



la Banca nota

N. 97 - Giugno 2020



Francesco Gradassi,
Azienda Agraria Marfuga

Azienda

La risposta di Banco Desio alla pandemia da COVID

Finanza

I consumi nella Silver Economy

Strategie

Il Private Banking del Banco Desio cresce tra famiglia e impresa

Filiali

Genova e la Casa delle Compere

Associazioni

Sport per campioni speciali

Viaggi

Val d'Orcia, i panorami del Rinascimento



Protezione in Banca



PROTEGGERSI
È DIVENTATO
SEMPLICE



Gruppo Banco Desio



la **Banco** *nota*

N. 97 - Giugno 2020

Registrazione:

Tribunale di Milano n. 292
del 15 aprile 2005

Direttore responsabile:

Giorgio Brugora

Vice direttore:

Tommaso Adami

Comitato di Direzione:

Tommaso Adami, Angelo Antoniazzi,
Maurizio Ballabio,
Mauro Walter Colombo,
Walter Longini, Emilio Quartucci,
Umberto Vaghi

Coordinamento editoriale:

Monica Nanetti

Collaboratori:

Anita Armani, Marco Demicheli,
Luisa Ferrari, Alessandro Manca,
Andrea Pizzi, Francesco Ronchi

Editore incaricato

Media(iN) srl 3
Via Campi, 29/L - 23807 Merate (LC)

Progetto Grafico e impaginazione:

Media(iN) srl

Stampa:

Intergrafica srl - Azzano San Paolo (BG)

Finito di stampare:

Giugno 2020
Azzano San Paolo (BG)

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: Media(iN) srl, via Paolo Regis 7 - 10034 Chivasso. Al titolare del trattamento Lei potrà rivolgersi al numero 039/ 99891 per far valere i Suoi diritti di rettificazione, cancellazione, opposizione a particolari trattamenti dei propri dati, esplicitati all'art. 7 D.Lgs 196/03

STRATEGIE

Il Private Banking del Banco Desio cresce tra famiglia e impresa..... 4

AZIENDA

Risultati consolidati al 31 dicembre 2019 6

La risposta di Banco Desio alla pandemia da COVID 7

Il nuovo factoring del Gruppo Banco Desio 8



11



18

FINANZA

Silver Economy 10

COVER STORY

Loro verde di Marfuga 14

FILIALI

Genova e la Casa delle Compere.. 18

Torino città del mistero 21

TERRITORIO

La festa di S. Costanzo a Perugia... 24

BELLEZZA

In forma sulla rete..... 26

ASSOCIAZIONI

Sport per campioni speciali 28

VITA DI GRUPPO

A Mosca tra monumenti e mercatini 31

VIAGGI

La Val d'Orcia 32



32

IL PRIVATE BANKING

del Banco Desio cresce tra famiglia e impresa

Giorgio Brugora

Roberto Moretti ha trascorso la sua carriera nel settore del credito all'interno del Gruppo Banco di Desio e della Brianza. Entra nell'Istituto alla fine del 1988 operando presso numerose Filiali, dal 2000 al 2005 viene nominato Direttore di diverse Filiali di Milano e successivamente diviene Responsabile della sede di Piazza Affari.

Dal 2008 ricopre il ruolo di Responsabile di Area in Piemonte e successivamente Piemonte e Liguria, nel 2015 è Responsabile del Private Banking del Gruppo e dal 2018 Responsabile dello sviluppo della Rete dei Consulenti Finanziari.

Parlando di Private Banking, come è organizzata la vostra Rete, quale è il vostro elemento distintivo? State investendo sulla professionalità dei banker?

I nostri Private Banker sono attualmente 70 risorse distribuite in 10 Regioni, a oggi gestiamo circa 6 miliardi di asset finanziari di circa 6.000 nuclei famigliari.

Tutti i nostri Private, oltre alle certificazioni previste dalle norme Esma, sono anche certificati AIPB – Associazione Italiana Private Banking, la più qualificata associazione di categoria che raggruppa i più importanti nomi dell'industria di settore. Tale certificazione si raggiunge dopo un percorso di formazione molto importante con degli esami finali altrettanto impegnativi; da questo punto di vista il Banco continuerà negli investimenti formativi a favore delle nostre risorse.

La caratteristica principale dei nostri Private Banker è operare con una numerosità di clientela ben definita che dispone di attività finanziarie elevate ed esigenze finanziarie più complesse.

La qualità del servizio parte da un punto fermo: il tempo a disposizione del cliente. Grazie alla loro capacità di ascolto i Private Banker riescono a focalizzare le necessità di breve e di lungo periodo offrendo soluzioni di investimento diversificate e decorrelate.

Questa qualità relazionale è adeguatamente percepita dalla nostra clientela che spesso rappresenta la miglior referenza attiva per raggiungere nuovi clienti.

Il ruolo del Private Banker si sta progressivamente evolvendo verso il ruolo di Wealth Manager, definizione in cui la parola "wealth" (che significa ricchezza, nel suo significato più ampio) deve realmente consentire di analizzare e valutare tutti gli asset del cliente andando oltre la sola sfera finanziaria.

Si riferisce in particolar modo al cliente Private che è anche imprenditore? Nelle zone nelle quali tradizionalmente operate ci sono molti profili di questo tipo?

Proprio così, anche se non mancano situazioni di patrimoni ereditati nel corso delle generazioni, è statisticamente provato che il cliente Private è spesso un imprenditore o un professionista, nella maggior parte dei casi infatti le disponibilità finanziarie, im-

4

Roberto Moretti: "Continuiamo a proteggere i risparmi dei nostri clienti. Più consulenti specializzati e più prodotti altamente selezionati"



mobiliari e reali più rilevanti si sono stratificate nel tempo in questa parte di popolazione attiva.

Questa clientela ha di conseguenza delle esigenze più articolate, essendo mediamente in età avanzata deve anche gestire per tempo le complessità legate al passaggio generazionale e alla fiscalità che questo evento può generare.

Essere titolare di un'impresa familiare apre a tutta una serie di ulteriori particolarità, che vanno dalla family governance alla gestione efficiente del passaggio generazionale, fino alle decisioni strategiche in campo aziendale.

L'imprenditore effettua le proprie scelte sul piano personale e aziendale con tutta una serie di dinamiche che devono essere conosciute e gestite con consigli adeguati, sia per tipologia che per timing.

Da questo punto di vista la nostra capacità di operare anche in sinergia con i gestori Corporate del Banco, permette di mappare la totalità delle esigenze del cliente e dare delle risposte appropriate sia per quanto riguarda la sfera familiare che quella aziendale.

Come può rappresentare la vostra offerta specificatamente finanziaria e quali risvolti ha avuto su di essa la situazione generata dal Covid19? Ci sono settori che hanno reagito meglio di altri?

In relazione al mondo degli investimenti le nostre soluzioni sono di indipendenza e open architecture, abbiamo accordi di collocamento con oltre 20 Case di Investimento nazionali e internazionali selezionate nel tempo per le loro capacità e specificità, non abbiamo "prodotti della casa" che spesso vedo nei portafogli di molti clienti che operano con i competitor.

In situazioni normali con le Case ci incontravamo periodicamente, insieme ai nostri Private, per avere la possibilità di confrontarci direttamente con i Gestori nazionali e internazionali, anche e soprattutto nei momenti più complicati dei mercati che ciclicamente si presentano, per essere poi superati nel tempo.

Con il sorgere dell'emergenza sanitaria abbiamo attivato internamente e in pochi giorni le soluzioni di smart working per la quasi totalità dei nostri Private, mantenendo un'operatività verso l'esterno sostanzialmente piena grazie a un protocollo operativo semplificato. Abbiamo altresì da subito acquistato il maggior numero di dispositivi di protezione possibile e adottato tutte le misure necessarie ad attuare i vari Decreti Ministeriali, per restare del tutto aderenti alle normative e garantire la salute di colleghi e clienti.

Spero che l'emergenza sanitaria possa rientrare al più presto e incida solo nel breve e medio periodo, ma è ancora presto per fare valutazioni.

Siamo invece sicuri che per il futuro il new normal sarà contraddistinto da un modo nuovo di relazionarsi con il cliente, e su questo stiamo lavorando per offrire forme nuove di interazione con il cliente anche attraverso la web collaboration.

Anche con le Case di Investimento la relazione è divenuta digital, abbiamo attivato dei webinar settimanali in modo da avere adeguati aggiornamenti sulle situazioni dei mercati che nel frattempo hanno visto aumentare la loro volatilità favorendo anche una rotazione settoriale a favore di comparti come le Tlc, il biotech, l'healthcare, l'intrattenimento, la sicurezza digitale. Tornando all'offerta il mondo delle Gestioni Patrimoniali, in strumenti singoli, in fondi e in ETF, viene invece totalmente gestito in house, con un team costantemente in relazione con la Rete e con prodotti sempre in linea con la realtà del mercato, come avviene per la nostra recente Gestione Linea Etica con focus sui valori di sostenibilità.

Anche in emergenza i nostri Gestori hanno mantenuto un'operatività sui mercati del 100% e la continuità relazionale con tutti i nostri Private, confermando la loro grande qualità di riuscire a proteggere attivamente anche in situazioni non facili.

Ci tengo a sottolineare che queste situazioni di mercato presentano anche delle opportunità di costruzione dei portafogli uniche, sia per le Gestioni che per il mondo degli OICR consigliamo infatti le modalità PAC, che consentono di entrare progressivamente nelle posizioni evitando le classiche distorsioni comportamentali del cliente, che spesso eccede nell'ottimismo e nel pessimismo.

Sempre in tema di protezione, l'offerta del Banco si completa con tutti i prodotti di Assicurazioni Vita e Danni pensati per le famiglie, imprese e figure chiave all'interno delle stesse. Su questa tematica in particolare il vissuto di questi mesi penso debba farci riflettere sul fatto che siamo in Europa tra i Paesi meno assicurati e di conseguenza meno protetti; le soluzioni ci sono, bisogna conoscerle.

Per le aziende cosa avete fatto in concreto in relazione all'emergenza che da sanitaria è diventata economica?

L'istituto per supportare al meglio i propri clienti ha percepito con prontezza il decreto "Cura Italia" e il decreto "Liquidità", siglando protocolli di collaborazione con SACE e Fondo Centrale di Garanzia per le PMI e di recente con FEI (Fondo Europeo per gli Investimenti).

Questa penso sia la migliore risposta che una Banca di prossimità può dare ai propri clienti e al proprio territorio.

Gruppo Banco di Desio e della Brianza: RISULTATI CONSOLIDATI al 31 dicembre 2019

Giorgio Brugora

I Gruppo Banco di Desio e della Brianza ha chiuso il 2019 con un utile netto consolidato di pertinenza della capogruppo di 40,2 milioni di euro, in rialzo del 13,9%.

La raccolta complessiva da clientela è salita dell'8% a 26,8 miliardi di euro, di cui una raccolta diretta di 11,2 miliardi (+4,8%). Gli impieghi verso la clientela ordinaria si sono attestati a circa 9,6 miliardi (-0,5 rispetto al dato di fine 2018 per effetto delle operazioni di cessione di Npl poste in essere nel periodo). Il rapporto tra crediti deteriorati netti e impieghi netti è al 3,6% (contro 4,2% precedente), quello tra crediti deteriorati lordi e impieghi lordi al 6,3% (dal 7%), mentre quello tra sofferenze nette e impieghi netti all'1,3%.

Il Cet 1 di Banco di Desio e della Brianza si è attestato al 14,42%, mentre quello del Gruppo Banco di Desio e della Brianza al 12,97%, mentre il Tier1 rispettivamente al 14,44 e 12,98.

L'Assemblea Ordinaria di Banco Desio del 23 Apr-

le 2020 ha approvato il bilancio al 31 dicembre 2019, e come comunicato il 1 aprile 2020, il Consiglio di Amministrazione, in conformità alla Raccomandazione della Banca d'Italia sulla distribuzione dei dividendi e in linea con le precisazioni fornite anche dalla Banca Centrale Europea, ha deliberato di mantenere la proposta iniziale di distribuzione di dividendi, subordinando il relativo pagamento alla riconsiderazione con esito positivo della situazione connessa all'emergenza sanitaria in corso.

In particolare, il pagamento del dividendo di 0,1036 euro per ciascuna delle n.122.745.289 azioni ordinarie e di 0,1244 euro per ciascuna delle n.13202.000 azioni di risparmio, avverrà solo dopo la data del 1 ottobre 2020, sotto la condizione sospensiva della conformità della totale distribuzione dei dividendi 2019 rispetto al quadro normativo/regolamentare di riferimento e/o agli eventuali provvedimenti e/o raccomandazioni delle Autorità di Vigilanza prudenziale come valutata positivamente dal Consiglio di

6

Il nuovo Amministratore Delegato e Direttore Generale Alessandro Decio

Alessandro Decio ha conseguito la Laurea in Economia Politica presso l'Università Bocconi di Milano; nel corso della sua carriera ha maturato una lunga esperienza nel mondo bancario e finanziario sia a livello italiano che internazionale, con esperienze in IMI International, McKinsey, Morgan Stanley, EBRD (European Bank For Reconstruction and Development). Successivamente ha svolto con successo diversi incarichi in Unicredit Italiano: Responsabile dello sviluppo Internazionale, Vice Presidente e Direttore Generale prima in Zagrebacka Bank Croazia, successivamente in Bulbank in Bulgaria, e dal 2007 al 2011 è stato Direttore Esecutivo e Vice CEO in Yapikredi Bank in Turchia. Rientrato poi a Milano nel 2011 come membro del Comitato Esecutivo di Unicredit viene nominato prima responsabile globale del retail banking e

poi nel 2013 Group Chief Risk Officer.

Nel 2016 entra in SACE in qualità di Amministratore Delegato e Direttore Generale, dove sviluppa e implementa il nuovo Piano Strategico garantendo condizioni competitive e un importante sostegno alle esportazioni italiane, portando a un incremento del 30% nel supporto all'export italiano.

Autore di numerose pubblicazioni, nel corso della sua carriera è stato membro di numerosi CDA di banche e importanti società in Italia, tra cui Mediobanca e Borsa Italiana, e all'estero.



**A lato,
da sinistra,
il Presidente,
Stefano Lado
e il Vice
Presidente,
Tommaso
Cartone**

Amministrazione e successivamente dalla Assemblée degli Azionisti che dovrà a tal fine essere convocata, unitamente all'evoluzione della situazione economica-finanziaria del contesto complessivo e alla banca, restando inteso che, ove tali condizioni non si verificano nel termine di cui sopra, il CDA e quindi l'Assemblea degli Azionisti a tal fine convocata, potranno comunque valutare l'assunzione delle necessarie o opportune deliberazioni in linea con gli eventuali provvedimenti e/o raccomandazioni delle Autorità di Vigilanza, anche con riferimento alla distribuzione del dividendo alle azioni di risparmio nel rispetto di quanto previsto dall'art. 31 dello Statuto.

L'Assemblea Ordinaria ha provveduto, previa determinazione in n.12 del numero dei Consiglieri per il triennio 2020-2022 e del Collegio Sindacale.

I soci hanno poi eletto il nuovo CDA, che in seguito



riunitosi al termine dell'assemblea ha nominato:

- Presidente, **Stefano Lado**
- Vice Presidente, **Tommaso Cartone**
- Amministratore Delegato e Direttore Generale, **Alessandro Decio**



La risposta di Banco Desio alla pandemia da COVID

7

Il Gruppo Banco di Desio e della Brianza, durante questa emergenza causata dalla pandemia da Covid19 che sta avendo dure ripercussioni tanto sulle famiglie quanto sulle imprese, ha continuato a operare per assicurare il massimo supporto alla ripresa del sistema Paese. In linea con la propria tradizione di Banca del territorio l'Istituto ha attuato una strategia in tre direzioni: la scelta di rimanere vicino ai propri dipendenti concentrandosi da subito sulla sicurezza delle persone; la volontà di garantire massima operatività per le filiali come punto di contatto e vicinanza alle esigenze dei clienti e infine una scelta di responsabilità sociale concretizzata in donazioni.

Gli strumenti digitali, il lavoro in smart working e gli appuntamenti in filiale hanno consentito anche nell'emergenza di assicurare la continuità dei servizi della Banca con iniziative straordinarie sul credito e con la consueta erogazione di finanziamenti, alle famiglie e alle imprese. Il ricorso al "lavoro agile" è stato incrementato e il personale ha saputo reagire in modo rapido ed efficace adottando rapidamente questa modalità di lavoro.

Banco Desio ha mobilitato tutte le sue forze per fornire un supporto adeguato nel fronteggiare la crisi, coniugando tecnologia ai propri valori di costante dialogo con i clienti.

Il motto che ci ha ispirato in questo lungo periodo di distanziamento è stato @distantimauniti!

È iniziata anche la Fase 2 di graduale ritorno alla normalità con un prudente e attento rientro in ufficio del personale e una riapertura dei servizi alla Clientela nel rispetto di protocolli in materia di igiene, distanziamento e utilizzo obbligatorio di dispositivi di

protezione individuale. Ancora una volta, ci guida un motto "Ripartiamo insieme" a confermare l'unione con la nostra Clientela mantenendo alta l'attenzione alle misure di prevenzione.

Per dare un'idea delle operazioni strettamente connesse alla crisi, il 31 maggio scorso il Gruppo Banco Desio aveva processato 22.210 moratorie per i propri clienti di cui perfezionate 21.668 per un totale di 2,7 mld. Per Microfinanziamenti (importi inferiori a 25.000 euro) totale richieste 10.000 per 210 milioni di cui 9.000 deliberati per 186 milioni di cui 6298 erogati per un totale di 138 milioni con iter semplificato. L'Istituto, ha siglato i protocolli di collaborazione con SACE e con il Fondo Europeo per gli Investimenti, con un ulteriore plafond di 75 milioni a supporto delle aziende. Dal punto di vista della responsabilità sociale, la Banca si è attivata con una iniziativa di donazione nei confronti delle strutture sanitarie di Monza e Brianza impegnate a contrastare l'infezione da Covid 19. Banco Desio ha scelto di supportare le strutture della ASTT di Monza che copre le esigenze sanitarie di 850.000 abitanti con gli ospedali di Desio e Monza con un progetto di ampliamento e adeguamento dei posti letto di terapia intensiva. Di rilievo anche la raccolta fondi di solidarietà tra i dipendenti che hanno partecipato con generoso impegno.

Le offerte hanno superato le aspettative per cui è stata erogata un'ulteriore donazione a favore di Croce Rossa Italiana. In questo modo il Banco e il suo Personale si sono uniti agli Enti e Organizzazioni che hanno risposto alla chiamata di sostegno delle strutture sanitarie in difficoltà.

G.B.

IL NUOVO FACTORING

del Gruppo Banco Desio



8

*Intervista a
Davide Tognetti,
Responsabile
Ufficio Factoring
di Gruppo
Banco Desio*

Giorgio Brugora

Davide Tognetti
(primo a
sinistra) insieme
a **Laura Daviddi**
e **Giuseppe**
Castiglia del
team Factoring

Qual è il punto distintivo del nuovo factoring del Gruppo Banco Desio?

Banco Desio ha ampliato il proprio catalogo dei prodotti factoring, aggiungendo al tradizionale pro solvendo anche il pro soluto al fine di tutelare le PMI con cui tradizionalmente opera. La banca si è inoltre focalizzata su operazioni di sostegno al credito di filiera attraverso operazioni di reverse factoring. Banco Desio offre alla propria clientela la possibilità di perfezionare le cessioni del credito attraverso il proprio portale dedicato Desio Factoring, digitaliz-

zando il processo con conseguente riduzione dei costi operativi e del tempo che occorre per trasformare il credito in liquidità. Il nuovo portale consente di effettuare interventi in logica di Supply Chain Finance con benefici rilevanti per le piccole e medie imprese.

Che contratto è il factoring e quali tipologie esistono?

Il factoring è un contratto in base al quale un'impresa cede a una società specializzata (il cosiddetto "factor") i propri crediti esistenti e/o futuri originati

dalla sua attività commerciale.

A seconda della necessità del cliente il factor può:

- gestire, incassare e anticipare il credito (pro solvendo)
- offrire oltre ai servizi precedenti anche la copertura del rischio di insolvenza dei debitori ceduti (pro soluto)

Una formula particolare di prodotto è il reverse factoring (di norma offerto in pro soluto) con cui Banco Desio offre alle imprese più strutturate uno strumento efficace per la gestione del proprio ciclo passivo. In pratica il prodotto consente al buyer una migliore gestione dei propri flussi di pagamento e contestualmente permette ai fornitori - tipicamente PMI - di accedere a linee di credito dedicate, con un maggior accesso al credito a un minore costo grazie al fatto che il buyer conferma le cessioni del credito.

Quali sono i soggetti coinvolti?

I soggetti coinvolti nel factoring sono tre.

L'azienda cedente è colui che cede il credito commerciale per accedere a determinati servizi offerti dalla Banca (Factor/Cessionario). Nel caso del prodotto completo il cliente si può concentrare sull'attività commerciale trasformando le fatture in liquidità e delegando tutte le attività amministrative e di incasso alla Banca.

La Banca è il cessionario: è il soggetto che in conseguenza alla cessione del credito si impegna a garantire una serie di servizi legati alla gestione e all'amministrazione del credito ceduto, sotto il riconoscimento di una commissione; tra i servizi offerti può esserci anche la componente assicurativa.

Il debitore ceduto è il soggetto per cui il cedente ha effettuato una fornitura o una prestazione di servizi da cui è scaturito il credito oggetto di cessione. Al debitore ceduto è richiesto di non opporsi alla cessione del credito e di confermare il pagamento al cessionario.

Che vantaggi offre il factoring all'impresa? Abbassa il rischio e aumenta la fiducia?

Il factoring è un rapporto continuativo per cui l'impresa sa di avere linee dedicate nei confronti di specifici clienti, potendo così concentrarsi unicamente sul business commerciale. Nella formula pro soluto il cliente si copre dal rischio di insolvenza minimizzando quindi il proprio rischio. I dati Assifact (associazione di categoria) dimostrano che il mercato del factoring è sostanzialmente raddoppiato negli ultimi 10 anni. Al 31 dicembre 2019 circa 35.000 imprese italiane ricorrevano al prodotto factoring con un volume di crediti intermediati per oltre 250 miliardi di Euro.

Con il factoring la Banca permette quindi alle PMI di investire per la crescita?

Il factoring è il prodotto ottimale per le PMI per trovare liquidità e far crescere la propria azienda.

Ad esempio, nel reverse factoring la banca tipicamente si impegna a gestire e finanziare tutto il credito verso il debitore concordato. Tutto questo è possibile in quanto il grande debitore confermando le cessioni del credito trasferisce la valutazione del rischio su se stesso, permettendo ai propri fornitori di accedere a linee maggiori e a migliori condizioni.

Il soggetto cedente deve essere un imprenditore?

La legge sul factoring (52/1991) identifica il cliente cedente come un imprenditore e prevede che i crediti oggetto di cessione siano quelli derivanti dall'esercizio dell'impresa (cosiddetti crediti commerciali).

Ci sono nel factoring coperture assicurative?

Il factoring pro soluto offre all'impresa anche una copertura assicurativa sui propri crediti.

Il cessionario determina un plafond rotativo di garanzia specifico per ogni debitore proposto in cessione, che tutela il cedente dal rischio di insolvenza per crediti ceduti non contestati. L'imprenditore ha quindi una valutazione professionale della valenza del proprio debitore, conoscendo quindi il massimale di garanzia assegnato dalla Banca.

L'evoluzione tecnologica ha portato dei vantaggi in questo settore?

L'evoluzione tecnologica consente di velocizzare i tempi operativi del perfezionamento delle operazioni. Soprattutto nel sostegno al credito di filiera, in cui il grande debitore conferma la bontà del credito ceduto, l'informatizzazione dei processi consente di trasformare le proprie fatture in liquidità nell'arco di pochi giorni.



SILVER ECONOMY

*La terza età
ringiovanisce
i consumi?*

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

Più di cento anni dopo, l'Italia è tornata, demograficamente parlando, alla sconfitta di Caporetto del 1917. E purtroppo non si tratta di una metafora, ma di statistiche ufficiali. Il processo di invecchiamento del nostro Paese non è una novità, ma l'accelerazione che lo rende pericoloso ha una data ben precisa: il 2015.

Da quell'anno in poi, come ha di recente ricordato il Censis, il nostro Paese ha perso 436.000 cittadini, come se l'intera città di Bologna fosse scomparsa dalla carta geografica. Un'emorragia di queste proporzioni non si verificava dal triennio 1916-18, per la doppia strage legata alla Grande Guerra e all'epidemia della mortale influenza Spagnola. Nel nostro Paese gli over 60 ammontavano nel 2016 a circa 17 milioni di individui che, secondo le proiezioni del Centro Studi e Ricerche di Itinerari Previdenziali, arriveranno a 23,3 milioni nel 2040 (39,4% della popolazione). Ma questo non è un problema solo italiano: il 2018 è stato il primo anno nella storia dell'umanità in cui, a livello globale, il numero di ultra-sessantatrenni ha superato quello dei bambini con meno di cinque anni. E il trend di "longevity" sta accelerando: tra il 2018 e il 2030, il numero di persone con più di sessant'anni è destinato ad aumentare del 42%, contro appena l'8% degli "under 60".

Se fosse uno Stato sovrano, la sua economia si po-

sizionerebbe, per dimensioni, alle spalle solo di due colossi come Stati Uniti e Cina: si tratta della "Silver Economy", ossia l'economia che ruota attorno agli over 65, ed è proprio questa fetta di popolazione che potrebbe giocare un ruolo davvero determinante nell'economia. La Commissione Europea ha iniziato a parlarne già nel 2006 e sei anni dopo ne ha certifi-



cato l'importanza con l'istituzione dell'Anno europeo dell'invecchiamento attivo e della solidarietà tra le generazioni: un fenomeno che lo stesso Esecutivo comunitario ha definito "il risultato delle opportunità che nascono dalla spesa pubblica e dalla spesa dei consumatori relative all'invecchiamento della popolazione e alle esigenze specifiche della popolazione over 50". La Commissione UE ha quindi commissionato uno studio, denominato per l'appunto "The Silver Economy", realizzato dal Gruppo Technopolis e da Oxford Economics, che ha preso in considerazione la popolazione europea di età superiore ai 50 anni fino agli ultracentenari e ha indicato che 199 milioni di europei (il 39% dell'intera popolazione) sono già oggi i protagonisti di questa nuova economia e diventeranno 222 milioni nel 2025, arrivando al 43% della popolazione.

Dal punto di vista macroeconomico gli impatti di queste cifre saranno significativi. Gli esperti non hanno dubbi: il pensionamento di milioni di baby boomers nati nel secondo dopoguerra e il declino dei tassi di nascita dei loro nipotini stanno contribuendo a mantenere i tassi di interesse a un livello storicamente basso. Di più: secondo la Banca Centrale statunitense "i soli fattori demografici hanno provocato un declino di 1,25 punti percentuali nei tassi di interesse e nel Pil reale dal 1980", con l'invecchiamento della popolazione che così si rivelerebbe il maggior responsabile del declino della crescita economica negli ultimi 38 anni. Un altro elemento da tenere in considerazione è il ridimensionamento dei generosi sistemi di welfare, che porterà ad assegni previden-

“Saper invecchiare significa saper trovare un accordo decente tra il tuo volto di vecchio e il tuo cuore e cervello di giovane.”

(Ugo Ojetti, scrittore e giornalista)

ziali meno sostanziosi che in passato, riducendo di conseguenza i consumi e quindi la pressione sull'inflazione. Se il trend di invecchiamento della popolazione non è invertibile (o, almeno, non pare possibile nel breve), quello che va rivisto e aggiornato, invece, è il modello di approccio. Ne consegue che il tema della Silver Economy necessita un cambio di prospettiva, un diverso modo di affrontare l'invecchiamento della popolazione, cogliendone non solo le criticità, ma anche l'intero quadro di opportunità che offre. In pratica la domanda legata ai fabbisogni degli anziani rappresenta non solo un costo sociale da sopportare, ma anche il motore per un nuovo modello di sviluppo. In questa prospettiva, l'invecchiamento della popolazione può essere fonte di nuove soluzioni tecnologiche e generare innovazione sociale, alimentando la crescita economica e l'occupazione con ricadute positive non solo per gli anziani, ma anche per i giovani.

Come suggerisce il nome, la Silver Economy non è un mercato ma un'economia. Più precisamente è una "cross economy", un insieme di attività che attraversano vari mercati e ambiti produttivi: sanità, assistenza sociale, edilizia, trasporti, assicurazioni, industria alimentare, comunicazioni, turismo, cultura





e tempo libero. Soprattutto se si pensa che i consumi riconducibili a questa fascia sono stati stimati in 3.700 miliardi di euro. Un contributo diretto a cui vanno aggiunti un contributo indiretto e uno indotto sull'economia, che portano a stimare complessivamente la Silver Economy in 4.200 miliardi di euro: un volume di attività economiche in grado di sostenere oltre 78 milioni di posti di lavoro. Infatti, il potere d'acquisto globale degli over 60 raggiungerà i 15.000 miliardi di dollari già nel 2020, quasi tre volte tanto rispetto ai livelli del 2015, impiegando ad esempio, negli Stati Uniti, 89,4 milioni di lavoratori. La senilità comporta indubbiamente lati negativi, ma, se ben governata, può dunque diventare anche elemento di sviluppo economico per le opportunità originate dai consumi legati alla soddisfazione dei bisogni di una popolazione più anziana sempre più numerosa. Anche in Italia l'invecchiamento della popolazione può generare benefici per l'economia, considerando che

questa categoria presenta una situazione reddituale e patrimoniale migliore rispetto alla media: tra i 55 e i 64 anni il 40% delle famiglie dispone di una ricchezza netta superiore a 250 mila euro, percentuale che resta superiore al 30% per le famiglie i cui componenti hanno da 65 anni in su.

Ma come spendono i loro soldi i senior? Per capirlo bisogna considerare che, in genere, si distinguono in due macro-categorie: quella degli "anziani-anziani", riconducibili alle tematiche della non autosufficienza e della fruizione dei servizi sanitari, e quella degli "anziani-giovani". Questi ultimi sembrano essere più incisivi a livello di consumi, visto l'apporto che possono dare allo sviluppo economico grazie alla loro salute psico-fisica, una condizione che li aiuta a vivere attivamente. Inoltre, a loro volta, possono essere suddivisi fra chi vuole rimanere al lavoro e chi preferisce spendere la quiescenza godendosi il tempo libero.

Farmaceutica, Servizi per la Salute e Residenze per Anziani naturalmente la fanno da protagonisti, ma si sta parlando di una novità che riguarda anche il mondo dei Servizi Culturali e Ricreativi, i Viaggi e il Turismo, la Domotica e il Digitale diffuso, l'Alimentazione e la Nutraceutica, i Servizi Bancari e Assicurativi, l'Immobiliare per i Senior, persino il Fashion, per citare i settori dove l'impatto della Silver Economy può essere più rilevante.

L'innovazione tecnologica avrà un ruolo determinante. La sanità connessa sarà uno dei settori più dinamici. Lo sviluppo di nuovi dispositivi fornirà supporto nel monitoraggio dei parametri biologici, nella





prevenzione delle malattie e favorirà l'adozione di stili di vita più salutari. Nuove informazioni saranno messe a disposizione del personale medico, migliorando le diagnosi e la prescrizione dei medicinali, riducendone i rischi di reazioni avverse.

Inoltre, la diffusione di servizi di assistenza integrata tra strutture sanitarie e abitazioni private migliorerà la sostenibilità del settore assistenziale e ridurrà l'isolamento sociale degli anziani. Apporti altrettanto significativi sono attesi dallo sviluppo della medicina di precisione e più in ge-

nerale dalle potenzialità generate dall'integrazione fra big data e intelligenza artificiale. Cresceranno le aspettative verso la robotica, sia assistiva che sociale. I robot potranno fornire assistenza direttamente agli anziani. Sono previsti punti di convergenza tra robotica e intelligenza artificiale. Anche "l'Internet delle Cose" apre le porte a una nuova generazione di ambienti domestici in grado di favorire l'autosufficienza degli anziani.

Per chi è deciso, invece, a vivere la sua "seconda giovinezza" come "consumatore", il cosiddetto Silver Tourism potrebbe essere la soluzione adatta, grazie alla crescita costante degli over 50 che viaggiano o impiegano in modo attivo il loro tempo libero. Circa 140 milioni di turisti over 60 sono attesi in Europa nel 2030, secondo il rapporto della Commissione Europea: il quadruplo di quelli del 2010.

La maggior parte arriverà dall'Asia, quindi Sud e Nord America ed Europa. In pratica un raddoppio rispetto al 2013, quando hanno viaggiato 76 milioni di over 65. Soluzioni come migliori infrastrutture, trasporti accessibili, hotel adatti alla terza età e tecnologie inclusive, o anche solo la previsione di una specifica assistenza medica nei pacchetti di viaggio, non dovranno più essere considerate esperienze isolate. Infine, i pensionati sembrano sempre più propensi a continuare a risparmiare principalmente per due motivi: il desiderio di lasciare soldi in eredità ai loro cari e l'incertezza sulla loro aspettativa di vita e quindi sui costi sanitari legati alla vecchiaia. In quest'ottica, importanti ricadute si avranno anche sul fronte della gestione del risparmio. E infatti l'offerta di prodotti finanziari che puntano su questo comparto è in continua crescita.

Se l'invecchiamento della popolazione è stato associato a prospettive negative (pressione sul sistema pensionistico, aumento della spesa pubblica), d'ora in avanti occorrerà modificare l'approccio. In prospettiva, da una visione chiusa nella cornice della "White Economy" e focalizzata sui servizi sanitari e assistenziali, si passerà alla "Silver Economy", una visione più complessa e sfidante.

La longevità deve essere riconosciuta come una grande conquista dell'umanità, una sfida che va osservata con nuove mappe mentali, con un'idea rinnovata del lavoro e dello scorrere dell'età, nel rispetto del dialogo tra le generazioni e delle diversità. Non solo un'opportunità da cogliere, ma anche diversi scenari da esplorare, a cominciare dai nuovi territori della progettualità umana dove l'innovazione tecnologica e quella sociale s'incontrano e si alimentano vicendevolmente.





Loro verde di MARFUGA

Monica Nanetti

Lo scenario è quello, fertile e rigoglioso, dell'ampio fondovalle che si stende tra Foligno e Spoleto: è qui, a Campello sul Clitunno, che si trova la sede dell'Azienda Agraria Marfuga. La bassa e proporzionata costruzione circondata dal verde può quasi sembrare, a uno sguardo distratto, un'elegante casa di campagna; in realtà basta varcare la soglia, attraversare la accogliente sala degustazioni, buttare un'occhio ai locali in cui avvengono le operazioni di lavorazione e di imbottigliamento, per rendersi conto che all'interno di questi impeccabili locali opera un'azienda di assoluta eccellenza nell'olivicoltura. Un'eccellenza qualitativa riconosciuta dai fatti: "Negli ultimi vent'anni sono

nate molte prestigiose competizioni, sia in ambito nazionale che internazionale - spiega Francesco Gradassi, titolare dell'Azienda Agraria Marfuga, esponente di quarta generazione della famiglia di olivicoltori e imprenditore entusiasta e appassionato - e i nostri prodotti sono sempre stati tra i più premiati. Al primo posto in cinque edizioni dell'Ercole Olivario (l'"Oscar" dei premi italiani, notissimo anche all'estero), premio internazionale Biol, citazioni di merito nelle più prestigiose guide (come l'italiana SlowFood e la tedesca Merum), Premio Gambero Rosso "Azienda dell'Anno 2020", solo per citarne alcuni... e soprattutto il grande successo del premio Flos Olei 2020 attribuito al 'Marfuga Riserva' per il Miglior Olio Extravergine di Oliva dell'Anno nel Mondo. Una grandissima soddisfazione, perché essere campioni del mondo è una cosa che rimane per sempre: un po' come nel calcio, questa è una stella che resterà indelebile sulla nostra maglia".

Ma come si arriva a simili straordinari risultati? Di certo avere alle spalle una solida tradizione - che si traduce in conoscenza e competenza - è di grande aiuto. Racconta Francesco: "La nostra (come molte altre in Umbria) è un'antica famiglia di agricoltori: nell'Ottocento il mio bisnonno Domenico, che coltivava queste terre, iniziò a possedere nella zona anche alcuni terreni piantumati a ulivo. All'epoca era considerata una possibilità di incremento per l'attività agricola, una ricchezza aggiunta dal momento che l'olio era un bene



primario e molte famiglie della zona non potevano produrlo da sé; già nei primi del Novecento Domenico spediva l'olio in damigiane di vetro fino al Nord Italia. Lo chiamavano 'l'oro verde'... e tale è rimasto, per me, anche ai giorni nostri".

Tornando alla storia, c'è una data che viene utilizzata come riferimento "ufficiale" per stabilire l'età dell'azienda: il 1817, anno che compare in un'unità di misura di vendita, marchiata dallo Stato Pontificio, ritrovata nei magazzini aziendali.

Nell'arco di oltre 200 anni ciascuna generazione della famiglia ha inserito elementi di crescita per l'attività; altro punto di svolta è il 1976, quando Ettore, padre dell'attuale titolare - pur svolgendo contemporaneamente il lavoro di bancario - riesce a trovare l'energia e le risorse per installare il primo frantoio per l'olio all'interno dell'azienda agricola. La storia prosegue fino ad arrivare a Francesco che, insieme alla moglie Federica, nel 1992 crea il brand Marfuga e nel 2003 decide di costruire un nuovo frantoio. "È stata un'idea in qualche modo pionieristica - racconta - perché fino ad allora il concetto di frantoio era molto diverso: un impianto che si utilizzava solo un paio di mesi all'anno e che per il resto del tempo poteva essere trascurato. Ho scelto di costruire questa nuova struttura in una posizione più comodamente raggiungibile e più fruibile commercialmente (nelle epoche precedenti, in queste zone il frantoio era posto al di sotto della casa di famiglia e incorporato in essa, e i trasporti avvenivano a dorso di asino o di mulo). E in questo edificio abbiamo cercato di riprodurre il fascino e il calore di un'antica casa di famiglia".

Obiettivo pienamente centrato, come può confermare chiunque visiti la sede di Marfuga: ambienti accoglienti con sale di degustazione che hanno tutta l'atmosfera di un grande salotto, dove antichi mobili di famiglia si mescolano con pezzi di design e dove la luce e lo spazio la fanno da padroni. "Questa scelta di pulizia visiva ci ha aiutato molto anche nei confronti dei clienti stranieri, confermando il nostro preciso posizionamento: i mercati esteri a cui ci rivolgiamo sono molto esigenti e consapevoli, e dedicano grande attenzione a tutte le fasi dell'attività produttiva e ai luoghi in cui questa si svolge. Nell'arco di 10 anni abbiamo sviluppato moltissimo le nostre esportazioni, che comprendono oggi 24 Paesi: in particolare gli Stati Uniti e il Giappone, nazioni che hanno un legame molto forte con la cucina italiana. Ma assistiamo ora a un grande sviluppo in Cina (dove abbiamo aperto un nostro corner in 24 importanti store) e un po' in tutta l'Asia: Vietnam, Malesia, Corea... tutti mercati che stiamo cercando di incrementare e da cui ci aspettiamo un forte rimbalzo dopo la crisi causata dal Co-

A sinistra, in basso, Francesco Gradassi con il padre Ettore e la madre Assunta. Nella pagina seguente, insieme alla moglie Federica





vid-19, dal momento che sono usciti per primi dalla fase dell'emergenza. Emergenza sanitaria che, una volta spostatasi qui in Europa e in America, ha creato inevitabilmente molti problemi anche a noi: fino alla metà di marzo l'azienda ha funzionato pressochè regolarmente, riuscendo così a portare a termine tutti i contratti già stipulati. Dopo di che, però, abbiamo assistito a un blocco delle esportazioni, soprattutto per quanto riguarda gli Stati Uniti. Prevedo purtroppo che questa situazione si protrarrà per qualche tempo, rendendo i mesi estivi molto difficili; non solo in ambito internazionale, ma anche a livello di mercato interno, dal momento che le strutture di ristorazione sono tra quelle più penalizzate dal lockdown: riprenderanno l'attività più tardi rispetto ad altri settori, e comunque con restrizioni tali da causare un sostanziale calo dei consumi. Per contro, almeno una nota positiva viene dal vero e proprio boom che abbiamo registrato per le vendite on line: un canale che i nostri clienti più affezionati hanno iniziato a utilizzare molto più intensamente e che è stato un aiuto di non poco conto in un periodo in cui il nostro spaccio aziendale ha dovuto rimanere chiuso. Il coronavirus, insomma, ci ha dato quantomeno anche uno stimolo per il futuro, per incrementare ulteriormente una tipologia di vendita che si è rivelata molto efficiente".

L'importanza della tradizione, si diceva: ma è evidente che si tratta solo di uno degli ingredienti della "ricetta Marfuga". Un secondo, e fondamentale, è quella della passione straordinaria che anima il titolare e tutti coloro che lavorano in azienda, che si respira letteralmente nell'aria e che si concretizza in una quantità di progetti e iniziative. "Per noi è fondamentale seguire con attenzione i progressi dell'innovazione tecnologica - spiega 'Francesco Marfuga',

come viene ormai da molti chiamato - tanto che abbiamo instaurato uno stretto rapporto di collaborazione tra i nostri tecnici e l'Università di Perugia, in particolare per quanto riguarda i macchinari per l'estrazione, con l'obiettivo di una costante crescita qualitativa sia dal punto di vista chimico che da quello organolettico e sensoriale".

Tutta questa attività sfocia nella produzione di una serie di oli extravergini dalle caratteristiche molto particolari: "oli estremi", come Francesco ama denominarli, figli della fatica, della laboriosità, coltivati in zone impervie, in minuscoli fazzoletti di terra strappati alla montagna, alle rocce, al bosco. "Già dalla fine degli anni '80, in anticipo sui tempi, abbiamo cercato di legare i prodotti al loro territorio, così da mettere in risalto le caratteristiche specifiche delle varie cultivar fino a farle diventare pregi assolutamente esclusivi, non replicabili altrove. La nostra zona olivetata (nata da disboscamenti avvenuti intorno al VII/VIII secolo) si estende in una fascia tra i 300 e i 500 metri di altitudine, su un terreno calcareo roccioso; qui abbiamo pian-





tato il Moraiole, una delle cultivar migliori al mondo. A questo si aggiunge il fatto che l'Umbria è l'unica regione che non ha accesso al mare e questo porta a inverni rigidi ed estati calde e secche: l'assenza di umidità impedisce il diffondersi della mosca olearia, che altrove è invece un grosso problema e richiede trattamenti specifici. Siamo, insomma, in un'area baciata dalla fortuna, dove le pratiche biologiche sono la normalità e dove possiamo tranquillamente fare a meno di ricorrere ai fitofarmaci. Anche la lavorazione ha poi la sua importanza: la raccolta avviene a mano, in leggero anticipo, e poi, una volta in frantoio, nell'arco di 12/24 ore si procede con attenzione quasi maniacale, in ciclo continuo e a una temperatura controllata tra i 25° e i 27°, alle operazioni di frangitura, spremitura e gremolatura; segue lo stoccaggio in tank di acciaio inox e l'imbottigliamento, anch'esso effettuato direttamente presso la nostra sede. Il risultato sono oli con caratteristiche chimiche (polifenoli, antiossidanti, acidità) di altissimo valore, di cui anche la moderna medicina ha riconosciuto gli

effetti positivi sulla salute dell'individuo".

Si tratta, insomma, di oli rari, realizzati con tecniche che mescolano la cura artigianale con le più innovative tecnologie; veri e propri gioielli, prodotti in quantitativi inevitabilmente contenuti che, per alcune varietà, non vanno oltre le poche migliaia di bottiglie all'anno. "Il tema della crescita è una delle problematiche che sto affrontando: per questi tipi di olio, è inevitabile che la produzione sia limitata. Da un lato stiamo incrementando le quantità con l'acquisto di nuove proprietà e con l'utilizzo della produzione di un gruppo di olivicoltori del luogo, da noi selezionati e seguiti direttamente. Dall'altra parte, a livello commerciale, abbiamo ridotto i formati eliminando le bottiglie da 750 ml e proponendo solo il mezzo litro, i 250 ml e i monodose da 100 ml: questo ci consente di aumentare il numero di pezzi prodotti e di clienti che possono degustare i nostri oli. Riusciamo a incrementare la nostra produzione del 4/5% all'anno, il che ci consente di continuare a reinvestire nell'azienda".

La storia della "famiglia Marfuga", insomma, continua. E già inizia ad affacciarsi una nuova generazione: "Le mie due figlie - racconta Francesco - hanno rispettivamente 18 e 14 anni. Certo, è ancora presto per capire che strada vorranno intraprendere; e il cambio generazionale è un passaggio importante, che va fatto con delicatezza e senza forzare i tempi. Per ora è il momento di studiare (la maggiore sta per andare all'università). Nel frattempo, quello che faccio è cercare di coinvolgerle emotivamente: assistendo alle lavorazioni, presenziando alle premiazioni, imparando ad apprezzare il profumo dell'olio e il suo sviluppo: ci vogliono 9 mesi, proprio come per un bambino che nasce. E ogni volta, per tutti noi, è una magia e un'emozione che si ripete".



GENOVA

e la Casa delle Compere

18

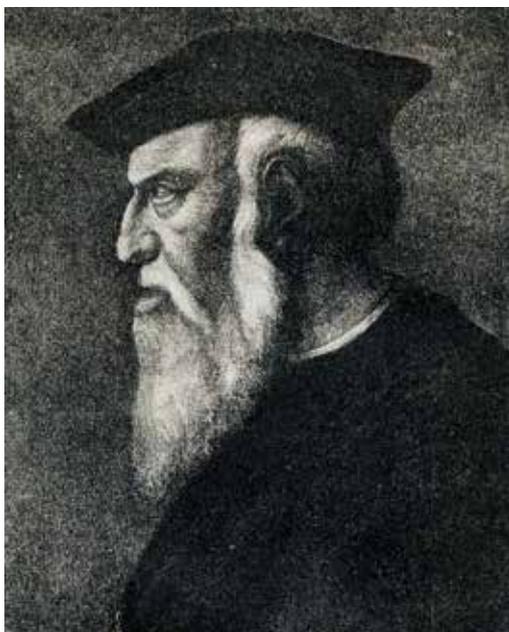
Francesco Ronchi

Dai primi anni del '400 la Compagna Communis (nome dello Stato genovese prima dell'istituzione, dal 1528, della Repubblica) ritenne opportuno gestire in modo univoco i rimborsi degli interessi e del capitale dovuti alle società temporanee tra prestatori (comperisti) che in varie occasioni avevano finanziato il debito pubblico.

Non era infrequente il caso di comperisti costretti dalle circostanze a sciogliersi da una compera ancora in corso; ciò ovviamente metteva in difficoltà gli altri soci e rendeva più difficile al comune ottenere nuovi prestiti. Onde favorire la negoziazione delle obbligazioni, si decise di far confluire la massa debitoria dello Stato nella "Casa delle Còmper e dei Banchi", soggetto giuridico il cui capitale (cioè l'insieme delle comperie attive) venne frazionato in quote (luoghi) del valore nominale di 100 lire genovesi.

I comperisti si trasformarono così in luogatarì, cui era consentito l'accesso al "Gran Consiglio delle Compere", i cui 480 membri deliberavano sulle condizioni dei nuovi prestiti allo Stato genovese e decidevano caso per caso se fosse più conveniente gestire oppure appaltare l'esazione delle gabelle su talune merci e delle imposte nelle località che la città inseriva tra le garanzie per le nuove comperie. Le proposte, prima di giungere in votazione, erano vagliate dai 20 membri di diritto del Gran Consiglio, e in particolare dagli otto Protettori, ben consapevoli dei risvolti politici delle decisioni assunte.

Nel 1443 la Casa delle Compere aveva a disposizione una stanza nel palazzo comunale appartenuto ai Del Mare; pochi anni dopo l'iniziativa dei luoghi aveva avuto un impulso tale che il doge Pietro Fregoso decise di affidarle l'intero edificio, dedicato a San Giorgio.



Andrea Doria
(1466 - 1560),
figura-simbolo
della Repubblica
di Genova.
Nella pagina
accanto, piazza
Caricamento,
realizzata nel
1839 sull'area
occupata nel
Medioevo dalle
banchine portuali



L'anno seguente (1452) quel nome venne scelto anche per il nuovo ordine cavalleresco istituito da Federico III e destinato ad accogliere il fiore della nobiltà genovese.

Al primo piano della Casa di San Giorgio si trovavano i banchi (tavoli) dove venivano annotati nei registri pubblici, in partita doppia, i nomi dei luogatori, il numero dei luoghi a essi intestati, gli interessi e i rimborsi. Nel 1453 il doge Fregoso concesse alla Casa l'amministrazione della Corsica, previo consenso degli isolani; altre cessioni parziali di sovranità alla Casa di

San Giorgio si ebbero negli anni: 1479 (Lerici); 1484 (Sarzana); 1512 (Pieve di Teco, al confine col Piemonte); 1514 (Ventimiglia); 1515 (Lèvanto).

Nel corso dei secoli il sistema dei luoghi assunse i caratteri di un investimento finanziario che garantiva una rendita prossima al 2,5%. La negoziazione dei luoghi consentiva di ridurre i rischi connessi al trasferimento e/o alla conservazione di denaro fisico: i dipendenti della Casa, situata in prossimità del porto, fungevano da ufficiali pagatori, oltre che da esattori di alcune tasse e gabelle. Nella Casa di San Giorgio si poteva cambiare ogni sorta di valuta (numerato) e si negoziavano anche le lettere di cambio.

La Casa di San Giorgio e i Caravana

I Protettori non potevano non interessarsi all'andamento delle attività produttive e commerciali originate dal porto, da cui dipendevano gran parte delle entrate fiscali. Essi non erano mercanti, quindi non avevano interesse a cercare di risparmiare sulle paghe dei lavoratori portuali mettendoli in concorrenza: le "guerre tra i poveri" avevano effetti destabilizzanti, anche sul corso dei luoghi. Essi preferivano affidarsi alla più antica compagnia organizzata di camalli (facchini) quella detta dei Caravana, i cui statuti risalivano al 1340.

I Caravana lavoravano suddivisi in squadre. Si erano dotati di un sistema previdenziale: parte della paga veniva trattenuta e destinata ai soci lavoratori infortunati. Nel 1381 il sodalizio disponeva di sette letti nell'ospedale della Maddalena.

I Caravana erano pagati un po' più degli altri camalli perché garantivano di rifondere al cliente eventuali danni alla merce scaricata, dovuti a negligenza o imperizia. Molti tramandavano il mestiere ai figli; per tradizione le





mogli, anche se genovesi, andavano a partorire nella Bergamasca, e i figli registrati in quelle parrocchie.

Nel 1434 un gruppo di camalli genovesi indirizzò alle autorità una supplica, lamentandosi dei privilegi accordati ai Caravana, ma queste ultime fecero orecchie da mercante; nel 1459 i Caravana ottennero dalle autorità che i famigli, cioè la polizia portuale, dietro loro denuncia avrebbero provveduto a trattenere e a multare i camalli non organizzati che si fossero azzardati a trasportare merci di competenza esclusiva della confraternita.

Uno dei primi atti della neonata Repubblica di Genova, sorta su impulso di Andrea Doria (il grande ammiraglio che aveva legato le sorti del piccolo stato ligure alla Spagna), fu di adottare provvedimenti efficaci contro la tendenza ormai chiaramente posta in atto da parte degli armatori delle navi olandesi - cui facevano capo i traffici delle Fiandre, regione storicamente molto legata in campo economico alla Superba e alla Lombardia - di privile-

giare le rotte atlantiche rispetto a quelle mediterranee.

Nel 1531 venne reso noto agli armatori che sarebbe stata accordata un'importante esenzione daziaria ai bastimenti con carichi di cereali o legumi secchi, se non completo almeno per i 2/3. Il provvedimento si rivelò di difficile applicazione: nel buio di una stiva con carico alla rinfusa (non confezionato in balle o sacchi) non era facile definire se davvero i cereali (nel caso degli olandesi, grano tenero polacco) fossero la parte preponderante.

Ma per l'abbandono del progetto fu determinante la Casa di San Giorgio, che temeva la riduzione delle entrate del suo maggior debitore, in un periodo di crescente ristagno economico. Nel 1562 il Gran Consiglio decise di restituire alla Repubblica la piena sovranità sulle località sopra menzionate, poiché i costi di esazione si erano rivelati più alti rispetto al gettito effettivo degli ultimi anni. Era un segnale di debolezza dovuto in primo luogo alla crisi della marineria genovese, per la quale un punto di svolta sarebbe giunto solo con la battaglia di Lepanto, nel 1571. I rapporti tra la Casa di San Giorgio e il governo rimasero comunque molto stretti, anche perché essa aveva notevole voce in capitolo nella privata sulle lotterie, in quella del commercio del sale e sulla zecca. Vent'anni dopo, quando nella rivale Livorno venne istituito il "porto franco", la Repubblica applicò con maggior determinazione analoghi provvedimenti di esenzione dai dazi. Nel giro di due decenni il porto franco si rivelò una scelta felice; il Gran Consiglio ne prese atto, e dal 1623 ne ottenne la gestione diretta.

Dal 1630 inoltre la Casa fu autorizzata a emettere propri biglietti di cartulario nominativi, pagabili a vista e trasferibili mediante girata. Le truppe giacobine nel 1797 si impadronirono della cassa, tuttavia parte delle funzioni finanziarie vennero lasciate all'istituzione, ridenominata in epoca napoleonica Banco di San Giorgio. 

**Il personale
e la sede della
filiale Banco
Desio di piazza
De Ferrari
40r/42r/44r,
a Genova**





TORINO

città del mistero

Anita Armani

Una città magica: nel caso di Torino, questo aggettivo non fa soltanto riferimento all'indubbio fascino della città con i suoi mille scorci, i portici eleganti, il parco del Valentino, i caffè storici... Questa città, infatti, è anche universalmente nota per un particolare legame con un mondo segreto, paranormale, in bilico tra esoterismo e massoneria; un aspetto con cui i torinesi "doc" convivono amabilmente, senza troppo clamore, citandolo "en passant" con un velo di ironia ma senza rinnegarne l'esistenza. Tanto che, tra le attrazioni turistiche, esistono anche veri e propri tour organizzati alla scoperta della "Torino magica".

Questa nomea trova le sue radici nella stessa fondazione della città, Augusta Taurinorum, avvenuta nel 28 a.C. per volere di Augusto. Fin dalle sue origini, l'insediamento era diviso in due zone: quella a est, in direzione del sorgere del sole, in corrispondenza del lato benigno del territorio; e quella a ovest, da dove arrivano le tenebre, in cui venivano sepolti i morti e giustiziati i condannati. È nata così la leggenda di una città in cui confluiscono e si concentrano le forze del bene e del male, su cui gli esperti di esoterismo hanno sviluppato una serie di teorie. Prima tra tutte quella che vede in Torino uno dei vertici del triangolo della magia nera, insieme alle città di Londra e San Francisco; ma anche, al tempo stesso, un elemento del triangolo della magia bianca (questa volta insieme a Praga e Lione). Un luogo, insomma, assolutamente speciale, in cui le forze del bene e quelle del male si incontrano e si scontrano in un

continuo intrecciarsi. Di qui sono passati, nel corso dei secoli, famosi alchimisti e chiaroveggenti come Nostradamus, Cagliostro, il conte di Saint Germain; e proprio qui, nel 1903, è nato Gustavo Adolfo Rol, forse il più celebre e controverso veggente e sensitivo d'Italia (ricordato anche da una targa posta sulla sua abitazione di via Silvio Pellico 31).

Non tutti, ovviamente, concordano con una simile interpretazione esoterica; molti, in modo assai più concreto, attribuiscono la fama di Torino come città "diabolica" ai conflitti tra la casa Savoia e la curia romana e all'atteggiamento anticlericale della città. Ma che ci si creda o meno, quella della "Torino magica" resta comunque una tematica interessante e strettamente legata al carattere della città e a certe sue atmosfere oscure e misteriose. Non a caso, il grande pittore metafisico Giorgio de Chirico definì Torino come la città "più profonda, più enigmatica, più inquietante, non d'Italia ma del mondo".

Sotto, piazza Statuto con la fontana "del Frejus". Nella pagina seguente, in basso, piazza Castello con la facciata di Palazzo Madama





La Torino “nera” ha il suo cuore in Piazza Statuto, considerata il vertice del triangolo magico: una fama che vede intrecciarsi credenze esoteriche ed elementi storici. Proprio qui, infatti, i romani avevano collocato la necropoli e la vallis occisorum, cioè il patibolo dove venivano giustiziati i criminali. A rimarcare l’oscura nomea del luogo c’è anche il fatto che al di sotto del laghetto della fontana, posta al centro della piazza, si trova lo snodo centrale delle fognature, il cui antico nome di “cloache” aveva il significato di “bocche dell’inferno”. La fontana stessa, dedicata alle vittime del traforo del Frejus, viene da molti considerata l’apice della negatività e la figura principale, un angelo con una stella a 5 punte sulla fronte, viene spesso identificato con Lucifero.

Un secondo luogo cardine del lato oscuro della città si trova nei pressi di piazza Statuto, nel punto in cui convergono corso Regina Margherita, corso Valdocco e corso Principe Eugenio, tradizionalmente

chiamato “Rondò della Forca”. Un nome derivante dal fatto che proprio qui, dal 1835 al 1853, venivano eseguite le sentenze capitali alla presenza del pubblico. Nel punto esatto in cui era installato il patibolo, all’angolo con Corso Regina Margherita, oggi sorge una statua dedicata a a San Giuseppe Cafasso, prete che sosteneva spiritualmente i carcerati e i condannati a morte; a brevissima distanza, in via Bonelli 2, si trova invece la casa di Piero Pantoni, ultimo boia della città.

Non manca un capitolo dedicato alla massoneria, che si dice abbia come luogo-simbolo la fontana in bronzo “della Quattro Stagioni” di piazza Solferino. Un monumento dalla storia tormentata: commissionata da Pietro Bajnotti, ministro di Casa Savoia, per ricordare i genitori defunti, la fontana avrebbe dovuto essere realizzata in stile gotico medioevale ed essere collocata davanti al duomo, in Piazza San Giovanni. Fu invece posta in posizione più defilata, e il motivo, secondo molti, consiste nella sua complessa simbologia, oscura ai più ma perfettamente leggibile dagli iniziati: un vero e proprio compendio di cultura massonica che ricostruisce, attraverso le sue statue, il percorso interiore dell’iniziato per arrivare alla vera conoscenza.

Fra tradizione e leggenda, camminare per Torino può comunque portare alla scoperta di molti altri punti di riferimento considerati legati a elementi di magia nera. Come il “portone del diavolo” del Palazzo Trucchi di Levaldigi, in via XX Settembre, nello stabile costruito dal ministro delle Finanze di Casa Savoia che fu in seguito anche sede della Reale

22

**In alto
e nella pagina
successiva,
la sede
e i dipendenti
della filiale Banco
Desio di
corso Matteotti 25,
a Torino**



Fabbrica dei Tarocchi. Realizzato a Parigi nel 1675 e fatto installare in una notte (fatto che contribuì ad alimentare la sua fama "diabolica") il portone è caratterizzato da ricchi motivi decorativi floreali, al cui centro però appare il volto del diavolo e due serpenti. E a conferma della negatività del luogo, il fatto che tra il 1700 e il 1800 il palazzo fu scenario di macabri delitti irrisolti: una danzatrice pugnalata durante una festa, un soldato scomparso nel nulla il cui cadavere fu ritrovato solo vent'anni dopo all'interno di un'intercapedine.

Per fortuna, però, anche stando alle credenze e alle tradizioni Torino ha una parte "bianca" e luminosa, che controbilancia tutte queste negatività. Il centro di riferimento, in questo caso, si trova in piazza Castello: per la precisione, l'epicentro dell'energia positiva è identificato nella fontana dei Tritoni del Palazzo Reale. Per contro, il cancello del palazzo con le due statue dei Dioscuri segna il confine che separa la "città bianca" dalla "città nera".

Altro punto di riferimento per la magia bianca è considerata la Gran Madre, bellissima chiesa affacciata sul Po, ai piedi della collina: secondo vari esperti di esoterismo, le due statue all'entrata (che rappresentano la Fede e la Religione) mostrerebbero il luogo dove è sepolto il Sacro Graal: una mostrando il calice, l'altra indicando con lo sguardo la direzione da seguire.

C'è poi il Museo Egizio (il secondo più grande del mondo dopo quello del Cairo), in cui tra mummie e sarcofaghi i riferimenti esoterici si sprecano: alcuni considerati ricchi di carica negativa (come i reperti riguardanti il Faraone Tutankamon e la testina mummificata del malefico Seth, fratello e assassino di Osiride), mentre altri (come gli oggetti che riguardano e raffigurano il Faraone Thutmosi III, maestro nelle discipline esoteriche che regnava in Egitto quando la città di Augusta Taurinorum venne fondata) capaci invece di generare una forza positiva tale da portare il saldo del luogo "in attivo".

Infine, nell'elenco dei simboli esoterici di magia bianca compare anche uno dei simboli più noti e inconfondibili di Torino: la Mole Antonelliana, monumentale edificio a cupola progettato dall'architetto Alessandro Antonelli nella seconda metà dell'Ottocento. In questo caso, l'intero palazzo svolgerebbe la funzione di una enorme antenna che tende al cielo e che irradia sulla città di Torino l'energia positiva presa dal sottosuolo.

Se questa chiave di lettura non è condivisa da tutti, quel che è certo invece è che, in un ambito assai meno soprannaturale, all'interno della Mole è ospi-

tato dal 2000 il Museo Nazionale del Cinema: uno dei più importanti al mondo, che vanta un ricchissimo patrimonio di materiali rari e preziosi (oltre 37.700 titoli nella videoteca, manifesti e materiali pubblicitari, gadget e memorabilia, manifesti e materiali pubblicitari, registrazioni sonore cinematografiche e molto altro). Un centro di eccellenza che, a prescindere da ogni considerazione su elementi di magia bianca o nera, merita senza dubbio una visita. 





La festa di San Costanzo a Perugia

Luisa Ferrari

Chissà se anche in un periodo tormentato e complesso come quello che stiamo vivendo, il buon San Costanzo riuscirà a superare tutte le difficoltà e a non saltare il tradizionale appuntamento con la sua festa, una delle più sentite e attese per gli abitanti di Perugia che - come il resto d'Italia - saranno invece costretti a rinunciare a molti eventi in programma nel corso dell'estate.

Il 29 gennaio, infatti, è il giorno dedicato al Santo Patrono della città; anche se sarebbe più corretto dire "uno dei" Santi Patroni, dal momento che Perugia ne vanta ben tre: oltre a Costanzo, San Lorenzo (10 agosto) e Sant'Ercolano (7 novembre). Ma di certo San Costanzo (detto anche "santo della grande freddura" per evidenti motivi meteorologici) occupa un posto speciale nelle tradizioni locali, con una serie di festeggiamenti che hanno il loro culmine nella "Luminaria di San Costanzo": una fastosa processione che si svolge la sera della vigilia della festa del santo, le cui origini risalgono all'inizio del XIV secolo e che risulta menzionata anche negli statuti medievali del Comune di Perugia.

Uno degli elementi più caratteristici di questo festeggiamento è il fatto di unire elementi della comunità religiosa e della comunità civile della città, entrambi protagonisti di una cerimonia che si ripete da ben sette secoli. Il primo corteo della "Luminaria grande" fu infatti istituito dai nove Priori delle arti del Comune di Perugia l'11 dicembre 1310; la finalità era quella di invocare il martire Costanzo per la salvaguardia e l'accrescimento della pace e della tranquillità del popolo di Perugia. Alla manifestazione dovevano partecipare obbligatoriamente i maggiorenti della città, "recando in mano dei lumi": i priori delle arti, il podestà, il capitano, i consoli della Mercanzia e gli auditori del Cambio, gli artigiani di tutte le corporazioni, e anche il Vescovo con tutto il clero, oltre al popolo di tutti i borghi.

Così tuttora un lungo e suggestivo corteo, popolato da figuranti in costume medievale provenienti dai

cinque rioni storici della città, attraversa il centro storico di Perugia fiaccole alla mano, per terminare con il rito dell'omaggio votivo al Santo di cinque doni-simbolo della storia civile e religiosa della comunità: la corona d'alloro (consegnata da un rappresentante della polizia municipale), il cero (da parte del sindaco), il "torcolo" (tipico dolce tradizionale offerto dagli artigiani), l'incenso (da parte del Consiglio Pastorale) e il vin santo (dono di due giovani sposi). La cerimonia si svolge nella basilica eretta nel luogo in cui – secondo la tradizione – San Costanzo fu sepolto dopo il martirio: un edificio esistente fin dal 1027 e consacrato nel 1205, oggetto di vari rifacimenti nei secoli XVI e XVIII. La chiesa fu poi interamente ricostruita nel 1889 in stile neo-romanico dall'architetto Guglielmo Calderini, utilizzando decorazioni in cotto provenienti dalla fornace Biscarini di Perugia, ma alcuni elementi dell'antica struttura sono tuttora riconoscibili: come l'abside e le sculture del portale (fine XII sec.); due stipiti in marmo decorati con tralci di vite e animali fantastici; l'architrave su cui è raffigurato Cristo benedicente e ai lati i simboli degli evangelisti.

Ma chi era questo santo così amato e venerato? Nato a Foligno e vissuto nel II secolo, San Costanzo fu il primo vescovo di Perugia. Morì intorno all'anno 170, martirizzato al tempo delle persecuzioni dell'imperatore Marco Aurelio nei confronti dei cristiani. La tradizione racconta che Costanzo fu condotto da alcuni soldati davanti al console Lucio e barbaramente flagellato, quindi immerso nell'acqua bollente, da dove uscì miracolosamente illeso. Ricondotto in



carcere, convertì i suoi custodi, che lo aiutarono a fuggire. Rifugiatosi a casa del cristiano Anastasio, fu con questo di nuovo arrestato e decapitato nella città di Foligno. Il corpo del santo, dopo il martirio, fu portato a Perugia e sepolto nel luogo in cui fu eretta la chiesa a lui intitolata.

I festeggiamenti per San Costanzo proseguono poi per tutta la giornata successiva alla processione, con una fiera e una mostra-mercato di prodotti tipici e artigianato che animano le vie del centro città, in un evento che riunisce spiritualità, tradizione ed enogastronomia.

E fra le tradizioni più curiose c'è quella che prevede che, il giorno della festa, le giovani nubili curiose di sapere se saranno presto spose si possono recare nella chiesa dedicata al Patrono e osservare il gioco di luci riflesse sulla sua immagine. Secondo il detto, se il Santo farà l'occholino, le nozze si celebreranno entro l'anno: "San Costanzo dall'occhio rotondo famme l'occhietto sinnò n'ciartorno".

Una ciambella come simbolo

Uno dei più celebri e amati simboli della festa di San Costanzo è il torcolo, dolce tradizionale che accompagna l'evento e che viene offerto quasi ovunque. Si tratta di una ricetta povera, preparata con ingredienti semplici (farina, zucchero, lievito, olio e burro, insieme a uvetta sultanina, pinoli, cedro candito e semi di anice) ma estremamente gustosa. E anche sulla sua tipica forma a ciambella sono fiorite diverse - e un po' macabre - interpretazioni: secondo una versione, il buco rappresenterebbe infatti il collo decapitato del santo; un'altra tradizione vuole che la forma a ciambella rappresenti la collana del Santo ricca di pietre preziose (da qui il cedro candito), sfilatasi al momento della decapitazione; altri ritengono che il torcolo ricorderebbe la corona di fiori posta sul collo di San Costanzo nella ricomposizione del corpo dopo la decapitazione; e c'è infine anche chi, con un approccio molto più pratico, sostiene che il buco sia stato fatto semplicemente per poterlo infilare facilmente nei bastoni e trasportarlo così alle fiere o ai mercati.





26

In forma sulla rete

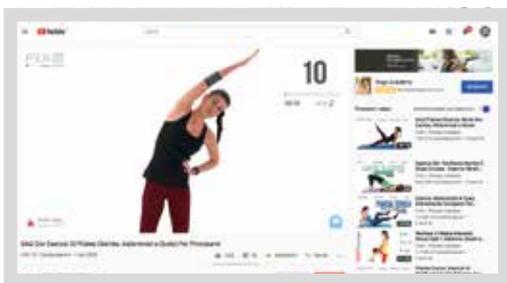
Luisa Ferrari

Nel periodo di quarantena da Coronavirus è stata una scelta obbligata, dettata dalla necessità e motivata dal desiderio di conservare la propria forma fisica a un livello accettabile (o, quantomeno, contrastare l'inesorabile aumento di peso derivante dal dover rimanere chiusi in casa con un frigorifero pieno).

Ma, a conti fatti, si è anche rivelata una piacevole e pratica scoperta per la vita quotidiana in condizioni di normalità: stiamo parlando delle innumerevoli risorse on line (siti, app, video) dedicati alle più diverse forme di "allenamento da casa" che in molti casi hanno creato una benefica abitudine, persino in persone da sempre refrattarie a palestre e piscine.

Anche perché, a parte la comodità di un istruttore direttamente nel proprio salotto, le possibilità a disposizione sono davvero per ogni gusto e per ogni livello di forma. I canali YouTube, in particolare, con i loro filmati (che possono essere riprodotti anche sullo schermo del televisore) offrono sessioni di allenamento o veri e propri corsi completi, facili da seguire. Eccone alcuni esempi, che possono essere completati e integrati a piacere attraverso una semplice ricerca on line.

Uno dei canali più apprezzati e seguiti in Italia (sono 378.000 gli iscritti) è quello di Fixfit, che propone centinaia di workout divisi per livello di difficoltà, zona e tempo. Le sessioni durano dai 10 ai 40 minuti e propongono esercizi mirati un po' per ogni esigenza: dal rafforzamento degli addominali allo stretching per la schiena, dai "circuiti" brucia-grassi all'allenamento specifico per braccia e spalle; Un "contatore" a lato del video indica i tempi di esecuzione, le calorie bruciate e il livello di inten-



sità dell'allenamento prescelto. Il tutto completato da consigli nutrizionali e sullo stile di vita.

Per chi apprezza gli allenamenti rapidi e intensi c'è anche il canale Impactotraining, in cui il preparatore atletico Fabio Inka propone esercizi a corpo libero di breve durata e massima efficacia: sessioni mirate da 6 minuti o allenamenti completi da 20 minuti, con serie specifiche come quella dedicata all'"allenamento in ufficio".

Ci sono anche i consigli dei campioni: sul sito di Sport e Salute (azienda pubblica che si occupa dello sviluppo dello sport in Italia), durante il periodo di lockdown è stata infatti realizzata la sezione "Sport a casa" (www.sportesalute.eu/sport-a-casa) in cui i consigli di allenamento e i vari esercizi sono proposti e mostrati dai più grandi campioni dello sport nazionale: dallo sciatore Christof Innerhofer al ginnasta Igor Cassina, dalla specialista di triathlon Ilaria Zane alla "farfalla" della ginnastica ritmica Angelica Savrayuk: un modo divertente per allenarsi in compagnia dei propri beniamini.

Va detto che, in molti casi, i video disponibili sul web sono in lingua straniera (inglese o spagnolo i più presenti). La cosa però non rappresenta un particolare impedimento, e non è il caso di farsi scoraggiare se non si riescono a comprendere le indicazioni: anche senza capire il parlato, nella maggior parte dei casi è sufficiente imitare i gesti dell'istruttore per ottenere buoni risultati.

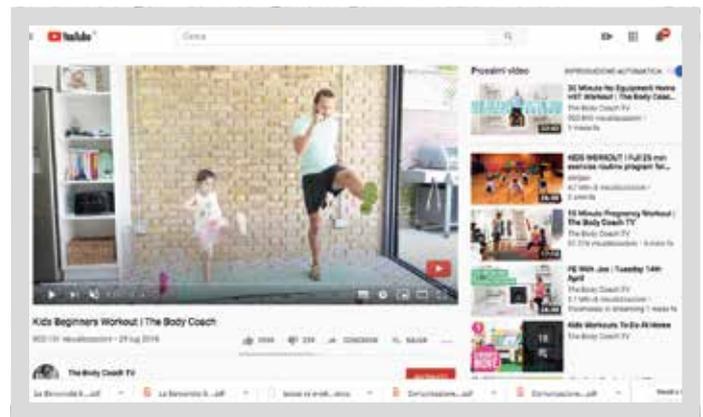
Si può così seguire, ad esempio, uno dei personaggi più noti del fitness on line: Joe Wicks, che sul suo canale YouTube "The Body Coach TV" vanta poco meno di due milioni e mezzo di iscritti. I video proposti, in questo caso, sono quasi infiniti (e c'è anche un collegamento in diretta ogni giorno dal lunedì al venerdì). A rendere particolarmente interessante il canale c'è il fatto che siano disponibili tra l'altro intere sezioni dedicate alla ginnastica per i bambini o a quella "for seniors" specificamente studiata per i meno giovani.

Le proposte del web, comunque, non comprendono solo quella che un tempo era genericamente definita come "ginnastica a corpo libero": nell'ambito delle attività dedicate al benessere on line un filone particolarmente ricco di proposte è quello dedicato a discipline più "soft" e maggiormente orientate a un concetto generale di equilibrio del corpo e della mente.

A partire, ovviamente, dallo yoga: il canale italiano "La scimmia yoga" è in questo senso una vera miniera di proposte, con sessioni di differenti durate e livelli di intensità, tutte chiaramente spiegate. Sullo stesso canale sono inoltre disponibili anche video

più teorici di "filosofia yoga", dedicati a concetti come energia, chakra, consapevolezza; come pure una serie di video che permettono di compiere una serie di meditazioni guidate, accessibili a tutti.

Per quanto riguarda in specifico lo yoga, comunque, uno dei nomi più noti e apprezzati arriva anche in questo caso dagli Stati Uniti: "Yoga with Adriene", canale YouTube con oltre sette milioni e mezzo di iscritti, è un punto di riferimento in questo campo; la sua creatrice e protagonista, Adriene Mishler, è ormai diventata una vera e propria icona (e insieme a lei anche il suo cane Benji, che spesso compare nei filmati). Il segreto del successo di questo canale ha sicuramente a che fare con la scelta degli esercizi, di diverso livello di difficoltà ma mai né eccessivamente "acrobatici" né, al contrario, troppo banali, e con la quantità di pratiche proposte per ogni occasione e momento della giornata: yoga per il collo e le spalle, per le mani, per gli scrittori, yoga per chi si sente vulnerabile, per chi soffre di vertigini... Ci



sono anche interi "percorsi" che durano 30 giorni e che conducono il praticante con gradualità verso una migliore forma fisica.

Altra attività molto amata, e per molti aspetti contigua allo yoga è il pilates: in questo caso si può fare riferimento al canale italiano "Pilates con Giorgia": l'insegnante dedica una particolare attenzione ai principianti che per la prima volta si accostano a questa disciplina, che viene svolta sia a corpo libero sia con l'ausilio di piccoli attrezzi; un'intera sezione di video è inoltre dedicata al metodo Feldenkrais, incentrato sul concetto di "consapevolezza attraverso il movimento", sulla riduzione delle tensioni e su un riequilibrio della connessione tra corpo e psiche.

Non ci sono scuse, insomma; che riaprano o meno le palestre, che sia possibile dedicarsi ad attività all'aria aperta oppure no, il web sembra aver reso evidente una cosa: mantenersi in forma è soprattutto una questione di buona volontà. 

*L'esperienza della Professoressa Adriana Balduzzi,
responsabile del Day Hospital di Ematologia Pediatrica
presso il Centro Maria Letizia Verga-Ospedale di Monza*



28

Sport per

CAMPIONI SPECIALI

Andrea Pizzi

Il volto di Adriana Balduzzi, rigorosamente coperto dalla mascherina chirurgica, è quello della fatica.

Ha appena smontato dal turno di notte, trascorso con i suoi ragazzi, quelli che assiste al Centro Maria Letizia Verga di Monza. È stanca, lo si intuisce forse ancora di più in videochiamata, nel vivo della pandemia da Covid-19. Ma le sue parole sono quelle di chi il proprio lavoro lo fa con passione. È il medico responsabile del Day Hospital di Ematologia Pediatrica presso l'Ospedale San Gerardo di Monza, struttura di eccellenza per lo studio e la cura della leucemia infantile, che fa riferimento alla Fondazione per il Bambino e la sua Mamma: "Qui è un po' come fosse casa mia – dice -. Qui ho ricevuto la mia prima borsa di studio, negli anni della specializzazione. La mia storia professionale è legata a doppio filo con quella del Comitato Maria Letizia Verga, che è il valore aggiunto del Reparto di Ematologia della Clinica Pediatrica di Monza. Il sostegno del Comitato è costante,

per i grandi progetti, così come per le piccole cose".

I frutti di questa alleanza terapeutica stanno nei numeri: "Presso l'Ematologia Pediatrica a Monza – spiega la Professoressa Balduzzi - sono stati curati oltre 2.500 pazienti e oltre 800 sono stati sottoposti a trapianto di midollo osseo. Consideri che ogni anno vengono diagnosticati e curati circa 80 bambini e ragazzi con leucemia o linfomi, oltre ad altrettanti casi di malattie ematologiche non oncologiche".

Qui le emozioni, quelle forti, sono all'ordine del giorno. Così come è di casa la ricerca di nuove modalità di cura. Una di queste la si fa attraverso lo sport. Proprio così: lo sport.

Nell'ambito dell'attività ordinaria, infatti, la Professoressa Balduzzi coordina e supervisiona dal punto di vista clinico il progetto Sport Therapy, nato nel 2017 su impulso del Professor Andrea Biondi, Direttore della Clinica Pediatrica. Il Medico dello Sport responsabile del progetto Sport Therapy è la Dotto-

ressa Francesca Lanfranconi. Accanto a lei lavorano il Dottor Marco Pollastri, medico dello sport, scienziati motori, osteopati e istruttori di gesto tecnico, come il maestro di golf, la guida alpina per l'arrampicata sportiva o il maestro di karate.

Il progetto è sostenuto dal Dottor Momcilo Jankovic, Pediatra ed Ematologo, il noto 'Dottor Sorriso'. Nella squadra c'è anche Tommaso Moriggi, oggi scienziato motorio, ma ieri ragazzo in cura proprio in questo Centro per la leucemia: è lui uno dei simboli della rinascita, che da sempre si cerca di trasmettere attraverso chi guarisce da questa malattia.

Nella sede monzese è stata allestita in modo innovativo una palestra sicura e adatta agli esercizi effettuati durante la Sport Therapy. Si tratta di un percorso inclusivo, dove sia gli atleti molto fragili sia quelli più prestanti possono fare esercizi adatti alle loro capacità. È idealmente uno spazio unico, che collega le camere del reparto, la palestra e la terrazza con una progressione di attività che prepara anche alla vita fuori dall'ospedale.

La Sport Therapy ha molteplici significati. Lo spiega bene la Professoressa Balduzzi, che cita il modello monzese come un punto di riferimento per molti altri centri, affiancandosi ad analoghe esperienze sia in Europa (a Francoforte in Germania, ad Atene in Grecia, a Bratislava in Slovacchia), sia oltreoceano (ad Adelaide in Australia): "Quando un bambino giunge in un reparto di Ematologia Pediatrica, la comunicazione di diagnosi assume un ruolo drammatico per le

famiglie. L'esordio della malattia leucemica è, nella maggior parte dei casi, acuto, cioè veloce. Poter dire che alla chemioterapia si assocerà la Sport Therapy è una comunicazione rassicurante. Fa capire ai ragazzi e ai loro genitori che c'è un futuro. Inoltre gli schemi di chemioterapia implicano la necessità di ricoveri, talora protratti, durante i quali i bambini e i ragazzi sono allettati (altro che la quarantena che ci ha riguardato tutti in queste settimane di inizio 2020!, ndr). L'allettamento è di per sé una malattia, che si può contrastare con l'allenamento. Partecipare ai programmi di Sport Therapy riduce i danni da allettamento e immobilità, che includono l'aumentato rischio di infezioni respiratorie".

Insomma, la Sport Therapy offre un contributo cruciale al lavoro dei medici.

Ogni bambino ricoverato nel centro viene valutato dai pediatri e inviato per la valutazione medico-sportiva presso il team di Sport Therapy, che preparerà per il piccolo paziente una scheda di allenamento adatta alle sue caratteristiche, proprio come si fa per i campioni dello sport. Del resto, questi piccoli sono assai più che campioni!

Per fare un allenamento di precisione è necessario conoscere le condizioni di salute di ogni piccolo atleta. Si devono verificare le capacità residue di compiere esercizio aerobico (camminare, correre, salire e scendere le scale), quanta forza c'è ancora nelle gambe e nelle braccia, l'equilibrio, la coordinazione, l'agilità e la flessibilità dei muscoli.

LA SCHEDA

Il Centro Maria Letizia Verga - Fondazione Monza e Brianza per il Bambino e la sua Mamma (MBBM) Onlus gestisce direttamente i reparti della Clinica Pediatrica, della Clinica Ostetrica e della Neonatologia all'interno dell'Ospedale San Gerardo di Monza.

Il Comitato Maria Letizia Verga per la cura e lo studio della leucemia del bambino, fondato nel 1979, riunisce genitori, amici e operatori sanitari con l'obiettivo di offrire ai bambini ammalati di leucemia in cura presso la Clinica Pediatrica dell'Università Bicocca di Milano, l'assistenza medica e psico-sociale più qualificata al fine di garantire loro le più elevate possibilità di guarigione e la miglior qualità della vita.

Si trova a Monza, via Pergolesi 33.

Telefono segreteria: 039.2333526

info@comitatomarialetiziaverga.org

www.comitatomarialetiziaverga.it



Nella foto a pagina 28, l'equipe medica del progetto Sport Therapy. Qui a fianco, la Dottorssa Adriana Balduzzi con un piccolo paziente nella palestra del centro monzese

"La forza dei nostri piccoli pazienti non finisce mai di sorprenderci"



I medici dello sport rivalutano continuamente l'atleta, unitamente ai pediatri, e adattano l'allenamento in base alla performance e ai parametri registrati in ogni seduta di trattamento.

L'allenamento di precisione viene svolto in palestra e direttamente nelle camere dei reparti. Esistono degli appositi kit di attrezzi e gli esercizi sono effettuati in gruppo, quando è possibile, o individualmente, a seconda delle condizioni di salute.

I risultati sono incoraggianti: l'analisi dei dati in corso e l'entusiasmo dei partecipanti dimostrano che la Sport Therapy contribuisce a contrastare gli effetti collaterali delle terapie e aiuta il bambino ad avere una migliore qualità di vita sociale e psicologica.

Negli occhi e nel cuore di chi deve affiancare bambini e ragazzi catapultati in una sfida così tremenda ci sono immagini ed emozioni che lasciano il segno: "Chiudo gli occhi e si affollano nella mia mente dieci, cento, mille bambini e ragazzi che abbiamo curato negli anni, insieme ai loro genitori, con i quali abbiamo gioito e pianto, fianco a fianco – racconta Balduzzi -. Ciascuno di loro resterà scritto per sempre nei nostri cuori. Da ciascuno di loro abbiamo imparato qualcosa. La forza dei nostri piccoli pazienti non finisce mai di sorprenderci. Mi sono commossa quando una ragazza mi ha guardato negli occhi e mi ha detto 'Mi hai semplicemente salvato la vita'; oppure quando un papà, che stava per perdere suo figlio, mi ha detto 'Non smetta mai, c'è bisogno di gente come voi...'. E come non commuoversi di fronte alle lettere che si scambiano i donatori di midollo e i genitori dei bambini trapiantati? Quelle famiglie celebrano un doppio compleanno, è una vera rinascita. Insomma, serbo infiniti episodi di felicità e dolore".

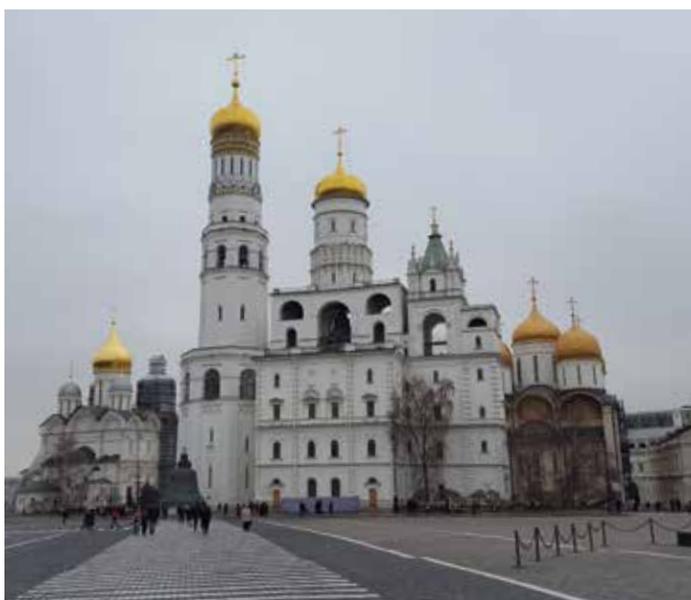
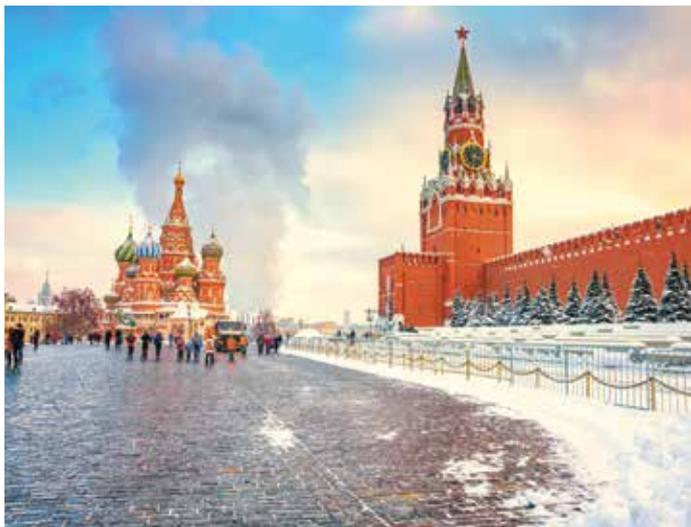
Le famiglie e in particolare i genitori sono quanto mai coinvolti in questi percorsi di rinascita: "Ciascun

pediatra ben sa di dover instaurare una relazione a triangolo, che vede coinvolti i pazienti e i loro genitori – aggiunge -. I bambini sono dei piccoli eroi grazie ai loro genitori, che sono delle rocce. Quando vediamo che nuove famiglie, indipendentemente dalla loro storia, si aggiungono e uniscono le loro energie a chi già lavora nel Comitato, vediamo una conferma del nostro modo di lavorare".

In tutto questo la Sport Therapy può essere uno strumento assai efficace: "Credo ci siano tre possibili aspirazioni. La prima è dimostrare, dal punto di vista della ricerca scientifica, che effettivamente questo tipo di terapia è utile alla cura dei bambini con leucemie e linfomi o sottoposti a trapianto di midollo; la seconda è far rientrare questa cura tra quelle erogate dal sistema sanitario nazionale, così da promuoverne la diffusione, e, da ultimo, verificare in tempi lunghi (dieci anni) se nei centri dove si effettua la Sport Therapy i bambini hanno una maggior probabilità di guarire e con minori strascichi".

Già questo è un sogno. Ma Adriana Balduzzi ne ha altri. Uno in particolare: "Sogno il giorno in cui, nel momento di una nuova diagnosi di leucemia, la ricerca ci consentirà di dire a un genitore che le probabilità di guarire del suo bambino sono vicine al 100%. Già oggi possiamo affermare che la stragrande maggioranza dei bambini guarisce. La ricerca ci consente di individuare caratteristiche biologiche della malattia e della risposta alla terapia che consentono di personalizzare le cure così da limitare la tossicità nelle forme a miglior prognosi o di intensificare il trattamento nelle forme ad alto rischio. Oggi la sfida è quella di individuare terapie mirate, secondo quella che si definisce 'medicina di precisione', che potrà consentire di ridurre ulteriormente la tossicità".

A MOSCA *tra monumenti e mercatini*



A cura della redazione

L'emergenza-Coronavirus ha avuto un effetto dirompente, tra le altre cose, anche sui viaggi; e al momento in cui stiamo realizzando questo numero della rivista, ancora non è chiaro quando e in che modalità ci sarà possibile riprendere a visitare Paesi lontani.

Sulla base di queste considerazioni si rivela ancora più preziosa l'occasione colta dal Circolo Ricreativo Culturale di Gruppo Banco Desio lo scorso dicembre, con l'organizzazione di un viaggio alla scoperta di Mosca. Un "long weekend" sicuramente dedicato a chi non teme le basse temperature e ha osato sfidare il leggendario "Generale Inverno". Sfida che, peraltro, si è rivelata assai meno proibitiva del previsto: il mese di dicembre 2019 è stato il più caldo mai registrato in Russia dal 1891, quando il Paese ha cominciato a raccogliere statistiche sul meteo, con temperature al di sopra dello zero che hanno reso più agevole e confortevole la visita alla metropoli.

I partecipanti al viaggio hanno così potuto godersi al meglio una passeggiata al parco Zaryade con il suo "ponte galleggiante" affacciato sul fiume Moscova e visitare i maggiori luoghi-simbolo della città: la Cattedrale del Cristo Salvatore con la splendida vista offerta dalla sua terrazza panoramica; il Cremlino, antica cittadella simbolo della Russia, e il Palazzo dell'Armeria situato al suo interno (con uno dei più famosi musei di Arti applicate di tutta la Russia); la sterminata Piazza Rossa (lunga ben 700 metri) su cui si affaccia la Cattedrale di San Basilio con le sue inconfondibili cupole colorate. E per concludere, una visita al mercatino di Ismailovsky, vero e proprio paradiso del souvenir, tra le cui bancarelle si possono trovare oggetti di tutti i tipi: dalle classiche matrioske ai cappelli dei militari dell'Armata Rossa, da oggetti d'epoca a memorabilia del periodo sovietico. Un vero tuffo nella storia e in un mondo ricco di fascino e di sorprese.

31

Bambini in festa

Un incontro che è ormai una vera tradizione: è l'evento che, in occasione del Natale 2019, ha visto radunate al Teatro Manzoni di Milano le famiglie del personale di Gruppo Banco Desio, per la consueta festa dedicata ai bambini.

Entusiasmo e grande partecipazione per lo spettacolo "Gli elfi di Babbo Natale", seguito dalla distribuzione dei doni; a fare gli onori di casa, il Presidente del Gruppo Stefano Lado e il Presidente del Circolo Ricreativo Culturale Umberto Vaghi, insieme all'intera dirigenza.



VAL D'ORCIA

i panorami del Rinascimento

32

Anita Armani

È una delle immagini-simbolo della Toscana; anzi, a livello internazionale è probabilmente uno dei più noti scenari che rappresentano il fascino del "Bel Paese" nel suo complesso, insieme a grandi classici come il Colosseo e Piazza San Marco. Eppure, anche in Italia non sono molti a conoscere a fondo la Val d'Orcia, un'ampia area a sud di Siena che comprende alcuni tra i più straordinari paesaggi naturali e insediamenti umani di tutta Europa.

Non a caso, del resto, l'intera valle è configurata come "Parco Artistico Naturale e Culturale" e nel 2004 è stata riconosciuta patrimonio mondiale dell'Umanità dall'UNESCO, con una serie di motivazioni che sono state così definite dall'apposita Commissione: "Criterio (iv): la Val d'Orcia è un eccezionale esempio di come il paesaggio naturale sia stato ridisegnato nel periodo rinascimentale per rispecchiare gli ideali di buon governo e per creare un'immagine este-

ticamente gradevole. Criterio (vi): il paesaggio della Val d'Orcia è stato celebrato dai pittori della Scuola Senese, fiorita durante il Rinascimento. Le immagini della Val d'Orcia ed in particolar modo le riproduzioni dei suoi paesaggi, in cui si raffigura la gente vivere in armonia con la natura, sono diventate icone del Rinascimento ed hanno profondamente influenzato il modo di pensare il paesaggio negli anni futuri".

Un luogo magico in cui natura, storia e cultura si incontrano e si intrecciano in assoluta armonia: un paesaggio di morbide colline, sovrastato dalla severa sagoma vulcanica del Monte Amiata, che ha come protagonisti campi coltivati, vigneti, strade bianche, casolari isolati, nonché gli inconfondibili cipressi (incluso il celebre e fotografatissimo boschetto chiamato "i cipressini", che si staglia tra i campi coltivati di San Quirico d'Orcia).

Proprio San Quirico è sicuramente uno dei borghi da non perdere, nel corso di una visita a questi luoghi. Di probabile origine etrusca, il paese vanta un patrimonio



artistico e culturale assolutamente straordinario, che comprende la Collegiata dei Santi Quirico e Giuditta, un edificio romanico le cui prime notizie risalgono addirittura all'VIII secolo. La chiesa si apre all'esterno tramite tre portali, uno dei quali – posto in direzione di Siena – è uno splendido esempio di gusto romanico e costituisce uno dei rari esempi di stile lombardo in Toscana. Altro edificio religioso da visitare è la chiesa di San Francesco, chiamata però normalmente “della Madonna”, con riferimento alla bellissima Vergine raffigurata all'interno e attribuita ad Andrea della Robbia. Ma a caratterizzare il borgo, oltre alla straordinaria e suggestiva atmosfera dei suoi vicoli antichi, è la presenza dei celebri Horti Leonini: uno straordinario giardino cinquecentesco a cui si accede da un'entrata tra le mura e la piazza. La struttura deve il suo nome a Diomede Leoni, uno dei più illustri testimoni della cultura del Cinquecento, che nonostante una intensa vita trascorsa tra Parigi e Roma (dove collaborò strettamente con Michelangelo Buonarroti), mantenne sempre uno stretto legame con San Quirico, suo paese di nascita. È qui che, intorno al 1567-1568, iniziò la costruzione del giardino da lui stesso ideato, realizzando uno straordinario luogo-simbolo del Rinascimento; c'è addirittura chi ipotizza che sia stato lo stesso Buonarroti a progettare, o almeno ad abbozzare, il capolavoro degli Horti Leonini, considerate le forti somiglianze progettuali (la forma, le misure degli spazi, le mura di contorno aperte verso il fondale) tra questo complesso



I tipici panorami della Val d'Orcia. In basso, la "piazza d'acqua" di Bagno Vignoni

e la Piazza del Campidoglio, una delle più grandi opere romane di Michelangelo. Questi spazi suggestivi sono oggi aperti ai visitatori, e ospitano ogni anno la manifestazione di arte contemporanea “Forme nel Verde”.

A pochi chilometri da San Quirico un altro piccolo borgo si rende del tutto indimenticabile per le sue caratteristiche uniche: è Bagno Vignoni, minuscolo villaggio raccolto intorno alla sua “piazza d'acqua”: un'enorme vasca di acqua termale di epoca medievale (che nelle giornate più fresche emana suggestivi vapori) su cui si affacciano le antiche abitazioni, tra cui il Palazzo Piccolomini fatto costruire dal papa Pio II tra il 1459 e il 1463.

Quello che ora è un piccolo gioiello turistico conosciuto solo ai viaggiatori più attenti, in passato era una località molto nota: sono venuti qui a “passare le acque”, nel corso dei secoli, personaggi come Santa Caterina da Siena (in realtà condotta qui dalla madre quasi a forza, nel vano tentativo di distoglierla dal suo fervore religioso), Lorenzo de' Medici, Michel de Montaigne. Ai giorni nostri l'atmosfera fiabesca di Bagno Vignoni è stata più volte scoperta dal cinema, che ne ha fatto lo scenario di film dei più diversi generi: dal visionario “Nostalghia” di Tarkovskij ai più leggeri “Al lupo, al lupo” di Carlo Verdone e “La scuola più bella del mondo” con Christian De Sica e Rocco Papaleo, fino alla serie televisiva “I Medici”.

Proseguendo verso sud, in auto o magari a piedi o in bicicletta, seguendo lo storico percorso della Via Francigena che passa proprio da qui e che - attraverso sentieri e tranquille strade bianche - prosegue poi alla volta di Roma, si può raggiungere l'ultimo centro della Val d'Orcia prima del confine con il Lazio: Radicofani, spettacolare borgo dalla lunga e affascinante storia. Il paese sorge sulla cima di un colle, in posizione dominante, sovrastato da un'imponente fortezza dal profilo caratteristico individuabile a molti chilometri di distanza. Non a caso questo luogo ha rappresentato per secoli una delle piazzeforti più importanti d'Ita-



**La Collegiata
dei Santi
Quirico e
Giuditta, a San
Quirico d'Orcia**

lia, da cui ha controllato il confine tra il Granducato di Toscana e lo Stato Pontificio, come testimoniano i bei palazzi e le molte chiese. La fortezza o "Rocca" di Radicofani vanta una storia ultramillenaria: costruita sulla cima di una rupe basaltica di 896 metri, fu nominata per la prima volta nel 973. Fu eretta dai Carolingi, per passare poi in mano a diverse potenze che si avvicendarono nella zona nel corso del tempo. Nel 1153 divenne proprietà dello Stato Pontificio; sul finire del Quattrocento fu Siena a utilizzare questa roccaforte per difendere la propria Repubblica; e un secolo dopo Cosimo I de' Medici promosse un'azione di ammodernamento della fortezza, affidando l'incarico all'architetto Baldassarre Lanci. Ma a dare notorietà alla fortezza fu soprattutto il personaggio di Ghino di Tacco, che se ne impadronì nel 1297 facendone la sua base: le gesta di questo "bandito gentiluomo" (una sorta di Robin Hood nostrano), famosissimo all'epoca, furono rese immortali anche grazie ai racconti fatti da Dante ne "La Divina Commedia" e da Boccaccio nel "Decamerone". In epoche ben più recenti, di qui passava il tracciato della storica MilleMiglia; e la salita che portava al paese era considerata uno dei punti più impegnativi del percorso. Negli ultimi cinquant'anni, però, il paese - lontano dalle principali rotte commerciali - era caduto in un generale oblio e si era progressivamente spopolato. Fortunatamente gli ultimi tempi (complice anche il fenomeno di rilancio della Via Francigena) Radicofani è stata riscoperta da un turismo attento alla storia e alla qualità dei luoghi: questo ha consentito di ripopolare le sue vie e le sue piazzette di negozi, alberghi e ristoranti dove assaporare un'atmosfera unica e irripetibile.

Quasi obbligatoria, infine, una visita a Pienza; la "città ideale" del Rinascimento prende il suo nome da papa Pio II che fu all'origine della sua realizzazione. Una volta divenuto papa, Enea Silvio Piccolomini decise, infatti, di trasformare in una grande residenza l'an-



tico borgo fortificato di Corsignano, suo luogo natale. Nel 1459 affidò il progetto all'architetto fiorentino Bernardo Gambarelli detto Il Rossellino, allievo del grande architetto e teorico Leon Battista Alberti. Nacque così un raro e prezioso esempio di pianificazione urbana, incentrata sulla monumentalità della piazza principale attorno alla quale furono disposti i principali edifici: la Cattedrale, il Palazzo Piccolomini, il Palazzo Vescovile, il Palazzo Comunale. La città conserva ancora oggi la sua unità stilistica originaria, qualificandosi come una delle realizzazioni architettoniche più significative degli ideali umanistici del Quattrocento (il centro storico di Pienza è stato iscritto nella Lista del Patrimonio Mondiale UNESCO nel 1996); una bellezza assoluta a cui è impossibile restare indifferenti. 

ECCELLENZE A TAVOLA

Se anche si volessero trascurare le meraviglie paesaggistiche, storiche e artistiche, il patrimonio gastronomico ed enologico della Val d'Orcia basterebbe da solo a rendere questa zona una meta ideale per un weekend di scoperta. Imperdibili i prodotti della tradizione come i salumi di Cinta Senese, il Pecorino di Pienza, i "pici" (un particolare tipo di pasta che si usa condire con il sugo "all'aglione"); per quanto riguarda il vino, queste sono le terre del celebre Brunello di Montalcino Docg; ma anche i suoi "fratelli minori" possono riservare eccellenti sorprese: come il Rosso di Montalcino Doc, il Sant'Antimo Doc e l'ultimo arrivato (nel 2000), il Vino Doc Orcia.



MIGLIORA IL PRESTITO CHE ARRIVA PRIMA.

Con **MIGLIORA** il tempo scorre più veloce. Finalmente potrai ottenere in tempi molto brevi un prestito personale comodo, flessibile e in linea con le tue esigenze. **MIGLIORA**, è arrivato il tuo momento. Scopri di più su fidesspa.com

Subito fino a

50
mila €

Messaggio pubblicitario con finalità promozionale. Per le informazioni precontrattuali si rinvia al contenuto del modulo di "Informazioni europee di base sul credito ai consumatori" ed alla copia del testo contrattuale disponibili presso le Filiali del Banco di Desio e della Brianza, della Banca Popolare di Spoleto nonché presso gli Intermediari finanziari ex art. 106 T.U.B., le Agenzie e le Società di Mediazione convenzionate per la promozione dei prodotti ed i servizi pubblicizzati con il presente messaggio. Salvo approvazione Fides S.p.A.

Anniversario

70° **Fides**
— Gruppo Banco Desio —



L'INNOVAZIONE
HOME FACTORING
DI BANCO DESIO

- > semplice e diretta
- > personalizzabile
- > gestione avvisi e notifiche



Banco Desio

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

**IL FACTORING
SEMPLICE
E VELOCE**

**COSÌ HAI PIÙ TEMPO
PER CONCENTRARTI
SU NUOVE IDEE**