esame delle proposte di modifica che pervengono dalle Filiali e l'acquisizione delle autorizzazioni da parte degli organi competenti per la conseguente delibera. Ed è di tutta evidenza quanto il loro lavoro di presidio giochi un ruolo importante nel concorrere al risultato economico della nostra azienda.

I.b.n.



foto E. CORTI

“Corvetto” è uno dei toponimi più noti di Milano. Nei volantini d’annonci immobiliari che troviamo quasi ad ogni angolo della città esso vale ad indicare la zona a sud-est del centro, oggi serviti dalla Linea 3 della metropolitana. Questa parte di Milano nell’800 era collegata in linea retta alla Cinta dei Bastioni da Corso Lodi, il cui percorso segue una delle maggiori rogge milanesi, il Redefossi, in cui si raccolgono le acque del Naviglio Martesana, alimentato dall’Adda.

Al di là di piazzale Corvetto, sin quasi agli anni ’70 del 900 cominciava la *Bassa Milanese*: una zona ricca di nebbie, di rogge, di marcite, di vacche e di risaie. Era stata colonizzata e resa fertile dal tardo Medioevo dai Cistercensi (abbazia di Chiaravalle) e dagli Umiliati (abbazie di Viboldone e Mirasole).

L’alta redditività delle aree agricole vi si accompagnava alla decisa insalubrità dell’aria, denunciata già nel ’700 dall’abate Parini; ciò rappresentava un freno potente rispetto allo sviluppo di tipo residenziale, nonostante fossimo a pochi km dal centro. La situazione si modificò solo con l’arrivo dei primi insediamenti industriali. Nel 1885 s’insediò in via Rogoredo, nel tratto iniziale della Via Emilia, all’incrocio del Redefossi con la linea ferroviaria per Piacenza, il nuovo moderno stabilimento della *Ferriere Lurani*, poi passate di mano per diventare le *Acciaierie Redaelli & Bolis*.

La città in espansione aveva fame di ghisa (impiegata per lampioni, recinzioni, pilastri di sostegno e fontanelle) e di acciaio per le rotaie delle tramvie; l’acqua del Redefossi bastava ai moderni altiforni Martin-Siemens: una tecnologia diffusa dopo il 1870 che consentiva il “ciclo continuo” nella produzione d’acciaio e l’impiego di rottami di ferro, con risparmio di carbone. Dopo l’apertura del Gottardo, 1882, il combustibile poteva giungere con regolarità a Milano dal Nord Europa, e non più solamente dal porto di Genova, che per decenni ne aveva profittato a scapito degli interessi milanesi.

Dai primi del ’900 si cominciò ad utilizzare il cemento armato, e i palazzi furono dotati di ascensori; così il polo siderurgico di Rogoredo (oltre al “colosso” Redaelli, la fonderia *Vanzetti Sagramoso*) poté evitare di porsi in concorrenza con le altre grandi aziende siderurgico-meccaniche insediatesi nella zona a nord di Milano: il

Dietro il Corvetto



La storia della zona di Milano dove un secolo fa cominciava la “Bassa” e dove avrebbe dovuto essere realizzato il porto d’arrivo del canale Milano-Cremona-Po



tondino in ferro, i laminati, il filo d'acciaio pure essendo assimilabili a dei semi-lavorati, venivano assorbiti dal settore edile senza quasi bisogno d'ulteriori passaggi produttivi: ciò comportava l'abbattimento dei costi di trasporto e magazzino, e quindi - grazie ai notevoli volumi produttivi - prezzi più convenienti rispetto a quelli delle acciaierie sviluppatesi (non senza l'apporto decisivo della "mano pubblica") lungo le coste liguri e tirreniche.

Il Porto di Mare

Intorno alla metà del '900 la zona del Corvetto si caratterizzava per una serie di insediamenti industriali di ragguardevoli dimensioni oggi praticamente scomparsi; tra i più noti, la succursale della Pirelli alle spalle di via Sulmona e gli stabilimenti della Montecatini, i cui residui di lavorazione rappresentano oggi uno dei problemi del nuovo quartiere *Montecity-Santa Giulia*.

Fin dal 1897 la Redaelli aveva favorito l'insediamento dei propri operai pianificando la realizzazione di alcuni caseggiati, cui s'aggiunsero alcuni villini per i dirigenti; alla fine degli anni '20 il noto architetto Giovanni Broglio realizzò il quartiere *Regina Elena*, ottomila vani in ca-

La nuova filiale milanese del Banco Desio è in via Gian Battista Cassinis 15

seggiati popolari destinati agli operai; per altri interventi analoghi si dovette attendere i piani di edilizia residenziale pubblica del Dopoguerra: il quartiere Gabrio Rosa venne iniziato nel 1948.

I nuovi quartieri sorsero relativamente tardi perché bisognava tener conto degli sviluppi auspicati per quella ch'è definita oggi la grande *incompiuta* tra le opere pubbliche milanesi: un'area portuale moderna, fruibile quale punto d'arrivo del canale Milano-Cremona-Po.

La prima proposta organica per il nuovo porto di Milano venne avanzata nel 1900 da alcuni tecnici del Genio Civile. Davanti all'obiezione principale, cioè la portata discontinua dei corsi d'acqua nel territorio cittadino, essi osservavano che i recenti, notevoli progressi tecnici nel campo delle pompe idrauliche avrebbe consentito d'incanalare verso Nosedo e Rogoredo anche le acque delle falde poco profonde che alimentavano le risorgive e i fontanili a sud della città. Il nuovo porto avrebbe in gran parte sostituito l'antica Darsena fuori P.ta Ticinese, punto d'arrivo dei due Navigli (Grande e Pavese): da secoli era il punto d'arrivo di materiali da costruzione,



ma era ormai troppo centrale: per raggiungere i nuovi quartieri la sabbia e i mattoni scaricati in Darsena dovevano essere ri-caricati e trasportati su carri, anche per diversi km.

Il progetto definitivo venne licenziato dall'Ufficio Tecnico municipale alla fine del 1917; data la difficile situazione economica, solo nel 1919-21 si diede mano ai lavori di sbancamento, ma più per dare un lavoro ai reduci rimasti disoccupati che per vera convinzione nel futuro economico dell'opera: cominciava a prospettarsi lo sviluppo del trasporto su gomma. I camion erano versatili quanto i carri, ma molto più potenti. Durante il Ventennio fascista da un lato vennero realizzate le prime autostrade, dall'altro il progetto del Porto di Milano venne parzialmente integrato con quello dell'Idroscalo, ma anche (almeno sulla carta) con il sistema dei Navigli: un'idea balzana, che finì per affossarlo.

Alla fine degli anni '30 il responsabile dell'ufficio Tecnico, ing. Giuseppe Baselli, si



dimostrò particolarmente sensibile alle esigenze degli imprenditori edili e convinse nel 1941 l'amministrazione a modificare notevolmente il progetto del 1917: il porto "commerciale" sarebbe rimasto alle spalle del Corvetto, mentre per quello "industriale" venne indicato un nuovo

tracciato più a sud, che non avrebbe dato fastidio alle nuove lottizzazioni. In compenso, per assicurare all'opera abbastanza acqua, si prevedevano opere notevoli e costose: oltre allo scavo d'un nuovo canale di raccordo molto più lungo (alimentato dal Ticino), si poneva il problema del superamento dei circa 20 metri di dislivello tra il Naviglio Grande e Rogoredo, da risolvere mediante tre nuove conche; infine si sarebbe reso necessario costruire due nuove darsene in corrispondenza degli antichi navigli, per consentire il trasbordo di merci tra i battelli più piccoli e quelli maggiori.

Il PRG approvato dal Comune nel 1953, quando il problema più importante appariva quello della fame di nuove case, recepì senza alcuna modifica il piano Baselli, nonostante gli alti costi, forse giustificabili all'epoca dalla "grandeur" fascista; tutti avevano ben chiaro il fatto che non c'erano soldi per portare avanti un progetto che, nonostante le buone intenzioni di molti (buoni ultimi i progettisti dell'Expo 2015) in sessant'anni ha camminato col passo del gambero. Oggi Porto di Mare è il nome d'una fermata della metropolitana, mentre Piazzale Corvetto ormai da molti anni ha "pagato" la sua funzione di nodo viario subendo lo "sfregio" del viadotto di raccordo con l'Autostrada del Sole.

f.r.



foto E. CORTI

Propaganda alla romana



Nella zona di Piazza di Spagna, a Roma, è situato l'edificio che dalla metà del XVII secolo è sede della Congregazione "De Propaganda Fide" e del "Collegio Urbano"

Chi si muove dalla fontana della Barcaccia verso il lato orientale di Piazza di Spagna, è costretto a scegliere tra due brevi vie, le quali delimitano un isolato trapezoidale, sede dalla metà del XVII secolo sia della *Congregazione* (= ministero) della Chiesa Cattolica detta "De Propaganda Fide", sia del *Collegio* (= seminario) detto "Urbano" in onore di Urbano VIII Barberini.

Scopo della prima istituzione, nata nel 1622 per decisione di Gregorio XV, era quello d'esercitare un controllo più diretto (e sistematico) della Santa Sede nei confronti: a) delle attività

"missionarie" poste in atto nei Paesi protestanti, ortodossi ed extraeuropei da parte di alcuni grandi ordini religiosi (in particolare, i Gesuiti e i Francescani- Cappuccini); b) delle iniziative pastorali (e di "proselitismo") poste in atto dai vescovi e dal clero delle diocesi dove il potere "spirituale" rivendicato dalla Chiesa era tutt'altro che consolidato, ma doveva costantemente confrontarsi con l'autorità politica e/o religiosa.

Il Collegio, nelle intenzioni dei promotori (in particolare il lucchese Giovanni Leonardi e lo spagnolo Giovanni Vivès), avrebbe dovuto provvedere a formare (dal punto di vista della teologia e dell'ideologia) giovani prelati d'origine straniera poi destinati, al ritorno nei loro paesi, ad occupare posti di primo piano nella gerarchia ecclesiastica, nonché a fornire alla Congregazione notizie dirette, non filtrate dal clero locale o dai missionari legati agli ordini religiosi.

Francesco Ronchi



Questi obiettivi non vennero raggiunti: le entrate del Collegio dipendevano in parte dal reddito derivato dall'affitto delle botteghe ricavate al piano terreno dell'ala orientale del palazzo di Propaganda, quella su via Due Macelli (1639-45, architetto Gaspare De Vecchi) ma soprattutto dalle borse di studio offerte da alcuni cardinali della Congregazione, tra cui i Barberini e gli Altieri; esso non poteva ospitare più d'una trentina di convittori, provenienti da un bacino geografico vastissimo.

Ancor più decisivo fu l'atteggiamento dei sunnominati ordini religiosi: Propaganda Fide era considerata utile per dirimere alcune delicate questioni interne, trattandosi d'una autorità esterna e suprema ("Roma ha parlato") rispetto alle gerarchie interne; tuttavia nella maggior parte dei casi, e specialmente nei rapporti con le autorità locali, quelle della Congregazione romana erano viste come vere e proprie intro-

missioni. Non a caso a volerne la costituzione erano stati sia i Carmelitani scalzi, un ordine più portato all'esaltazione mistica della "Fede" che attento ai delicati aspetti pratici dell'attività di proselitismo religioso. Né i gesuiti né i francescani avevano rinunciato, dopo la nascita del Collegio, all'attività di formazione dei "propri" missionari, con risultati senza dubbio più significativi dal punto di vista dell'incidenza della Chiesa in campo internazionale.

La Congregazione nel corso del XVIII secolo andò consolidando il proprio ruolo nella Chiesa, tanto che il cardinale reggente era soprannominato, per la sua influenza, "il papa rosso", con una sottintesa contrapposizione al "papa nero", cioè il Generale dei Gesuiti. Invece il Collegio perse man mano d'influenza, nonostante i meriti culturali acquisiti con la traduzione in molte lingue di testi sacri e messali (parte dei quali vennero stampati direttamente nella sede romana). È significativa la testimonianza di Goethe (gennaio 1787): durante il suo soggiorno romano il poeta tedesco fu invitato al famoso saggio organizzato dal Collegio dal 1633 ogni anno in occasione dell'Epifania, la festa della prima manifestazione di Gesù ai non-ebrei, i Magi. Goethe, che non era cattolico, fu colpito dal fatto che la lettura di brevi componimenti di carattere religioso in lingue a volte astruse, come il ruteno o l'etiope, fosse eseguita senza alcuna preparazione culturale da parte del pubblico, dove pure erano presenti personalità influenti nel governo della Chiesa: ("L'uditorio rideva all'ascoltare le strane vociferazioni, e così anche quella rassegna finì in farsa").

Bernini e Borromini

Nel descrivere l'effetto che provava davanti alle opere dei due massimi esponenti del Barocco romano, Gian Lorenzo Bernini e Francesco Borromini, lo scrittore Guido Piovene osservava che "In un tempo nel quale prendevano



Foto F. BIGANZOLI

La nuova filiale romana di Banco Desio Lazio è in via di Propaganda 6



un mercato settimanale “come quello di piazza Navona”: desiderio, quest’ultimo, rimasto per decenni lettera morta.

Il card. Antonio Barberini commissionò nel 1634 al Bernini un Oratorio sulla Via di Propaganda, alle spalle del palazzo Ferratini; venne dedicato ai SS Re Magi, rappresentati nella pala dell’altare di Giacinto Gimignani. Il quadro mantenne la sua collocazione anche quando, nel 1647, la Congregazione decise d’ampliare la chiesa e ne affidò la realizzazione al Borromini, architetto di fiducia di Innocenzo X, nominato nel settembre 1644. Pochi giorni prima Bernini aveva concluso i lavori di rifacimento della facciata del palazzo di Propaganda, resi necessari

tanto respiro le scienze naturali e fisiche, il barocco fu come una traduzione nell’arte dello slancio che portava l’uomo a conoscere la natura, sperimentarla, interpretarla, viaggiarla, per poi meravigliarsi delle proprie scoperte. È il grande prologo fantastico alla civiltà scientifica ed ai tempi moderni”.

Entrambi gli architetti lavorarono al grande complesso edilizio, tuttavia con esiti non brillanti. Ciò in primo luogo a causa del fatto ch’essi avevano dovuto tener conto dell’esistente. Verso il 1570 in una zona all’epoca periferica, destinata però ad una rapida valorizzazione dopo il restauro dell’antico acquedotto detto dell’*Acqua Vergine*, sorse un palazzo nobiliare, voluto all’incrocio delle due vie da Bartolomeo Ferratini, alto funzionario della curia pontificia.

Agli inizi del ‘600 ospitò l’ambasciatore di Ferrara, poi fu affittato a un “cardinal nipote” di Clemente VIII. Nel 1613 i Ferratini iniziarono lunghe trattative con mons. Vivès, valenziano, il quale intendeva acquisire lo stabile per destinarlo alla formazione di nuovi missionari. L’acquisizione andò in porto nel 1622, contestualmente alla nascita della Congregazione; ma fu necessario un intervento deciso del nuovo papa Urbano VIII (1625) per far riconoscere l’effettiva proprietà dell’edificio al Vivès, entrato in causa con i marchesi Ruspoli.

L’anno seguente lo spagnolo confermò la donazione in vita dei suoi beni al Collegio, e si fece portavoce d’una petizione degli abitanti della piazza perché il governo pontificio la ripulisse, vi realizzasse una fontana e vi aprisse



dalle precarie condizioni statiche dell’angolo sul lato sinistro. L’avvio dei lavori di definitiva demolizione delle “cassette” che ancora si trovavano nell’isolato di Propaganda Fide venne intrapreso dal 1654, sempre sotto la direzione di Borromini, il quale lavorò per molti anni al cantiere, sino alla morte (1667) senza richiedere compensi. I lavori s’erano interrotti alla morte del pontefice, ma il successore, Alessandro VII Chigi, in carica dall’aprile 1655, aveva sollecitato la costruzione delle nuove ali, anch’esse dotate di botteghe affittate al piano terreno. ■

museo dei campionissimi

"In attesa degli altri corridori, trasmettiamo musica da ballo"

Se passando per Novi Ligure, nell'Alessandrino, vi capitasse di transitare davanti al museo dei campionissimi, non esitate a dedicarvi una visita, anzi una doverosa visita, in quanto esso, inaugurato nel 2003, è dedicato a due fuoriclasse del mondo del ciclismo di origine novese, Costante Girardengo e Fausto Coppi (quest'ultimo nato però a Castellania, una ventina di chilometri più ad est, verso il Tortonese), che meritano il ricordo di tutti, sportivi e non sportivi.

Dato lo spessore dei due campioni, del tutto logico è che i 3000 metri quadri del museo si rivelino una vera e propria storia della bicicletta e del ciclismo agonistico della prima metà del ventesimo secolo: Costante Girardengo, nato nel

1893, è stato infatti un superbo professionista delle due ruote dal 1912 al 1936, mentre Fausto Coppi, di una generazione successiva, fu il campionissimo, per soprannome e per definizione, dal 1939 al 1959.

Di Costante Girardengo, nato a Novi nel 1893, incominciamo a ricordare che ha vinto due volte il Giro d'Italia, sei volte la Milano-Sanremo, tre volte il Giro di Lombardia e che si è aggiudicato ben nove campionati italiani su strada, un autentico record questo, in un periodo storico in cui la rete stradale italiana era quello che era e ciononostante si organizzavano competizioni oggi impensabili, come quella granfondo Roma-Napoli-Roma, di 610 chilometri, da lui vinta nel 1912, o come la tappa più lunga mai disputata

Le imprese di Fausto Coppi e di Costante Girardengo, i due ciclisti originari di Novi Ligure cui la città ha dedicato il museo dei campionissimi

Alessandra Monguzzi

Nuove Filiali

al Giro d'Italia, la Lucca-Roma di 430 km, del 1914.

Superato il periodo della Grande Guerra, Girardengo ricominciò subito a correre e naturalmente a imporsi: fu secondo nella Milano Sanremo del 1917, e primo nel '18, e così nel '21, nel '23, nel '25, '26 e '28 per un totale di sei successi, record battuto cinquanta anni dopo solamente da Eddy Merckx, un altro che con i pedali non scherzava.

Due le sue vittorie al Giro d'Italia, nel 1919, quando conservò la maglia rosa dalla prima all'ultima tappa, vincendone sette, e nel 1923. Negli stessi anni si impose anche tre volte in un'altra "classica" del ciclismo italiano, il Giro di Lombardia, che vinse nel 1919, 1921 e 1922.

Nonostante i nove campionati italiani conquistati, non riuscì mai ad imporsi all'estero: al Tour de France del 1914 si ritirò alla quinta tappa, e non partì nell'edizione del 1919. Quanto ai Campionati mondiali, fu secondo alle spalle di un altro nume emergente del ciclismo italiano, Binda, nella prima edizione tenutasi al Nuerburgring nel 1927, e si ritirò nell'edizione dell'anno successivo, disputata a Budapest. Sotto l'incalzare dei più giovani, lasciò le competizioni nel 1936, dopo aver vinto 94 corse su strada e 165 su pista, ma non abbandonò il mondo del ciclismo: nominato commissario tecnico della nazionale di ciclismo, guidò Bartali al successo nel Tour de France del 1938.



Girardengo si è spento nel febbraio del 1978, sopravvivendo così ben 18 anni a Fausto Coppi, molto più giovane d'età (era del 1919, mentre Girardengo era del 1893) ma purtroppo nel 1960 colpito da una malattia che lo stroncò: gli attacchi febbrili della malaria contratta durante una manifestazione ciclistica in Burkina Faso vennero curati come se fossero provocati da una grave forma d'influenza.



Foto E. CORTI

Se questa fu la sua fine, parliamo ora dei suoi inizi nel mondo del ciclismo, ricordando che colui che doveva diventare uno dei più popolari atleti italiani incominciò a gareggiare fra il 1937 e il 1939, mostrando subito le sue potenzialità visto che nel 1940 diventò professionista e si iscrisse al Giro d'Italia con la squadra di cui era capitano Gino Bartali. Una caduta esclude però il caposquadra dalle possibilità di vittoria finale, e ciò consentì a Fausto di scatenarsi: nella tappa Firenze-Modena si lanciò in una fuga incredibile che gli valse il primato in classifica e la maglia rosa, che portò trionfalmente fino a Milano, diventando così il più giovane corridore - aveva solo vent'anni - capace di vincere il Giro.

Dopo la seconda guerra mondiale, ne conquistò altri quattro, nel '47, '49, '52 e '53, a cui aggiunse un incredibile numero di trionfi, quali due Tour de France nel 1949 e nel 1952, cinque Giri di Lombardia (1946, 1947, 1948, 1949 e 1954), tre Milano-Sanremo (1946, 1948 e 1949), la Parigi-



La filiale del Banco Desio a Novi Ligure è in via Girardengo 107, ang. Corso Marengo

Roubaix e la Freccia Vallone nel 1950. In più, si impose come Campione del mondo nel 1953.

Fausto del resto era un corridore completo, capace di vincere su strada come su pista: non a caso fu anche Campione del mondo d'inseguimento nel '47 e nel '49, e primatista dell'ora (45,798 km) dal 1942 al 1956.

Detto molto sommariamente dei suoi successi, vediamo ora alcune voci della sua leggenda. Partendo da quella Milano Sanremo del 1946 dove, visto che al Passo del Turchino il campione aveva quasi un quarto d'ora di vantaggio sul secondo, il radiocronista - Nicolò Carosio - poté annunciare "Primo Fausto Coppi. In attesa degli altri corridori, trasmettiamo musica da ballo". Tre anni dopo, fu un altro radiocronista a pronunciare una frase ("Un uomo solo è al comando; la sua maglia è bianco-celeste; il suo nome è Fausto Coppi") che sarebbe entrata nella storia. Nel 1950, poi, alla Parigi-Roubaix vinta dal campionissimo, il secondo classificato Maurice Diot

all'arrivo esultò come se avesse vinto, "perché Coppi era fuori concorso". E oltremodo leggendaria fu la sua rivalità con Gino Bartali, rivalità che divise gli sportivi italiani in due parti: da un lato i sostenitori del piemontese, dall'altro quelli del "toscanaccio".

Già ricordata l'occasione della sua scomparsa avvenuta nel gennaio del 1960, è appena il caso di citare che le cronache rosa dell'epoca si nutrono a lungo dell'amore del campione per una donna sposata, conosciuta durante una gara e soprannominata da un giornalista francese "la Dama Bianca", per il colore del montgomery che indossava. A più di cinquant'anni dalla morte, Fausto Coppi rimane sempre un mito del ciclismo e un amatissimo protagonista della storia sportiva d'Italia.

Uscendo dal museo dei campionissimi, non dimenticate che Novi Ligure offre altri spunti per una visita. La città infatti nel XVII e XVIII secolo fu un rinomato centro di villeggiatura delle ricche famiglie genovesi, come dimostrano i numerosi palazzi nobiliari che si raccolgono nel centro storico della città, e le ville e le tenute del suo circondario. Fra i primi, ricordiamo Palazzo Negroni con le sue due meridiane, una della quali basata sul calendario rivoluzionario francese, e fra le seconde la tenuta La Marchesa, una villa di campagna della seconda metà del XVIII secolo oggi monumento nazionale.

Da non trascurare infine la pieve di Santa Maria, che risale al XII secolo e che conserva al suo interno un affresco dipinto da Manfredino Boxilio e datato 1474, e la chiesa di Santa Maria Maddalena, nel cui oratorio si conserva un imponente Calvario composto da 21 statue lignee e da due cavalli a grandezza naturale, opera di intagliatore ignoto, e un Compianto sul Cristo costituito da 8 figure in terracotta, tutte opere della seconda metà del Cinquecento. ■





**Il Bacco
di Caravaggio**
(1593-94 - Olio su tela,
Museo degli Uffizi,
Firenze)

Piccola storia del vino

È dall'Età del bronzo che per l'uomo questa bevanda significa soprattutto gioia di vivere, e oggi in Italia non solo è un'importante risorsa del settore agricolo ma è anche alla base di un business che spazia dal turismo alle nuove professioni, dall'editoria alle fiere di settore

La storia del vino si perde nella notte dei tempi: il vocabolo trae la propria origine dalla parola sanscrita "vena" la cui radice (ven = amare) è la medesima della parola Venere. È quindi immediato abbinare questa bevanda alla gioia di vivere, all'inebriarsi, al facilitare il rapporto con gli altri ma anche a fare sì che l'uomo prenda contatto con le divinità o con il soprannaturale.

Infatti mentre il significato pagano del vino è quello di un balsamo che rallegra l'anima e mette in contatto l'uomo con gli dei, nella religione cristiana il vino rappresenta il sangue di Cristo ed è parte integrante del rito della Messa.

La Bibbia (Genesi) testimonia l'esistenza della vite grazie a Noè che appena sceso dall'arca pianta una vite e si ubriaca con il vino che ottiene da questo rampicante. Il vino rientra anche in numerosissimi luoghi letterari dell'antichità per celebrare momenti di socialità.

Uno su tutti Platone con il dialogo sui caratteri e l'essenza dell'eros *Il simposio* dove il vino diviene luogo d'incontro (simposio infatti è il bere insieme – sun poter).

Il vino o una bevanda molto simile viene prodotto sin dall'età del bronzo, e tracce della vitis vinifera si ritrovano per la prima volta nella storia del nostro pianeta quale pianta rampicante spontanea nelle foreste del Medio Oriente circa 300.000 anni fa.

La selezione delle viti, dei loro grappoli e del delizioso succo estratto dagli acini inizia però "solo" nell'8000 avanti Cristo nelle terre tra l'Asia Minore e la Transcaucasia (soprattutto nella zona dell'attuale Georgia dove ancora oggi come allora resiste la tradizione di inserire il mosto in anfore di terracotta seppellite interamente nel terreno).

Analogamente a quanto avvenuto per un altro prodotto alimentare importantissimo per l'intera umanità quale il pane, anche la scoperta del vino probabilmente si deve ad una distrazione.

Presumibilmente del succo di uva contenuto in un otre di pelle e dimenticato al sole, complice l'elevata temperatura esterna, aveva subito una magica quanto positiva trasformazione. Il gusto di questa bevanda fermentata naturalmente era buono e gli effetti decisamente allegri.

L'Italia da sempre è una delle culle del vino tanto che nell'antichità la nostra penisola veniva chiamata Enotria. Nei pressi di Sibari in Calabria venne costruito un enodotto di argilla per convogliare il vino verso il porto per un successivo imbarco. Analogamente anche Ostia divenne un imbarco importantissimo per l'esportazione del vino.

Certo il vino di questo periodo poco o nulla ha a che spartire con la bevanda che attualmente ritroviamo sulle nostre tavole e che nella seconda

metà del XIX secolo ha rischiato di scomparire per sempre a causa di un afide pericolosissimo sbarcato dalle navi in arrivo dal nuovo continente: la fillossera, unitamente a viti locali quali l'uva fragola.

Le viti europee per oltre cinquanta anni verranno divorate da questo micidiale parassita mettendo in ginocchio molti vignaioli che spesso saranno costretti per sopravvivere ad abbandonare la viticoltura a favore di colture più redditizie.

La soluzione avviene nel 1910 ad opera di un francese che pensò a ragione di innestare le viti locali su ceppi di vite statunitense immuni dall'attacco della fillossera.

Questo rimedio da una parte ha salvato la viticoltura europea, dall'altro visto il tipo di soluzione ha fatto sì che moltissime varietà locali di uva siano però scomparse per sempre dal nostro continente.

La prima comparsa della fillossera in Italia apparve in Lombardia a Valmadrera nel 1879. Nonostante ciò questa regione attualmente vanta un'offerta più che eterogenea tutelata da:

- 5 DOCG (Franciacorta, Oltrepo Metodo Classico, Moscato di Scanzo, Sforzato Di Valtellina, Valtellina Superiore);
- 23 DOC;
- 15 IGT.

Tra i vari primati lombardi vi è anche quello di detenere la DOCG più piccola d'Italia ovvero quella del Moscato di Scanzo.

Chiusa questa piccola parentesi non ci resta che ricordare che ai giorni nostri il vino è diventato a tutti gli effetti qualcosa di cui discernere con gli amici e non più una semplice bevanda da mettere in tavola, ma parte integrante del pranzo o della cena stessa che si fonde con la preparazione dei piatti e che con questi ultimi deve essere abbinato.

In considerazione del fatto che la nostra importante e datata tradizione gastronomica prevede moltissime ricette realizzate con il vino è sicuramente molto più semplice anche se a volte meno stimolante creare abbinamenti tra prodotti e vini dello stesso territorio.

Per quanto riguarda la cucina una regola su tutte: il vino che si mette nel tegame si ritrova poi nel piatto; in sostanza, migliore è la qualità del vino usato per cucinare, migliore sarà la resa finale del piatto creato.



Inutile sottolineare quanto un vino di scarsa qualità, ad esempio che sappia di tappo, trasmetterà queste caratteristiche al cibo che andremo a cucinare.

Da ultimo, come non ricordare che il vino a tutti gli effetti costituisce oggi oltre che una delle risorse più importanti del settore agricolo anche e soprattutto un grosso business a tutto tondo che va dal turismo (strade del vino e dei sapori, vacanze eno-gastronomiche), ad una professione (l'enologo, il wine maker, il sommelier), alla famiglia degli investimenti (alcune case vinicole sono quotate in Borsa, altre emettono "certificati", dall'editoria alle mostre e fiere di settore).

LA CLASSIFICA DEI VINI

Se dovessimo collocare i vini su un podio ideale, al primo posto andrebbero quelli contrassegnati dalla sigla DOCG (Denominazione d'Origine Controllata e Garantita), che garantisce l'alta qualità e la provenienza da una precisa zona geografica. Al secondo posto i vini DOC (Denominazione d'Origine Controllata) e al terzo i vini IGT (Indicazione Geografica Tipica) marchio questo che garantisce a un vino le qualità tipiche di una precisa zona di produzione. Oggi i vini DOCG e DOC sono anche conosciuti come DOP, e cioè la categoria alimentare dei prodotti a Denominazione di Origine Protetta. Nulla invece è cambiato per i vini IGP.

Il marchio DOCG è dunque assegnato ai vini italiani più pregiati, quelli che sono già stati riconosciuti come DOC da almeno dieci anni. Per essere classificato IGT, invece, un vino deve essere almeno per l'85% a base di uva proveniente da quella zona geografica.

Da Desio a Sydney

Stanchi per le tante ore di volo ma felici sono rientrati i colleghi che hanno partecipato al viaggio in Australia, viaggio che si è tenuto dal 6 al 25 dello scorso mese di agosto. Prima tappa Melbourne, e poi Adelaide, le Kangaroo Island, Darwin, il Kakakdu National Park, Cairns, Ayers Rock – base per raggiungere il monolito di Uluru, e infine Sydney. Da qui il ritorno in Italia, via Londra. —



La Monza-Resegone: 42 Km in notturna



La Monza Resegone rappresenta una vera sfida per gli appassionati maratoneti che - dal lontano 1924 - affrontano il percorso notturno di 42 Km ma soprattutto il dislivello che li porta dal centro di Monza (162 m) al monte Resegone nel Lecchese (1173 m). Nell'edizione di giugno 2011 ha partecipato anche una squadra femminile del Banco Desio, composta da Stefania Mazzonello, Mariangela Sarto e Ombretta Riboldi, (da sinistra a destra nella foto) che ha conquistato il 6° posto di categoria ed il 94° assoluto. —

Anche il Banco Desio all'ING Europe-Marathon



Umberto Vaghi
Presidente CRC
Gruppo Banco Desio

L'11 giugno scorso 8.000 "runners" hanno partecipato alla maratona organizzata da ING in Lussemburgo. All'appuntamento era presente il Banco Desio, tramite i colleghi di BRIANFID e ROVERE, iscritti alla manifestazione con il "team run" n° 319 "BAA – Desio mon amour" composto da Natalia Boffi, BRIANFID (8,5 km), Andrea Prencipe, ROVERE (11,5 km), Antonio Alvarez, BRIANFID (13,3 km) e Alberto Cavadini, BRIANFID (8,9 km).

La performance del team è stata: 10 km – 00:59:49, 21 km – 02:09:34, Tempo finale: 04:07:06, ottenendo il 224° posto in classifica. —



La giusta misura per le sue esigenze.

LINEA CONTO
DESIO
Su Misura

Le vostre esigenze, le nostre soluzioni.

Linea Conto Desio Su Misura.

Tre proposte per tre profili differenti di utilizzo del conto:

Conto **BASE**, Conto **FACILE**, Conto **COMPLETO**.

La giusta misura per le sue esigenze.

 Banco Desio

 Banco Desio Lazio