

# LA **BANCO** *Nota*



COVER STORY  
**AGRIEURO,  
L'ARTE DI  
COLTIVARE  
LA CRESCITA**

Poste Italiane SPA - Sped. in A.P. - Stampa Periodiche in Regime Libero - LO/MI - N. 105 - Aprile 2023 - la Banca nota ISSN 1972 - 6370



## **STRATEGIE**

Bilancio di sostenibilità 2022  
e valore condiviso



## **FINANZA**

Deglobalizzazione  
o nuova globalizzazione?  
Scenari all'orizzonte



## **FILIALI**

Orvieto e le fazioni cittadine  
alla fine del '300



# L'ECCELLENZA, il nostro impegno quotidiano

## IL NOSTRO IMPEGNO PER OFFRIRVI OGNI GIORNO UN SERVIZIO MIGLIORE

Il costante impegno nel perseguire la ricerca dell'eccellenza ci ha portato, in un quadro molto competitivo, ad essere qualificati come uno dei "Migliori Gestori Patrimoniali Classic e Green" in Italia.

Tutta la nostra squadra è orgogliosa di questo risultato che premia l'attenzione e la trasparenza del nostro servizio ai clienti. Grazie per la vostra fiducia, continueremo con il nostro impegno nell'offrirvi ogni giorno servizi migliori.

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

TI ASPETTIAMO IN  
FILIALE PER MAGGIORI  
INFORMAZIONI SULLE  
NOSTRE GESTIONI  
PATRIMONIALI

[bancodesio.it](http://bancodesio.it)



4

## strategie

- 4 Un caloroso benvenuto
- 6 Gli impatti generati nella creazione di valore condiviso
- 8 Un "ponte" tra risparmio privato ed economia reale

## prodotti

- 10 Nuove tutele per aziende e privati

## fides

- 12 I valori di Helpfin Srl: un patrimonio che si tramanda

## finanza

- 14 Deglobalizzazione o nuova globalizzazione?

## cover story

- 18 AgriEuro, l'arte di coltivare la crescita

## filiali

- 22 Orvieto e le fazioni cittadine alla fine del '300
- 25 Sorprendente Vigevano

## sostenibilità

- 28 La spesa "a km zero": un orto sul balcone

## vita di gruppo

- 31 Mare, montagna e occasioni di festa

## viaggi

- 32 Abruzzo e natura: tre Parchi Nazionali in una sola regione



**Registrazione**  
Tribunale di Milano n. 292  
del 15 aprile 2005

**Direttore Responsabile**  
Monica Nanetti

**Vice direttore**  
Tommaso Adami

**Comitato di Direzione**  
Tommaso Adami,  
Mauro Walter Colombo,  
Alessandro Decio,  
Monica Monguzzi,  
Umberto Vaghi

**Collaboratori**  
Teresa Delideracchi, Marco Demicheli,  
Arianna IZZI, Alessandro Manca,  
Paola Pignatelli, Francesco Ronchi

**Editore incaricato**  
ESSE EDITORE SRL  
Via delle Forze Armate 41  
20147 Milano

**Progetto grafico**  
Whitelab Agency  
di Claudia Sesana

**Impaginazione**  
Whitelab Agency  
di Claudia Sesana

**Stampa**  
DG Grafica srls  
Giussano (MB)

**Finito di Stampare**  
maggio 2023  
Giussano (MB)

**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



# Un caloroso *benvenuto*

Care lettrici, cari lettori,

questo numero della rivista è anche l'occasione per porgere - da parte mia e di tutto il nostro Gruppo - un caloroso benvenuto a tutti i nuovi clienti e colleghi entrati a far parte del Banco Desio a seguito della recente "operazione Lanterna", che ci ha visto acquisire 48 sportelli bancari ex Carige e Banco di Sardegna.

Un benvenuto sincero e di cuore, nella speranza e convinzione che i nostri nuovi clienti ed i nostri nuovi colleghi si troveranno bene nel nostro modo di fare banca ed in sintonia con il nostro dna: un approccio capace di coniugare la ricchezza e la stabilità di una banca tradizionale, con il valore della relazione e della straordinaria competenza delle nostre persone insieme a quegli elementi di innovazione e digitalizzazione volti a soddisfare le più evolute esigenze dei clienti. I feedback finora ricevuti testimoniano come tale mix si sia di fatto rivelato una formula vincente. La nostra volontà è quindi mettere questo stesso modello di servizio anche a disposizione dei nuovi clienti, a cui intendiamo offrire un elevato livello di attenzione e di ascolto, insieme a un atteggiamento innovativo e ai migliori strumenti per potersi relazionare con noi.

Siamo certi che in tutto ciò saremo accompagnati con grande successo dai nuovi colleghi, che hanno già mostrato grandissima competenza e attaccamento al lavoro anche in contesti che, nel corso degli ultimi anni, non sono sempre stati facili. Profes-



Intendiamo offrire un elevato livello di attenzione e di ascolto, insieme a un atteggiamento innovativo e ai migliori strumenti per potersi relazionare con noi



sionisti che intendiamo valorizzare pienamente, affinché si possano sentire da subito a proprio agio all'interno del Gruppo garantendo così, da un lato, la continuità del rapporto con il cliente e, dall'altro, individuando all'interno di Banco Desio una valida opportunità di crescita personale e professionale.

Siamo certi che con il vostro contributo, dei nostri nuovi clienti e dei nostri nuovi colleghi, insieme diventeremo una Banca ancora migliore.

Come in tutte le migrazioni, si è verificato purtroppo qualche disservizio tecnico e qualche problema, di cui ci scusiamo sinceramente. Abbiamo cercato - grazie anche al contributo dei colleghi - di fare di tutto per ridurre al minimo i disagi: non sempre ci siamo riusciti pienamente, ma riteniamo di essere comunque intervenuti in modo molto rapido, fornendo anche, laddove possibile, segnali concreti di scuse e di attenzione ai clienti che ne sono stati oggetto: un'ulteriore conferma della nostra volontà di costruire un rapporto stretto e di vicinanza con il territorio e con la clientela.

Abbiamo inoltre programmato, tra qualche mese, una serie di rilevazioni ad hoc dal punto di vista della customer satisfaction, così da essere certi di recepire i suggerimenti e le aspettative dei nuovi clienti entrati a far parte del nostro Gruppo. A questi clienti va il nostro ringraziamento per la fiducia che ci stanno accordando: siamo convinti che non avranno di che pentirsene, e che si troveranno nel tempo più che soddisfatti dal nostro servizio di banca pienamente "a misura d'uomo".

Un cordiale saluto

Alessandro Decio  
Amministratore Delegato e Direttore Generale  
Gruppo Banco Desio



## NUOVI TERRITORI, NUOVO CAPO AREA

Punto di riferimento delle nuove filiali provenienti dalla "Operazione Lanterna" è Silvio Di Lucanardo, proveniente dall'incarico di Responsabile Area Nord-Est di Gruppo Banco Desio, che ha ora assunto la qualifica di Capo Area Liguria e Sardegna. Un professionista di provata esperienza per un ambito territoriale ricco di interesse e di potenzialità.





Raffaele Negri

# Gli impatti generati nella *creazione* di VALORE CONDIVISO

... di Raffaele Negri

Responsabile Area Bilancio e Sostenibilità Gruppo Banco Desio

È tempo di bilanci in Banco Desio, a conclusione di un triennio intenso e di particolare soddisfazione sia per le performance economico-finanziarie sia per quelle non finanziarie. Il 2 marzo scorso il Consiglio di Amministrazione di Banco Desio ha approvato il bilancio finanziario e la dichiarazione consolidata di carattere non finanziario (cd. bilancio di sostenibilità) al 31 dicembre 2022 che, nel caso specifico, non dobbiamo valutare rispetto ai consuntivi dell'esercizio precedente ma, per l'appunto, rispetto al 31 dicembre 2019. Il 2022 si caratterizza infatti per essere contemporaneamente l'anno in cui si conclude un ciclo triennale e se ne apre uno nuovo. Il ciclo che si conclude è relativo alla realizzazione del primo Piano di sostenibilità 2020-22 e alla definizione e realizzazione del Piano industriale D23 ad opera del Consiglio di

Amministrazione insediatosi nell'aprile 2020. Il nuovo ciclo che prende avvio è invece relativo alla messa a terra del piano di trasformazione (cd. Masterplan ESG), volto a sostenere le famiglie e le PMI nella transizione verso un'economia sostenibile, piano che troverà rinnovato slancio nel nuovo documento integrato di pianificazione strategica pluriennale che sarà adottato, una volta consolidata l'incorporazione delle 48 filiali acquisite dal Gruppo BPER, dal nuovo Consiglio di Amministrazione espresso dall'Assemblea degli Azionisti del 27 aprile 2023.

Il bilancio di sostenibilità 2022 è lo strumento con cui il Gruppo racconta il percorso intrapreso per la progressiva integrazione dei fattori di sostenibilità nel proprio modo di fare impresa, per gli impatti direttamente prodotti nei territori di riferimento e per quelli

indiretti e sempre più importanti relativi alle attività di business, ovvero alla concessione dei finanziamenti, agli investimenti, alla catena di fornitura, ecc.

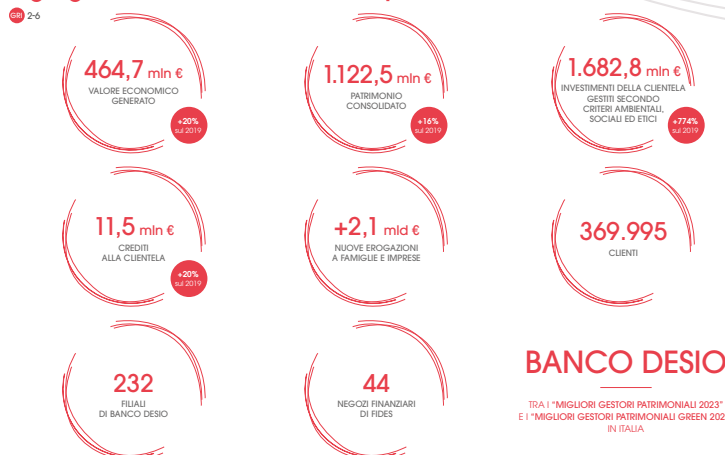
Quest'anno presentiamo dunque ai nostri stakeholder l'esito degli impegni presi con il Piano di sostenibilità 2020-22, definito a partire dai consuntivi 2019, che si sono tradotti in azioni concrete per cui possiamo oggi mostrare gli eccellenti risultati raggiunti, motivo di grande soddisfazione per il nostro Gruppo.

Seguendo le linee guida strategiche tracciate dal Piano Industriale D23, il Gruppo ha saputo affrontare la difficile situazione economico-finanziaria propria e della propria clientela, ulteriormente complicata dal conflitto in Ucraina, realizzando con successo iniziative di rafforzamento della stabilità patrimoniale e della redditività.

Il valore economico generato nel 2022, che rappresenta la ricchezza complessiva prodotta dal Gruppo a beneficio dei territori di riferimento, è stato di 464,7 milioni di euro (+20,2% rispetto ai 386,6 milioni di euro a fine 2019). La distribuzione di tale valore aggiunto tra le diverse categorie di stakeholder ha sempre visto i dipendenti e i collaboratori come primi beneficiari:

✓ Risorse umane (dipendenti e collaboratori delle reti esterne di agenti e mediatori: 192,1 milioni di euro, pari al 41,2% del valore economico generato nell'anno (180,5 milioni di euro a fine 2019, pari al 46,7%);

## Highlights 2022: la dimensione e la performance economica



## Highlights 2022: l'ambiente



## Highlights 2022: le persone



- SMART WORKING PER I DIPENDENTI IN SEDE
- SMART WORKING PER TUTTI I DIPENDENTI
- ADESIONE ALL'ASSOCIAZIONE "VALORE D"
- ADESIONE ALL'INIZIATIVA "STEAMiamoci"
- 4ª EDIZIONE DEL "PREMIO AL REPORT DI SOSTENIBILITÀ" CON SEZIONE DEDICATA A DIVERSITY & INCLUSION

(1) Target relativi al triennio  
 (2) Azionario di genere positivo / collaboratori / membership promossi dalla tutela della diversità, dall'inclusione e dalla parità di genere

✓ Fornitori: 80,2 milioni di euro, pari al 17,3% del valore economico generato nell'anno (78,5 milioni di euro a fine 2019, pari al 20,3%);

✓ Stato, Enti e Istituzioni: 69,6 milioni di euro, pari al 15,0% del valore economico generato nell'anno (59,1 milioni di euro a fine 2019, pari al 15,3%), di cui 31,5 milioni di euro si riferiscono a imposte indirette (ex 32,5 milioni di euro), 18,1 milioni di euro per le contribuzioni a sostegno del sistema bancario (ex 10,6 milioni di euro) e 19,9 milioni di euro relativi alle imposte dirette (ex 16,0 milioni di euro);

✓ Azionisti: 26,5 milioni di euro, pari al 5,7% del valore economico generato (14,4 milioni di euro a fine 2019, pari al 3,7%);

✓ Altri stakeholder: 0,3 milioni di euro a fronte di oblazioni e donazioni effettuate dal Gruppo (stesso dato a fine 2019).

I restanti 96,0 milioni di euro, pari al 20,7% del valore economico generato (53,9 milioni di euro a fine 2019, pari al 13,9%) sono stati trattenuti dall'impresa a copertura di altri costi produttivi e per il mantenimento di un adeguato livello patrimoniale a sostegno dello sviluppo del business mediante la destinazione dell'utile a riserve (54,9 milioni di euro, ex 25,7 milioni di euro a fine 2019).

Molto soddisfacenti sono gli impatti diretti prodotti a livello ambientale rispetto al 2019 con la diminuzione dei consumi energetici del 7% e del-

le relative emissioni climalteranti del 19%, ben oltre i target che ci eravamo prefissati, che sono il risultato dei continui investimenti per la sostituzione di impianti obsoleti con soluzioni tecnologicamente avanzate, così come nei sistemi di building automation. Ricordo inoltre che dal 2018 il Gruppo utilizza esclusivamente elettricità da fonti rinnovabili certificate e che dal 2008 la sede di Banco Desio è dotata di impianto di teleriscaldamento. Molto virtuoso è stato anche il trend che ha visto diminuire del 30% i consumi di carta e del 41% i consumi di toner, ancora una volta ben oltre i target prefissati, grazie al forte impegno nella digitalizzazione dei servizi e della comunicazione alla clientela e nella revisione dei processi interni di print management.

Di ancora maggiore soddisfazione sono poi gli impatti diretti prodotti nella dimensione sociale con riferimento alle risorse umane, dove il Gruppo ha sostanzialmente azzerato il divario retributivo (cd. gender pay gap) del 3% rilevato alla fine del 2019 grazie all'impegno di perseguire nella medesima categoria contrattuale il 100% nel rapporto retributivo donna/uomo nelle nuove assunzioni cui sono stati affiancati anche degli interventi di salary review in funzione dei ruoli ricoperti. E parlando di nuove assunzioni abbiamo rilevato nel 2022 il 53% di assunzioni di genere femminile, rispetto al 26% del 2019 e al target del 45%, e il 34% di assunzioni di under 30, in linea con 35% del 2019 e del target, che determi-

na comunque un dato medio del 38% nel triennio. Abbiamo poi raggiunto il target relativo all'incremento delle donne dirigenti (+3%) mentre rimangono spazi di miglioramento per l'incremento delle donne quadri direttivi (+2%) rispetto al target del +8% dimostratosi particolarmente sfidante, ma non per questo vogliamo rinunciare a migliorare ulteriormente. Per promuovere l'inclusione e le pari opportunità dal 2021 abbiamo deciso di aderire all'Associazione di imprese "Valore D" e dal 2022 all'iniziativa "STEAMiamoci". Sempre con riferimento all'attrazione dei giovani talenti, abbiamo raggiunto un tasso di stabilizzazione (trasformazione di contratti a tempo determinato scaduti e confermati in tempo indeterminato) del 100% rispetto al target del 70%. Non da ultimo, abbiamo adottato soluzioni di lavoro agile post-emergenziale per i colleghi di sede e di smart learning per tutti i dipendenti.

Guardando al triennio che ci attende, continueremo il nostro impegno nella creazione di valore condiviso con la definizione di un documento di pianificazione strategica pluriennale che includa le dimensioni della sostenibilità sia per gli impatti diretti sia per le attività di business. Per questo dalla fine del 2021 stiamo procedendo con determinazione nella realizzazione del nostro Masterplan ESG volto all'integrazione (anzitutto) dei rischi climatici e ambientali nei nostri processi core, in linea con le aspettative delle Autorità di Vigilanza bancarie. 





# Un “ponte” tra *risparmio privato* ed economia reale

... a cura del team Comunicazione di Anthilia SGR

Entrato nel vivo a giugno del 2022 (dopo essere stato siglato a novembre 2021) l'accordo di partnership tra Anthilia Capital Partners SGR S.p.A. e Banco di Desio e della Brianza ha previsto l'ingresso ufficiale di Banco Desio nel capitale sociale di Anthilia con una quota del 15%.

La partnership industriale e finanziaria nasce dalla visione comune su due aspetti cruciali: supporto all'economia reale italiana e innovazione di prodotto per offrire alla clientela opportunità di investimento sempre più diversificate. Da una parte, la forte specializzazione di Anthilia nei segmenti dell'economia reale, dell'asset e wealth management, dall'altra la capillare presenza territoriale di Banco Desio, oltre alla competenza e capacità di ascolto della sua rete di consulenti e private banker e alla clientela consolidata. Un accordo, quindi, che mette a fattor comune due storie di eccellenza, rafforzandone il percorso di crescita, ponendo le basi per ulteriori sinergie.

In questa prospettiva, come aveva annunciato Alessandro Decio, Amministratore Delegato di Banco Desio, in un'intervista nel numero della Banca nota dello scorso ottobre, unendo forze e rispettive competenze negli ultimi mesi, è stato portato avanti un progetto comune importante. Iniziativa che oggi mette a disposizione della clien-

tela privata della Banca un nuovo prodotto in grado di diversificare il portafoglio nell'ambito degli investimenti alternativi e, al contempo, contribuisce allo sviluppo e alla crescita del sistema produttivo del Paese.

Il nuovo fondo di investimento Anthilia MUST, in collocamento dallo scorso 28 marzo, è stato presentato ufficialmente ai private banker e consulenti finanziari della Rete della Banca in occasione dell'evento “Private Markets Day - Il Sentiero per l'Innovazione”, organizzato presso il Teatro di Verano da Anthilia in collaborazione con Banco Desio.

Cristian Fumagalli, Head of Wealth Management Banco Desio, ha introdotto i lavori. La parola è poi passata ad Andrea Cuturi, Consigliere Delegato di Anthilia SGR, che ha ribadito l'importanza della partnership con la Banca, sottolineando l'expertise della Sgr nel campo degli investimenti alternativi e ricordando come la nuova soluzione arrivi dopo l'Eltif Anthilia Economia Reale Italia, lanciato nel 2021. Gianmatteo Guidetti, Principal di Prometeia, ha illustrato gli strumenti di risparmio gestito per investire su aziende non quotate e le caratteristiche dei fondi



che puntano sui mercati privati (private markets). Valentina Lanfranchi, Responsabile Mercati & Governance di AIFI - Associazione Italiana Private Equity, Venture Capital e Private Debt, è intervenuta sul tema “Il nuovo private capital: l'approccio del mercato verso investitori privati”. Daniele Colantonio, Partner & Responsabile Sviluppo Prodotti di Anthilia SGR, ha presentato da vicino il nuovo prodotto “Multi-Strategy”, facendo presente come le eccellenze produttive ricomprenda-





no aziende con una forte vocazione all'export, permettendo così di avere un'esposizione ben diversificata in termini geografici e un rendimento meno correlato agli strumenti quotati tradizionali. Giovanni Landi, Senior Partner Anthilia SGR & Presidente di Anthilia Holding, ha spiegato come il nuovo fondo rappresenti un vero "ponte" tra risparmiatori ed economia reale, consentendo di avvicinare il risparmio privato alle energie produttive italiane e internazionali. A chiudere la giornata Alessandro Decio, Amministratore Delegato Banco Desio, che ha sottolineato come il nuovo PIR alternativo rappresenti lo strumento gestito professionalmente dal team di Anthilia, per mettere a disposizione delle Pmi italiane l'alto stock di liquidità presente nel nostro Paese.

Il fondo Anthilia MUST tecnicamente rientra nell'ambito dei cosiddetti Fondi di Investimento Alternativi (FIA) chiusi non riservati ed è conforme alla normativa sui PIR alternativi. Il fondo presenta un portafoglio "MultiStrategy" e "MultiCountry", altamente diversificato sia per le strategie perseguite che per la copertura geografica. È in grado di offrire una cedola periodica e importanti vantaggi fiscali. Si rivolge potenzialmente a un'ampia platea di risparmiatori, grazie a una

soglia di investimento minima pari a 10mila euro.

Ma non è tutto. In Anthilia MUST, l'esperienza e la competenza di Anthilia SGR nell'economia reale domestica si uniscono alla visione globale del più grande player al mondo del risparmio gestito, ovvero BlackRock.


In particolare, Anthilia Must investe direttamente il 70% del portafoglio con focus sull'Italia e sulle eccellenze produttive legate alle piccole e medie imprese. Il restante 30% è dedicato ai mercati globali ed è investito in fondi gestiti da BlackRock. La composizione del portafoglio è conforme alla normativa fiscale legata ai PIR alternativi (introdotti nel 2020) e consente di fruire dei benefici fiscali con un importante vantaggio: offrire rendimenti collegati anche ad attività estere (non solo italiane) senza prelievo fiscale sulle plusvalenze di portafoglio realizzate.

In termini di asset class il fondo Anthilia MUST investe in 3 categorie di attivi principali: azioni, credito e beni reali; la diversificazione consente al portafoglio di beneficiare di una maggiore stabilità dei rendimenti rispetto ai mercati quotati tradizionali caratterizzati in generale da un maggior grado di volatilità.

La componente azionaria è costituita da azioni emesse da small cap italiane, ovvero Pmi in forte crescita e con una capitalizzazione inferiore ai 500 milioni di euro, quotate o quotande (che cioè intendono avviare un processo di quotazione, IPOs e pre-IPOs). Il motto del team azionario di Anthilia è "Investiamo in Aziende, non in Azioni". La strategia di selezione delle società in portafoglio, infatti, si contraddistingue per una conoscenza diretta del management e per la scelta delle sole realtà che presentano potenzialità di sviluppo significative.

La componente "credito" (sommando quella domestica e internazionale) è indicativamente pari al 35%. La parte di Private Debt Italia è costituita da "prestiti" (bonds/loans) funzionali a progetti di sviluppo a favore di aziende "non quotate" del tessuto produttivo italiano delle PMI che presentano una forte solidità.

Per conoscere da vicino le caratteristiche del fondo Anthilia MUST si può consultare la sezione dedicata sul sito web di Anthilia: [https://privatecapital.anthilia.it/anth\\_products/anthilia-must/](https://privatecapital.anthilia.it/anth_products/anthilia-must/)

Per sottoscrivere il fondo si può consultare il proprio consulente della Rete Banco Desio. 





# NUOVE TUTELE per aziende e *privati*

... a cura della redazione

Tra i diversi ambiti di attività del Gruppo Banco Desio, riveste certamente un ruolo significativo la componente “Protezione in Banca”, sviluppata dall’Area Bancassicurazione, costituita nel 2018 e affidata alla responsabilità di Rosalba Granieri.

Ne parliamo appunto con Granieri, che spiega: “Vogliamo continuare a investire in un modello di Bancassicurazione multibrand in grado di soddisfare, grazie alla partnership con differenti e importanti Compagnie del mercato, le crescenti e differenti esigenze della clientela; gli effetti della pandemia e il continuo invecchiamento della popolazione italiana hanno fatto emergere nuove necessità e consapevolezza sui rischi afferenti la vita privata e aziendale, che devono necessariamente trovare rispondenza in un’offerta assicurativa sempre più evoluta e modulabile a protezione della salute, della senescenza, non autosufficienza, di servizi assistenziali dedicati, oltre alla salvaguardia della propria azienda.

Proprio in questi ultimi mesi abbiamo lanciato sul mercato diverse novità, rivolte sia al mondo ‘privati’ che ‘aziende’, per essere sempre più vicini ai nostri clienti. In particolare, sul fronte delle aziende abbiamo ampliato la collaborazione con Coface, Partner specializzato nei servizi di assicurazione del Credito, che vanta una presenza a livello internazionale (Coface è attiva in 100 Paesi), per offrire in distribuzione un nuovo prodotto: Easyliner.



*Intervista a Rosalba Granieri,  
Responsabile Area Bancassicurazione  
di Gruppo Banco Desio*

Abbiamo scelto Easyliner perchè introduce un 'servizio' che supporta la consapevolezza dell'azienda nelle scelte che ogni giorno deve necessariamente fare, per mantenere e ampliare il proprio business; oggi, infatti, stiamo vivendo una situazione complessa e densa di incertezze economiche, dove purtroppo si ricevono 'insoluti' anche da parte di clienti che in passato sono sempre stati 'ottimi pagatori' e - come è noto - le insolvenze sono un freno allo sviluppo del fatturato e possono costituire un elemento di forte rischio per l'azienda. L'offerta Credito al servizio dei nostri clienti è modulata per soddisfare le esigenze sia delle PMI, con il prodotto Easyliner dalle caratteristiche standardizzate, sia delle aziende di maggiori dimensioni con la versione TradeLiner, più tailor made.

Entrambe le soluzioni sono molto apprezzate per la struttura delle loro prestazioni: offrono da un lato il monitoraggio continuo della solidità finanziaria dei clienti, allo scopo di guidare le scelte commerciali e le migliori opportunità di business, dall'altro il recupero crediti nel caso di insolvenza, arrivando all'indennizzo nel caso di inesigibilità del credito inserito nella copertura assicurativa.

Le 'informazioni commerciali' a disposizione dell'azienda non si basano solo su 'dati statici' (i.e. ultimo bilancio, etc), ma derivano da un monitoraggio continuo dei clienti, grazie a un database di informazioni globale (in Italia e all'estero) in continua evoluzione, di cui Coface dispone.

L'azienda ha così l'opportunità di fare, in totale autonomia, un'analisi preventiva dei 'potenziali clienti', prima di intraprendere un new business; è sempre garantita l'accessibilità online, con pochi 'click', consentendo in tal modo anche all'azienda che si trovasse, ad esempio, a una fiera all'estero, di verificare in tempo reale lo 'stato di salute' di un potenziale cliente, prima ancora di attivare una trattativa. Si tratta, insomma, di un pacchetto 'chiavi in mano' con una formula all inclusive,



## Protezione in Banca

senza incognite di costi aggiuntivi, ad esempio per il recupero crediti.

Tutto ciò permette all'azienda di effettuare scelte consapevoli e offre inoltre un vantaggio competitivo, dal momento che - sulla scorta di quanto indicato dal database - si ha anche l'opportunità di concedere una dilazione al cliente, poiché in ogni caso dispone di una copertura fino a un importo già determinato. In sintesi, si tratta di uno strumento che elimina i rischi legati ai mancati incassi e fa sì che l'azienda possa concentrarsi esclusivamente sul proprio core business. Per quanto riguarda in particolare la formula TradeLiner, si tratta di un prodotto tailor made, riservato alle aziende di più grande dimensione, che possono avere esigenze più specifiche, per lo sviluppo del business e la propria stabilità finanziaria".

Ma anche per la clientela privata ci sono importanti novità.

"Di particolare attualità è il prodotto Cyber, a tutela del rischio informatico che -specifica Granieri - come sappiamo, è cresciuto esponenzialmente negli ultimi anni e non riguarda più solo le aziende, ma anche i privati. Tutti noi, infatti, utilizziamo lo smartphone per una molteplicità di funzioni, molti di noi sono attivi anche in smartworking e le reti di casa di norma sono assai meno protette di quelle aziendali; siamo, insomma, tutti molto più vulnerabili e le conseguenze di un attacco hacker possono essere molto onerose. Il prodotto offre una tutela sui rischi web a 360°, anche su casistiche emergenti; pensiamo ad esempio all'esposizione che abbiamo al fenomeno del cyberbullismo, il cui rischio oggi per bambini e adolescenti è più alto che mai.

In collaborazione con Helvetia Italia,

abbiamo messo a disposizione della nostra clientela il nuovo prodotto Protezione Cyber, per proteggere noi stessi e il nucleo familiare dai pericoli derivanti dall'utilizzo del web (furto dell'identità digitale o cyber bullismo), dall'uso dell'home banking - in caso di phishing o di pharming - e da shopping online, grazie a un set di coperture assicurative e a una piattaforma di servizi dedicata, disponibile 24 ore su 24, che svolge un'attività di prevenzione e di monitoraggio. La prevenzione è importante: grazie alla piattaforma Lazarus, il cliente ha a disposizione fino a cinque antivirus Bit Defender, ed è tutelato da una quotidiana 'sorveglianza digitale'. Ormai occorre maggiore consapevolezza dei rischi, ed è necessario dotarsi di sistemi di sicurezza informatica anche nella sfera privata

Per restare nell'ambito del digitale, ricordiamo le novità introdotte con l'offerta Insurtech: i nostri clienti possono già acquistare comodamente da qualsiasi device - grazie alla nostra app One-d - soluzioni assicurative per proteggere i propri viaggi (prodotto Travel) o per tutelare la salute dei propri animali domestici, oltre ai danni arrecati a terzi (A Spasso con Chiara).

Per non perdere le tracce dei nostri 'amici pelosi', offriamo in comodato d'uso gratuito il localizzatore Kippy, che permette di rintracciare l'animale in caso di smarrimento. Il prodotto 'pet' sarà 'phygital', cioè si potrà acquistare comodamente da casa o in filiale, rivolgendosi al nostro gestore di fiducia. Guardando sempre al futuro, altre saranno le soluzioni fisiche e Insurtech, che a breve presenteremo ai nostri clienti, soprattutto nell'ambito del Welfare aziendale".





# I valori di Helpfin Srl: un patrimonio che si tramanda

... a cura della redazione

**Veronica Pennetti** è la titolare dell'Agenda Fides di Napoli e opera da oltre 30 anni nel settore finanziario. Quarantenne, nata e cresciuta a Napoli, a soli 19 anni avvia infatti la sua carriera professionale nell'azienda paterna, insieme al fratello Marco, ed è oggi Amministratore Unico di Helpfin s.r.l., società agente in attività finanziaria monomandataria di Fides S.p.A.

## **Veronica, ci racconta come nasce Helpfin s.r.l.?**

Helpfin s.r.l. nasce nel 2012 da una società di intermediazione finanziaria fondata nel lontanissimo 1973: l'esperienza di due generazioni della stessa famiglia e 50 anni di attività, durante i quali le aziende del gruppo hanno proposto i prodotti delle migliori banche e società finanziarie nazionali. Dal 2012 incomincia la felice partnership in monomandato con Fides, scelta dettata dalla condivisione di intenti e dalla solidità del Gruppo Banco Desio. A oggi possiamo dire che per noi e per i nostri clienti è stata la scelta giusta.

## **Quali sono i valori su cui si fonda la sua azienda?**

Noi riteniamo che i rapporti interpersonali siano alla base di una riuscita lavorativa di successo. Ci riferiamo sia ai rapporti tra i componenti del

nostro gruppo, che ormai è così coeso da potersi definire una squadra, sia ai rapporti con la mandante e con il cliente, che crediamo profondamente siano alla base della buona riuscita del lavoro.

Riconosciamo nel rapporto interpersonale il punto di partenza per riuscire a rispondere alle aspettative del cliente. Da principio ascoltiamo le esigenze che ci vengono espresse, con un atteggiamento empatico che possa consentire al nostro interlocutore di esprimere con serenità e spontaneità le sue necessità. Le soluzioni che proponiamo sono, grazie a questa conoscenza approfondita di ogni singolo cliente e al valore dei prodotti che siamo in grado di offrire, le più adeguate. Consentitemi di fare un parallelismo uscendo dall'ambito finanziario: Helpfin offre soluzioni "su misura" oltre che adeguate alle esigenze. Il rapporto con i clienti spesso va oltre l'erogazione di un finanziamento, poiché la consulenza crea fiducia. Con il passare del tempo non cessiamo di far sentire la nostra



Veronica Pennetti, Amministratore Unico di Helpfin s.r.l.

vicinanza, e coltiviamo il rapporto di reciproca stima col cliente.

Inoltre lavoriamo divertendoci e questo ci consente di lavorare al meglio. Lo aveva già detto prima qualcuno più importante di noi: se ti diverti lavorando potrai dire di non aver lavorato mai, e noi spesso ci riusciamo.





**È stato semplice per lei portare avanti l'azienda di famiglia e continuare a conservarne i valori?**

È stato naturale mantenere inalterati integrità morale, onestà, voglia di fare, senso del dovere e di appartenenza. Quando ti insegnano a respirare poi continui a farlo alla stessa maniera, sempre. Ho saputo considerare quanto si è fatto come uno sprone e, restando consapevole e umile, applicare gli insegnamenti ricevuti alle nuove situazioni che si sono proposte. Lavoro mossa dalla gratitudine per l'esempio lavorativo e di vita di chi mi ha preceduto, cui ho potuto e continuo a fare costantemente riferimento, senza patire l'ansia del paragone. Metto in atto gli insegnamenti ricevuti e li applico nel rispetto del mio temperamento e del mio carattere, conservando la mia spontaneità.

**Quali caratteristiche deve avere il vostro candidato ideale per entrare nel team Helpfin? Prediligete una fascia di età? La composizione della vostra azienda si distingue per una spiccata prevalenza di donne: è stato casuale o c'era una volontà precisa alla base delle assunzioni?**

Il nostro team non nasce assolutamente da scelte casuali! Chi mi ha preceduto ha sempre preferito uno

staff al femminile, ove possibile, credendo che le donne avessero un maggior senso del dovere, una spiccata dedizione ma soprattutto una superiore voglia di affermarsi e riscattarsi. Per me non è stato difficile portare avanti la tesi. Nonostante ciò, il genere non è un criterio necessario e sufficiente per l'assunzione: premiamo il talento, la predisposizione al lavoro e le inclinazioni delle persone, indipendentemente dal loro sesso.

Quanto all'età, Helpfin non adotta nessuna politica prestrutturata a riguardo: la varietà delle età dei nostri dipendenti è solo frutto della nostra forma mentis e dei nostri valori. Semplicemente, scegliamo e amiamo formare "persone", senza nessuna preclusione. Gli ultimi inserimenti: Federica, 26 anni; Paola, 56; Gennaro, 25; Valeria, 38.

**La svolta tecnologica: come vi ponete nei confronti dei social media e come ritenete abbiano modificato le logiche di gestione e relazione con il cliente?**

Il rapido processo evolutivo che contraddistingue la tecnologia moderna non ci ha mai spaventati. Ricollegandomi a quanto precedentemente affermato, il nostro punto di forza è, senza dubbio, la vicinanza al

cliente. Viviamo i social media come un mezzo che ci consente ancor più di essere vicini alla nostra clientela, un di più rispetto all'incontro nelle nostre filiali. Inoltre, la nostra presenza sulle nuove piattaforme di network non è finalizzata alla vendita dei prodotti finanziari ma ha bensì uno scopo formativo. Ci piace informare chi ci segue di tutte le novità del settore dei finanziamenti per dipendenti e pensionati. Riteniamo sia fondamentale sfruttare questi nuovi canali come mezzi di diffusione delle nozioni di base che possono guidare i clienti verso scelte informate e consapevoli.



**Cosa si aspetta dal futuro?**

Abbiamo superato il durissimo periodo del Covid, stiamo cercando di gestire al meglio questo periodo altrettanto duro a causa prima dell'inflazione e ora dell'aumento dei tassi, entrambi fattori che rendono più faticoso raggiungere gli obiettivi. La vera sfida è continuare ad affrontare le difficoltà senza smettere di credere che possiamo e dobbiamo crescere e contribuire noi, seconda generazione di questa azienda, perché la terza generazione possa ulteriormente accrescere questa che non è più la mia, ma la nostra famiglia. ❌



# DEGLOBALIZZAZIONE o nuova *globalizzazione*? Scenari all'orizzonte

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







La globalizzazione, per come la conosciamo, è destinata a cambiare. Fattori ciclici e strutturali, insieme alla crisi finanziaria globale, sono alla base un profondo mutamento del sistema di interconnessioni economico-produttive, finanziarie e politico-istituzionali. A partire dal secondo dopoguerra il mondo ha assistito a un aumento esponenziale della globalizzazione, ovvero all'aumento dei flussi commerciali e finanziari tra i Paesi del mondo. Questo processo ha portato a una maggiore efficienza e competitività dei processi produttivi, una maggiore specializzazione dei Paesi in determinati settori, e una maggiore diversificazione delle opzioni di consumo. L'organizzazione sviluppatasi nel corso degli anni si è caratterizzata per una straordinaria dispersione geografica delle catene di valore con il generale consenso della cosiddetta produzione "a richiesta" (just in time) al fine di ridurre le scorte e i costi di stoccaggio. Il fenomeno della globalizzazione si è intensificato, in particolar modo, negli ultimi decenni del ventesimo secolo. In questo nuovo scenario, sempre più interconnesso, le imprese hanno superato i confini nazionali, avvalendosi dei mercati esteri per commercializzare beni e capitali. Hanno, altresì, delocalizzato la produzione in Paesi con fattori produttivi più favorevoli e al contempo generato catene di produzione globale. Il vantaggio

“È che mai prima di oggi, nella storia dell'umanità, un numero così elevato di individui è stato in grado di conoscere prodotti, idee e vite di tante altre persone.” ”

(Thomas L. Friedman, saggista statunitense)

di tutto ciò è stato che in poco più di tre decenni milioni di famiglie in tutto il mondo hanno potuto acquistare per la prima volta automobili e televisori, vestiti e condizionatori. Molti di questi beni di consumo vengono prodotti principalmente da fabbriche dalla manodopera a "basso costo" nei Paesi dell'Asia, che però ricorrono a risorse (materie prime) provenienti da altri Paesi. Poiché la produzione si è spostata da Europa, Nord America e Giappone a Cina, Vietnam e Indonesia, i prezzi di molti beni di consumo sono oggi più bassi di quanto non fossero all'inizio del secolo.

Con l'invasione dell'Ucraina da parte della Russia la globalizzazione ha subito il terzo grande colpo in soli cinque anni. Nel 2018 la guerra commerciale dichiarata alla Cina dal presidente americano Donald Trump ha colpito non solo gli scambi internazionali tra due dei tre pesi massimi dell'economia mondiale, ma anche quelli con molti

altri Paesi, tra cui gli alleati tradizionali degli Stati Uniti come l'Unione Europea, il terzo peso massimo. Nel 2020 la pandemia da Covid-19, le gravi interruzioni del trasporto marittimo (come il caso della nave Ever Given incagliata nel canale di Suez o le porta container ferme per la guerra in Ucraina), la rinascita dei nazionalismi populistici e le crescenti tensioni tra la Cina e tutti i suoi principali partner commerciali hanno portato gli esperti a proclamare la morte della globalizzazione. Effettivamente, gli anni difficili della pandemia, uniti alla crisi economica e alla possibile recessione in arrivo, stanno spingendo le diverse economie a rivalutare le loro priorità, portando a una diminuzione del tasso di globalizzazione. Nella classifica dei Paesi più globalizzati gli Stati Uniti ora sono al 24° posto, dietro alle maggiori potenze europee. Dal termine della Seconda Guerra Mondiale, il ruolo degli Stati Uniti è stato quello di guida verso una crescita



comune, creando un'economia mondiale integrata tra i vari Paesi, fondata sulla penetrazione dei mercati e sui criteri di costo ed efficienza. Questo sistema si era già incrinato dopo la crisi globale del 2007-2009, poiché l'interesse dell'America a mantenerlo tale è diminuito. Per di più, l'abbandono da parte del Presidente Joe Biden delle regole del libero mercato per una politica industriale aggressiva ha sferrato un ulteriore colpo. Lo scorso luglio, infatti, Biden ha approvato la Chips Act, grazie a cui lo Stato fornisce un sostegno di 52 miliardi di dollari alle imprese americane produttrici di semiconduttori. E questa è solo l'ultima delle misure protezionistiche messe in atto dalle amministrazioni statunitensi. Così, mentre l'economia globale vive un periodo di forte crisi, dovuto anche all'aumento dei tassi di interesse, si assiste a un allentamento dell'integrazione globale. Anche in Europa, la guerra in Ucraina ha portato i diversi Paesi a ridurre le loro dipendenze, generando un rallentamento dei rapporti internazionali anche all'interno della

stessa Unione Europea. Molti sono gli Stati che allo scoppio del conflitto hanno posto avanti gli interessi nazionali, facendo vacillare il mercato unico europeo. Un esempio è la Germania, con la decisione di impegnare 200 miliardi per aiutare le proprie imprese a superare la crisi energetica.

Quindi ora sappiamo che non bastano tanti McDonald's e tante Ikea, e che si è rivelata sbagliata l'idea che la progressiva unificazione degli stili di vita e dei simboli culturali, unita alla travolgente forza dei commerci, avrebbe reso piatto e pacifico il mondo. La prima conseguenza di questa presa di coscienza riguarda l'efficienza delle catene del valore globale, nonché gli aumenti dei costi di produzione e la riduzione della competitività delle imprese. Così, ad esempio, il calo delle importazioni ha reso più difficile l'accesso ai componenti necessari per la produzione di un bene, aumentando i costi e riducendo la flessibilità dei produttori. Inoltre, la limitazione dei flussi di capitali ha reso più difficile per le aziende ottenere finanziamenti, riducendo la capacità di investire in nuove tecnologie.

All'opposto, la deglobalizzazione potrebbe anche portare a una diversificazione dei processi produttivi a livello nazionale, con una maggiore attenzione alla produzione locale e alla riduzione della dipendenza dalle importazioni. Inoltre, si potrebbe avere una particolare attenzione alla sostenibilità ambientale e sociale. C'è poi da considerare anche l'impatto sui consumatori, per i quali queste tendenze hanno portato a un aumento dei prezzi dei prodotti importati e a una riduzione dell'accessibilità ai prodotti di nicchia, mentre tra i vantaggi ci sono la riduzione dei rischi sanitari e ambientali legati alla catena di approvvigionamento globale.

Tuttavia gli economisti concordano nel ritenere che il futuro che ci aspetta non sarà meno globalizzato. Infatti, per cercare di definire traiettorie evolutive, bisogna partire da due punti

indiscutibili. Esiste - e non è possibile tornare indietro - la trama connettiva globale della sfera informativa, anche se viene di tanto in tanto ipotizzata la temuta separazione di internet tra Usa e Cina. In realtà sono le componenti fisiche delle interconnessioni che sono e saranno modificate, nel senso che è probabile l'accentuazione del trend in atto verso la riacquisizione di un maggior controllo delle filiere per motivi essenzialmente geo-strategici e ambientali. L'effetto probabile è di un ri-orientamento strategico delle fasi di attività più propriamente fisiche. In pratica, le grandi imprese si stanno rendendo conto che è necessario avere varie sedi su cui contare, in differenti Stati. TSMC, una delle più importanti aziende al mondo nel settore dei semiconduttori, con sede a Taiwan, ha recentemente aperto una nuova "succursale" negli Stati Uniti e ne sta sviluppando un'altra in Giappone. Apple sta iniziando a de-centralizzare la sua produzione, portandola anche fuori dai confini cinesi, fino all'India. La diversificazione della catena di approvvigionamento avrà diversi effetti. Maggiori spese aziendali e di gestione, che siano di trasporto, di automazione o dovute all'aumento degli stipendi, costi più alti per i consumatori: oltre all'inflazione bisognerà considerare l'aumento delle spese dovute alla costruzione di nuovi impianti, che si tra-







sferiranno almeno in parte sui prezzi finali. Infine, maggiore pressione sui margini operativi, dovuta a nuovi costi connessi con la costruzione di catene di approvvigionamento più flessibili. Anche la variabile geopolitica ha un ruolo in questo nuovo sistema economico. All'interno dei Paesi si sono affermate nuove tendenze nazionalistiche, nella convinzione che, quando le Nazioni non riescono a concordare linee di azione comuni, la soluzione è che ognuno vada per conto suo, rispondendo in primo luogo alle istanze dei propri cittadini. Ci si è però resi conto rapidamente di come l'approccio nazionalistico non fosse in grado di gestire l'accumularsi di emergenze

globali. Ecco allora la seconda direzione di sfogo delle tensioni politiche, che abbiamo sotto gli occhi in questo momento: Paesi che, avendo capito di non potercela fare da soli, cercano di selezionare le proprie alleanze in base ad affinità elettive di natura economica e politica. Di fronte ai limiti del nazionalismo, cercano cioè una "riglobalizzazione selettiva": globalizzazione sì, ma solo tra amici fidati. L'idea sottostante è che un Paese possa garantirsi un futuro radioso solo se in pieno controllo della propria sicurezza nazionale anche sotto il profilo economico. In estrema sintesi, si può forse parlare di globalizzazione su nuove basi. A questo proposito si possono intravedere due possibili sbocchi a questi processi in corso. Il primo prevede lo sviluppo di una globalizzazione multipolare, in cui, di certo, Cina e Stati Uniti (e forse l'India) assumeranno un ruolo fondamentale e contemporaneamente anche altre realtà acquisiranno uno spazio importante. Il secondo sbocco possibile, che sembra la soluzione preferita dagli Stati Uniti, vede la formazione di due blocchi, uno occidentale a guida Usa (e che comprenda possibilmente il numero più elevato possibile di Paesi in via di sviluppo) e l'altro orientale a guida cinese con diversi Paesi asiatici, africani e dell'America Latina. Quale che sia lo

scenario futuro, in ogni caso, va sottolineato che i rapporti economici tra i vari Paesi, e in particolare tra Cina e Occidente, sono oggi tanto interconnessi e intricati che una separazione netta tra le due aree appare sostanzialmente impossibile. Quindi anche se si formassero due blocchi, non sarebbero completamente chiusi su sé stessi, registrerebbero sempre interscambi molto importanti. Probabilmente, la sfida economica più difficile sarà quella di smorzare l'inflazione che si sta rapidamente diffondendo da un Paese all'altro, in un'economia mondiale che rimane molto strettamente interconnessa. A differenza dei primi anni del XXI secolo, tuttavia, le importazioni a basso costo non consentiranno più alle banche centrali di tenere sotto controllo l'inflazione in modo pressoché indolore per il pubblico. Le interruzioni della catena di approvvigionamento diminuiranno man mano che le famiglie sposteranno la spesa dai beni ai servizi; di conseguenza, la crescita del commercio di beni manifatturieri sarà più lenta rispetto a quella dell'economia mondiale. Ma, lontano dagli occhi del pubblico, la ricerca mondiale di talenti da parte delle aziende porterà la globalizzazione a imboccare una nuova direzione, sempre più basata su servizi e idee piuttosto che su beni tangibili. ❌





# AgriEuro, l'arte di coltivare la *crescita*

... Monica Nanetti

In principio era il negozio: che è ancora pienamente operativo, affacciato su una delle principali vie di accesso alla città di Spoleto, con la scritta "Settimi" in bella vista. È qui che Manlio Settimi, negli anni settanta, aprì il suo punto vendita di macchine agricole e da giardinaggio. "Ancora ci passa qualche ora al giorno - racconta il figlio Filippo - e anche se ci sono due addetti che gestiscono tutto benissimo, se gli capita l'occasione si occupa lui volentieri, a ottantasei anni, della vendita di qualche macchina".

È proprio dal negozio "Settimi Macchine Agricole" che parte una storia imprenditoriale decisamente fuori dall'ordinario, fino alla creazione di

una realtà di assoluto rilievo a livello europeo. Una storia che ha inizio da una quotidiana esigenza di ufficio. "Nel 2007 - spiega Filippo Settimi, oggi CEO di AgriEuro - lavoravo in negozio e avevo bisogno di un particolare modello di fotocopiatrice. A Spoleto non riuscivo a trovarla, e un amico mi suggerì di acquistarla su internet: trovai quello che cercavo su Ebay. Si era ancora agli albori del commercio on line: il prodotto arrivò, in contrassegno, e fui decisamente soddisfatto. Tanto da fare un po' di ricerche per vedere se si trovava in rete anche materiale del nostro settore: decespugliatori, motoseghe... vidi così che esisteva già un po' di offerta;

e, soprattutto, che per ogni prodotto venduto c'erano delle recensioni che dimostravano come ci fosse un interesse concreto, un pubblico e un mercato. A quel punto ormai si era accesa la lampadina: 'ci provo anch'io'. Pochi mesi dopo andammo on line, sempre su Ebay, con qualche articolo; certo, le dimensioni erano molto ridotte rispetto al mercato attuale, ma la vendita attecchì subito".

Un processo, si potrebbe pensare, guidato dalla passione per le nuove tecnologie: "Quanto ne sapevo, all'epoca, di informatica? Assolutamente zero" è la sorprendente risposta di Settimi, che racconta: "Era arrivato da pochissimo in azienda il primo



pc, che utilizzavamo ancora in modo molto elementare. Iniziai a inserire online i primi prodotti da autodidatta, dapprima utilizzando semplicemente gli strumenti della piattaforma e poi approfondendo le mie conoscenze, a partire dal linguaggio di programmazione HTML. Ero così convinto che, ancor prima di iniziare a vendere online, feci un importante acquisto di macchine pronte a magazzino e destinate a questo canale: il disegno era già tutto ben chiaro nella mia testa. Un investimento e anche un rischio, ma le vendite decollarono immediatamente: fu una soddisfazione enorme, la sensazione di aver fatto qualcosa di modernissimo”.

Ben presto le vendite online superano quelle del negozio al dettaglio; il rapido sviluppo assorbe sempre più energia e spazi rendendo indispensabile una struttura adeguata. Nasce così, nel 2008, AgriEuro; nello stesso anno viene lanciato il sito istituzionale [www.agrieuro.com](http://www.agrieuro.com) (destinato nel giro di pochi anni a diventare la principale piattaforma di vendita online dell'azienda) e viene acquistato uno



Filippo Settimi; in basso, insieme alle sorelle Alessandra e Alessia

spazio dedicato esclusivamente alla sede amministrativa e logistica della neonata azienda: un vecchio mulino poco distante dallo storico negozio, in cui si installa il primo nucleo di uffici della società, un centro distributivo di 3.000 mq e un'officina interna per la riparazione delle macchine. Da quei primi esordi lo sviluppo è esponenziale, con una progressione

che vede l'azienda triplicare le proprie vendite di anno in anno. Ricorda Alessia Settimi, sorella di Filippo e responsabile della parte amministrativo-finanziaria e delle risorse umane di AgriEuro: “All’inizio ci trovavamo in uno scenario pionieristico, basta pensare che la prima edizione del Codice del Consumo è datata fine 2005 e non eravamo obbligati a emettere fattura, ma noi ci eravamo comunque organizzati fin da subito: allegavamo gli scontrini nel pacco e ne tenevamo copia in archivio, allegata all'ordine, riassumendo tutto in un file word. Un sistema rudimentale, ma efficace per l'epoca; e poi, nel corso del tempo, abbiamo continuato ad adeguarci alle esigenze organizzative e allo sviluppo della normativa”.

In quindici anni di attività AgriEuro non arretra la sua crescita, con tassi di sviluppo che nei primi anni - complice anche il boom di Internet - arrivano quasi al 200%, e che anche ora, in un mercato più maturo, si attestano su livelli ben superiori alla media di settore, intorno a un robusto 25%. “Con l'eccezione - racconta ancora Filippo Settimi - del 2020, anno del Covid, in cui ci fu un salto del +75%: si trattava



certamente di dati influenzati dal lockdown e dalle varie restrizioni, ma va detto che anche nei periodi successivi, di ritorno alla normalità, non c'è stato alcun rimbalzo negativo. Al contrario, siamo stati in grado di rendere strutturali quei risultati, costruendoci sopra a ritmi di un ulteriore 20% annuo; anche per il 2023 puntiamo a raggiungere i buoni risultati degli anni precedenti”.

AgriEuro, oggi, è una realtà che fattura 129 milioni all'anno (dati 2022) e conta quattro centri distributivi: uno a gestione diretta a Spoleto e tre in outsourcing (Bologna, Novara e Piacenza), per un totale di 80.500 mq di magazzini coperti; per il polo più recente, quello di Piacenza inaugurato nel 2021 in collaborazione con Fercam, è già previsto un raddoppio degli spazi entro la metà del 2023 e un numero di spedizioni quadruplicato entro il 2024.

Ma come si gestisce una crescita così rapida e vertiginosa? Come si riesce a tenere il passo con esigenze e volumi che si moltiplicano mese dopo mese? “È stato molto impegnativo - è la risposta a tre voci di Filippo, Alessia e Alessandra - e ci ha fatto vivere tutti questi anni sempre sotto pressione, in una costante rincorsa. Perché - prosegue Filippo - per quanto si cerchi di mantenersi al passo con l'evoluzione dell'organizzazione, di far sì che si mantenga adeguata ai tassi di sviluppo del business, ci si trova comunque a gestire fasi estremamente faticose. Di fatto, con moltissimo lavoro, ci siamo sempre riusciti... anche se con l'impressione, ogni tanto, di essere costantemente in lotta contro il tempo. Una crescita, peraltro, che si è sempre autofinanziata: fino a oggi, infatti, gli utili sono stati completamente reinvestiti. Tra le sfide più cruciali ci sono soprattutto quelle legate a una visione di medio periodo: in particolare sul fronte della logistica, dal momento che l'aumento del business a ritmi importanti richiede in primo luogo un corrispondente aumento della capacità di



stoccaggio, e quindi di spazi, in modo da poter dare un tetto ai nuovi e più ingenti volumi. Va detto peraltro che da alcuni anni si lavora ormai su programmazione, sulla base di proiezioni che consentono di avere una situazione prospettica più chiara e definita”.

Un secondo aspetto cruciale è quello delle competenze, particolarmente rilevante per un'azienda come AgriEuro. Tra i punti di forza della struttura, che le hanno consentito di diventare leader nazionale nella vendita on line di macchine per l'agricoltura e il giardinaggio, non c'è infatti solo l'enorme varietà di marchi (oltre 200) e di prodotti a disposizione (per un totale di più di 8500 referenze). A caratterizzare l'azienda è anche la particolare politica di assistenza pre e post-vendita, svolta attraverso reparti dedicati con operatori madrelingua (italiano, francese, tedesco, spagnolo e inglese) per ciascuno dei Paesi in cui l'azienda è presente. A parlare in questo caso è Alessia Settimi, che snocciola una serie di numeri decisamente significativi: “Ad oggi il nostro team è composto da 140 persone (compresi i tirocinanti, che faccio entrare nel calcolo dal momento che finora circa l'85% di loro è stato poi confermato con un contratto di lavoro), con un'età media di 33 anni. Di questo totale, 30 persone sono con noi da meno di 12 mesi, e 80 (pari al 57%) hanno un'anzianità

aziendale inferiore ai 3 anni; solo 44 persone sono qui da più di 5 anni. È evidente quindi come anche questo sia stato un aspetto estremamente sfidante, anche per il particolare mix di competenze richieste ai nostri operatori: la conoscenza del settore, delle tecniche, degli articoli, delle lingue. Negli ultimi tempi anche su questo stiamo investendo di più, attraverso risorse interne specializzate: il che ci ha portato a partecipare a career day universitari, collaborare con istituti scolastici, organizzare forme di alternanza scuola-lavoro, istituire borse di studio...”.

L'assistenza post-vendita, a cui si è accennato, è un tema che merita un approfondimento. “Si tratta - specifica Filippo Settimi - dell'elemento distintivo del nostro posizionamento sul mercato, di uno dei principali motivi per cui le persone trovano un valore ad acquistare da noi. E quando parliamo di assistenza post-vendita, intendiamo un concetto ben più ampio del semplice call center (una parola che da noi non esiste!): c'è ovviamente anche la risposta a richieste di informazioni, ma nel nostro caso intendiamo soprattutto temi concreti come riparazione, gestione dei ricambi, risoluzione dei problemi tecnici. In pratica se il cliente, dovunque esso sia, ha un problema con un prodotto, gli basta contattare il nostro centro assistenza: l'articolo gli viene ritirato, portato nella nostra



officina di Spoleto o nell'officina partner più vicino a lui per la riparazione e riconsegnato a domicilio, tutto gratuitamente: un unicum sul mercato, poiché in genere il venditore si limita tutt'al più a indicare il centro assistenza della società produttrice. Negli ultimi tempi, a questo servizio è stata inoltre affiancata una rete europea di centri assistenza in accordo diretto con AgriEuro, presso i quali, in caso di problemi, è possibile rivolgersi con la garanzia dello stesso livello di servizio. Un'integrazione che consente di migliorare ulteriormente la nostra presenza presso la clientela".

Altra caratteristica peculiare di AgriEuro è quella di aver mantenuto una rigorosa verticalizzazione dell'offerta, senza farsi tentare da un allargamento su altri settori merceologici. "Per come la vediamo, dal nostro punto di vista sarebbe stata una strada dannosa per la nostra azienda, perché l'avrebbe snaturata. Un ampliamento dell'offerta comporterebbe il rischio di perdere quella forte connotazione che ci identifica e ci caratterizza come specialisti di macchine agricole e da giardinaggio, e che costituisce un nostro punto di forza". Questa specializzazione e vicinanza alla clientela offre inoltre all'azienda un osservatorio privilegiato sul settore, che le consente di identificare necessità ed esigenze di prodotti non ancora presenti sul mercato; è su questa base che, dal 2013, sono stati sviluppati una serie di brand proprietari: i marchi GeoTech e GeoTech-Pro



Filippo Settimi con il padre Manlio e la madre Maria Novella Rotoloni

(i cui prodotti vengono fabbricati in Cina seguendo le necessità tecnico-commerciali europee e gli standard di sicurezza CE) e i brand AgriEuro Premium, AgriEuro TOP-LINE e Seven Italy, con produzione in Italia di altissima qualità. Anche in questo caso lo sviluppo è stato rapidissimo: tanto che negli ultimi mesi è diventata operativa la AgriEuro Shanghai Co. Ltd "creata - spiega ancora Settimi - proprio con l'obiettivo di ottenere un rapporto ancor più diretto con i fornitori cinesi e una maggiore facilità nell'attuazione degli accordi commerciali, delle forniture, della gestione dei problemi e delle assistenze".

Capitolo a parte spetta poi al tema della sostenibilità, particolarmente sentito all'interno dell'azienda. "Nella nostra attività di azienda commerciale il tema più critico è quello degli imballaggi, che possono costituire un elemento altamente impattante e in cui un nostro intervento può effettivamente fare una differenza. Per questo abbiamo recentemente studiato, realizzato e investito cospicuamente su una linea di imballaggio con tecnologia industria 4.0, un macchinario unico nel suo genere, che ha completamente azzerato l'utilizzo di plastica (come film protettivi, reggette, chips in polistirolo o cuscini d'aria per la protezione dei prodotti). Il nuovo imballo, realizzato in carta e cartone riciclato all'80%, è a sua volta al 100% riciclabile. Inoltre, per combattere il fenomeno della deforestazione, su questa linea di imballaggio abbiamo totalmente eliminato l'utilizzo dei pallet in legno, sostituendolo con cartone riciclabile, grazie all'applicazione di piedini cartonati sotto le scatole per pesi specifici dai 25 agli 80 kg. Per prodotti sopra gli 80 kg ancora dobbiamo usare i pallet tradizionali... ma ho già una mezza idea per una soluzione. Intanto, nei prossimi mesi abbiamo già in programma una seconda linea analoga a quella già esistente, ma con una produttività quattro volte superiore".



La sede storica del negozio fondato da Manlio Settimi

Insieme ad Alessandra Settimi, responsabile della gestione degli ordini, abbiamo visitato i grandi e luminosi uffici della sede di AgriEuro, dove è tangibile il dinamismo e l'energia di questa realtà in costante crescita: basata, in primo luogo, sulle capacità e sulla visione prospettica del suo creatore, che ha in cantiere molte altre idee e progetti per il futuro. "Per i prossimi anni - conclude Filippo Settimi - pensiamo alla creazione di nuove sedi logistiche. Nel 2024 abbiamo anche in programma l'ampliamento dell'attuale sede di Spoleto. E poi, c'è il tema di un'ulteriore espansione all'estero: un canale che abbiamo aperto da una decina d'anni e che nel 2022 è arrivato a rappresentare il 56% del totale delle vendite, in particolare verso Germania, Francia e Spagna. Per ora è tutto gestito dall'Italia, con figure madrelingua che offrono gli stessi servizi dei nostri clienti nazionali. Ma di certo in questi Paesi c'è un ulteriore grandissimo margine di crescita: che potrebbe essere facilitata, in un futuro, dalla creazione di società e di logistiche locali. Del resto, anche il nostro nome fin dall'inizio era stato scelto per le sue caratteristiche di internazionalità: sia 'Agri' che 'Euro' sono utilizzati e perfettamente comprensibili in tutte le principali lingue europee. Insomma, non ci annoieremo". E a giudicare dagli ultimi 15 anni, c'è sicuramente da crederci. 



# ORVIETO

## e le *fazioni cittadine* alla fine del '300

... di Francesco Ronchi



Il ripristino della sede apostolica a Roma fu un'operazione lunga e complessa. Il primo tentativo risale al papa "avignonese" Urbano V, il quale, confortato dai risultati dell'efficace azione politico-militare posta in atto per 14 anni dal cardinale Egidio da Albornoz nei territori dello Stato Pontificio, nel 1367 sbarcò a Corneto (oggi Tarquinia). L'improvvisa morte del cardinale, avvenuta prima dell'ingresso solenne nell'Urbe, complicò da subito le cose. Urbano agli inizi del 1370 preferì lasciare l'Italia, e morì pochi mesi dopo. Il successore Gregorio XI, anch'egli francese, volle assecondare il desiderio espresso da (quasi) tutti i potentati d'Italia - così gli aveva assicurato Caterina da Siena - e lasciò definitivamente Avi-

gnone. Alla sua morte (1378), il Collegio cardinalizio elesse un papa italiano, il vescovo di Bari, Urbano VI. Ma pochi mesi dopo un cardinale francese, preoccupato del fatto che Urbano stava entrando in rotta di collisione con la regina di Napoli, Giovanna I d'Angiò, e ciò avrebbe messo in forse l'intero assetto politico nella Penisola, indisse a Fondi un'altra riunione del Collegio e si fece eleggere papa, col nome di Clemente VII.

Ne nacque uno Scisma, che ebbe pesanti ripercussioni anche a Orvieto, una delle città (con Forlì, Popoli, Narni, Spoleto, Viterbo e Sassoferrato) dove l'Albornoz aveva ritenuto necessario dotare il presidio armato pontificio di una nuova fortezza, così da

renderlo autonomo rispetto a questa o quella consorte locale. Della Rocca di Orvieto rimangono ampie porzioni delle mura, inglobate nei giardini pubblici che si trovano in fondo alla via principale del centro storico, Corso Cavour. L'Albornoz l'aveva affidata al suo braccio destro nella Tuscia, Ugolino conte di Montemarte, capo della fazione dei Mercorini, di parte guelfa, che in Orvieto si contrapponeva ai Beffati (a loro dire, dall'Albornoz), sostenitori (come gran parte delle città dell'Italia Centrale) delle posizioni assunte da Firenze nel corso della cosiddetta Guerra degli Otto Santi, chiusa dal neoeletto Urbano VI facendo leva, negli accordi di Tivoli, sul suo essere italiano e non francese.



All'epoca tutti i maggiori centri dell'Umbria, ad eccezione di Perugia, erano di fatto governati da consorzierie a base nobiliare. La cui autorevolezza derivava in parte dalle tradizionali attività agricole e artigianali (con le entrate fiscali connesse), in parte dai proventi di incarichi militari (le "condotte"), in parte da benefici e commende su proprietà delle diocesi e di abbazie e monasteri. Queste ultime, ovviamente, erano tanto più ricche quanto più dipendenti dai prelati più influenti (un tempo ad Avignone, ma ormai a Roma). I leader della fazione soccombente in genere assumevano lo status di "fuoriusciti", e pur di rovesciare le fortune degli avversari ricorrevano alla propaganda e finanziavano congiure. Subito dopo gli accordi di Tivoli con i fiorentini, Urbano VI, desideroso di ingraziarsi le grandi famiglie romane

e di ridurre la pletera dei feudatari fedeli a Giovanna I, affidò l'incarico di "Vicario del Patrimonio di S. Pietro in Tuscia e Capitano di Orvieto" a Rinaldo Orsini, figlio del signore di Tagliacozzo e di una Savelli, il quale in settembre convocò Mercorini e Beffati per indurli alla pace. Il tentativo fallì: sia perché lui aveva poco da offrire (non era autorizzato a promettere riduzioni fiscali) sia perché i capi di entrambe le fazioni non temevano i militi pontifici, potendo disporre di castelli e casali fortificati in tutto l'Orvietano, da cui ricavano viveri e uomini d'arme. Le terre dei conti di Montemarte si concentravano nel settore nordorientale del distretto orvietano, lungo la direttrice delle valli del Paglia e del Chiani, mentre i Monaldeschi della Cervara, capi dei Beffati, in passato si erano orientati verso Bol-



sena e verso il territorio di Acquapendente. Quale segno di buona volontà verso l'Orsini, che insisteva sulle mire espansionistiche di Siena, questi ultimi rafforzarono le difese di Onano, il loro castello più prossimo alla Toscana. Urbano VI si aspettava qualcosa di più; l'anno seguente passò il Vicariato della Tuscia al genovese Giovanni Fieschi, e la Rocca di Orvieto a un certo Guglielmo Maramaldo. L'Orsini decise allora di passare dalla parte di Clemente VII, il quale gli affiancò Bernardon de la Salle, condottiero guascone a capo di un contingente di mercenari d'Oltralpe.

### La fonte monaldesca

L'erudito cinquecentesco Monaldo Monaldeschi ha lasciato una descrizione vivida dell'attacco a Orvieto attuato dagli uomini dell'antipapa all'inizio dell'estate del 1380; tuttavia, alcuni particolari lasciano perplessi. Monaldo aveva commissionato alcune ricerche genealogiche ad Alfonso Ceccarelli, pubblicate nei primi anni '80 del XVI secolo. Il medico bevagnese, accusato a Roma di aver falsificato dei testamenti, venne decapitato nel luglio 1583, quindi il Monaldeschi si vide costretto a difendere il proprio buon nome dando alle stampe un testo pur sempre dipendente dai documenti trovati (o redatti?) dal Ceccarelli.

È circolata anche l'ipotesi che Monaldo conoscesse l'autore di un falso, attribuito al monaco irlandese Malachia (XII secolo) fatto circolare a Roma poco prima del conclave del dicembre 1590: vi si predicava l'elezione di un papa proveniente da Urbs Vetus (Orvieto), cioè il card. Girolamo Simoncelli, ni-







La sede e i dipendenti della filiale Banco Desio di via Montenibbio, a Orvieto (TR)

pote del papa Giulio III e protettore (tra altri) del prolifico architetto e scultore orvietino Ippolito Scalza.

Il padre di Girolamo, Antonio, grazie al matrimonio con Cristofora Del Monte, figlia di Baldovino (dal 1525 Luogotenente dell'Umbria) aveva acquisito una posizione di rilievo a Orvieto, dove fu uno dei più attivi tra i fabbricieri del Duomo di S. Maria della Stella. Si trattava del più importante monumento cittadino, la cui costruzione sarebbe iniziata a metà del '200, quando il Comune decise di ospitare in un contesto prestigioso la reliquia principale del miracolo eucaristico di Bolsena. Antonio ottenne il titolo di Conte di Castel di Piero, che sino al 1522 era appartenuto a un ramo dei Baglioni di parte Mercorina.

Tornando all'episodio del 1380, non stupisce il ruolo attribuito da Monaldo a Nicola Farnese, presentato quale coraggioso sostenitore dei Beffati (in effetti a Orvieto questo membro della numerosa e ambiziosa famiglia radicata a Canino e Isola Farnese aveva la nomea di razziatore di bestiame): infatti il fratello maggiore di Monaldo, Sforza Monaldeschi, nel XVI secolo aveva combattuto al servizio di PierLuigi Farnese, figlio maschio primogenito del papa Paolo III; inoltre il Ducato di Castro a fine '500 era ancora uno dei più importanti nello Stato Pontificio. Stando al racconto, un manipolo agli

ordini di Nicola Farnese si introdusse in città risalendo alcuni cunicoli scavati nel tufo, che oggi risultano parte dei saloni ipogei dell'Enoteca Regionale, nel Palazzo del Gusto. Nel '300 qui sorgeva il convento attiguo a S. Giovanni, una delle più antiche chiese orvietane. I Mercorini, colti di sorpresa, abbozzarono una resistenza in piazza del Carmine, ma presto cercarono rifugio nella Rocca, lasciando ai Beffati il Palazzo Pubblico. Al suono convenuto della campana della chiesa di Sant'Andrea, l'Orsini, che attendeva fuori Pta Maggiore con il grosso delle truppe, penetrò in città. Monaldo insiste nel ricordare che nella Rocca c'era abbondanza di viveri e munizioni per sottolineare la vigliaccheria del castellano, antenato di quel Fabrizio Maramaldo che nella tarda primavera del 1527 guidò le soldataglie "imperiali" giunte in Tuscia in appoggio ai lanzichenecchi in marcia verso Roma e ne devastò il territorio. Uno dei pochi a contrastarlo era stato il padre di Monaldo, Camillo, che armò un gruppo dei suoi fittavoli di Trevinano e con loro liberò dalla minaccia Torre Alfina.

La rievocazione monaldesca presenta evidenti analogie con la descrizione dell'attacco compiuto nel dicembre 1449; in quel caso l'ingresso dei militi che dovevano cogliere di sorpresa i difensori avvenne scalando le mura "tra l'Ospedale e S. Francesco" tramite una

scala di corda lasciata la notte prima da un uomo dei Beffati; tuttavia, come nel 1380, fu il suono della campana di S. Andrea a dare il via all'entrata da Pta Maggiore del grosso delle truppe dei Beffati. I quali una volta tornati alla guida di Orvieto (che avevano dovuto lasciare nel 1411) accettarono di consegnare la città alle truppe regolari pontificie di Niccolò V: dal 1450 il potere è della Chiesa.

Veniamo alla fase finale del racconto del 1380: Rinaldo Orsini, intenzionato a creare una signoria personale, dopo la resa del Maramaldo non infierì e concesse ai capi dei Mercorini di raggiungere Corbara, il castello dei Montemarte; ma i mercenari bretoni si diedero al saccheggio e all'incendio sistematico delle loro case, poste dal Duomo fin verso il complesso di San Bernardino e fino alla Rocca. La popolazione reagì e crebbe il numero delle vittime ("Duemila case sono distrutte e 3000 sono i morti. Si salvano solo le chiese e l'onore delle donne").

Solo alla fine di giugno Orsini riuscì a convincere i bretoni del de la Salle ad avviarsi verso Perugia. Lo fecero in assetto di guerra, dato che i fuoriusciti Mercorini li attesero nei punti più favorevoli e riuscirono a strappar loro parte degli ostaggi; il bottino, invece, i guasconi furono costretti a svenderlo per comprare di che mangiare, in un territorio ormai a loro ostile. ❌

# *Sorprendente* VIGEVANO

... di Paola Pignatelli

Non è una meta turistica di quelle che fanno gola agli stranieri. Eppure Vigevano, distante meno di 50 chilometri da Milano, è una tappa imperdibile per chi vuole concedersi un tuffo nella storia e nell'arte rinascimentale. E che tuffo! Perché il cuore di Vigevano, che sta tutto nella scenografica piazza e nel Castello Ducale, offre immutate al visitatore le atmosfere del suo glorioso passato.

Del resto questa cittadina in provincia di Pavia era stata scelta nientemeno che da Ludovico il Moro per mettere in mostra il suo potere, edificandovi un Castello che non doveva avere nulla da



invidiare a quello più famoso di Milano. Tanto è vero che a progettarlo furono le "archistar" del momento: primo tra tutti Donato Bramante. Il risultato è un complesso grande due volte Buckingham Palace, tre volte la Basilica di San Pietro e sei volte il Duomo di Milano. Del resto, nelle intenzioni del Moro la costruzione doveva rappresentare il fulcro della "città ideale" del Rinascimento, essere un esempio per altre opere architettoniche e diventare luogo deputato all'accoglienza dei sovrani di tutta Europa.

Le maestranze si misero al lavoro nello stesso anno in cui Colombo scoprì l'America: il 1492. Solo due anni dopo, la piazza - progettata come una gigantesca anticamera regale - era pronta per





dare il benvenuto al sovrano di Francia, Carlo VIII. Lunga 134 metri e larga 48, ancora oggi lascia a bocca aperta chi vi arriva sbucando da una delle strette stradine di accesso. Tre lati sono edificati e porticati (da uno dei due lati lunghi si accede al Castello attraverso una scalinata), e il quarto è chiuso dalla facciata barocca della Cattedrale, opera più tarda del vescovo-architetto Juan Caramuel Lobkowitz.

Sotto i portici, le antiche botteghe dei commercianti di lana e seta hanno lasciato il posto a negozi di abbigliamento, di calzature, di gioielli. E soprattutto a bar e ristoranti che hanno dislocato i loro tavolini lungo il perimetro della piazza. Un cambio di passo che nulla toglie in ogni caso alla suggestione del luogo e alla piacevolezza di una sosta. Anzi, è un'esperienza unica accomodarsi a uno di quei tavolini e restare a osservare l'incanto del luogo. Immaginando magari le impressioni di chi un tempo passava di lì. All'epoca di Ludovico il Moro, la piazza era in realtà diversa da oggi. Due grandi archi trionfali interrompevano la linea dei portici. E per accedere al Castello veniva utilizzata una lunga rampa di pietra su cui potevano passare anche cavalli e carri. La rampa prendeva la via



dal centro della piazza, e da lì conduceva dove ora si trova l'ingresso alla cosiddetta Torre del Bramante (fu lui infatti a ultimarla sul finire del XV secolo, prendendo le mosse da un'antica torre medievale preesistente).

E a proposito di Torre del Bramante, vale la pena – una volta lasciato il tavolino – di salire i 100 gradini che portano in cima. O meglio, nella parte più alta aperta al pubblico. Infatti la Torre conta sette piani, ma solo i primi quattro sono visitabili e consentono l'accesso a un terrazzino da cui si gode la vista dei tetti di Vigevano, spaziando fino al Ticino (gli altri tre piani conducono alla cella campanaria).

La Torre vista dalla piazza ha un aspetto familiare per chi conosce Milano: perché la parte più alta è stata costruita a imitazione della Torre del Filarete al Castello Sforzesco. Un tempo era interamente affrescata all'esterno, e ancora oggi con i rintocchi delle sue campane scandisce le ore per gli abitanti di Vigevano.

Anche il Castello in realtà era stato voluto dal Moro sulla base di un edificio più antico, di età longobarda, che verso la metà del '300 era poi divenuto residenza dei Visconti, allora duchi di Milano. A quell'epoca risale una delle sue parti più suggestive: la Strada Coperta, una vera e propria meraviglia dell'architettura fortificata europea. È lunga 167 metri e larga sette, ed è rimasta intatta nella sua struttura. Durante l'ultima guerra mondiale i tedeschi vi facevano passare i pesantissimi carri armati "Tigre", e fino alla metà degli anni '60 vi transitavano mezzi milita-

ri. Ma questo non ha mai provocato cedimenti. In tempi cupi come quelli del tardo Medioevo, la Strada Coperta aveva la funzione di consentire ai duchi di spostarsi in sicurezza, entrando e uscendo dal Castello senza essere visti. Arrivati in fondo alla Strada Coperta, ci si trova nello spazio occupato un tempo dalla Rocca Vecchia, la parte più antica del Castello. Qui si trovano la gigantesca Cavallerizza, ovvero l'antico maneggio per le esercitazioni equestri, e l'accesso alle Strade Sotterranee: imponenti corridoi di collegamento, anch'essi coperti, che erano adibiti a scuderie e spazio di lavoro per le maestranze al servizio dei duchi.

Se sotto i Visconti il complesso aveva mantenuto l'aspetto e le funzioni militari, con l'avvento di Ludovico il Moro la musica era cambiata. Non più struttura fortificata, ma "dilettevole dimora" in cui ospitare gli alti ranghi di tutta Europa e organizzare gli svaghi della corte. Non solo: per Ludovico, patrono di artisti e letterati, il Castello di Vigevano doveva essere anche e soprattutto il "nido d'amore" dedicato alla giovanissima Beatrice d'Este, sposata a soli 15 anni (lui ne aveva 23 in più) il 18 gennaio 1491. Il Moro aveva voluto che il matrimonio si celebrasse a Pavia per non dare l'impressione di prevaricare Gian Galeazzo, legittimo duca di Milano, che aveva sposato Isabella d'Aragona in Duomo alcuni mesi prima. Nonostante il forte legame che aveva unito Ludovico a Cecilia Gallarani (la Dama con l'ermellino immortalata da Leonardo), dopo il matrimonio il duca lasciò l'amante e diede vita con



Beatrice a una delle coppie più affiatate del Rinascimento. Per lei il Moro chiese al Bramante di progettare all'interno del Castello un'ala tutta al femminile: con la cosiddetta Loggia delle Dame, il giardino della Duchessa, le stanze per accogliere le sue ancelle e i suoi numerosi armadi ricolmi di abiti sontuosi e di gioielli preziosissimi.

Beatrice morì poi di parto nel 1497, e nonostante nell'ultimo periodo il rapporto fra i coniugi si fosse raffreddato, Ludovico impazzì di dolore. Per due settimane rimase rinchiuso al buio nei propri appartamenti, dopodiché si lasciò crescere la barba indossando da quel momento solamente abiti neri con un mantello stracciato da mendicante. Allo scultore Cristoforo Solari commissionò un gruppo in marmo di Carrara (oggi nella Certosa di Pavia) composto dai ritratti dei due sposi giacenti. Monumento estremo e raffinatissimo all'amore coniugale.

Ma tornando al Castello di Vigevano e al suo periodo di massimo splendore, tra banchetti e ricevimenti, il visitatore non può mancare un passaggio alle Scuderie. Vi si arriva salendo la scalinata che parte della piazza, e accedendo al grande cortile dove oggi si tengono manifestazioni e spettacoli.

Le Scuderie sono tre. La prima, chiamata Ducale, è lunga quasi 100 metri e fu fatta costruire da Ludovico il Moro. Si dice che Leonardo da Vinci abbia preso spunto proprio da questo ambiente per la stalla-modello dise-



La sede e i dipendenti della filiale Banco Desio di via Decembrio 21, a Vigevano (PV)

gnata nel Codice Trivulziano. La terza Scuderia (in realtà la prima ad essere completata) è oggi sede del Museo Archeologico della Lomellina. Accanto a questa si trova la Falconiera, un edificio con un terrazzo dal loggiato colonnato. Da qui si facevano volare falconi e sparvieri addestrati alla caccia. Tutte e tre le Scuderie, così come la Torre del Bramante, erano completamente affrescate sulle pareti esterne con disegni geometrici e finte architetture. Un tripudio di forme e di colori che doveva davvero lasciare stupefatti gli ospiti del Castello.

Una volta che si è girato in lungo e in largo tutto il complesso, immergendosi nelle atmosfere dell'antica corte ducale, non resta che visitare le raccolte oggi ospitate all'interno. A cominciare dall'interessante Museo della Calzatura (al piano superiore della prima Scuderia). Si tratta dell'unico museo pubblico in Italia dedicato a questo soggetto, e il percorso attraverso le sale rappresenta un vero e proprio viaggio nella

storia della moda e del design. Che comincia, non a caso, con la Pianella rinascimentale ritrovata al Castello nel corso di una campagna di scavi. Si dice appartenuta a Beatrice d'Este... e piace crederlo. Si passa poi alle scarpette veneziane settecentesche in raso, e via via alle scarpe futuriste, ai primi modelli prodotti dai calzaturifici vigevanesi, alle creazioni dei grandi stilisti internazionali. Senza dimenticare le pantofoline cinesi in seta, le babbucce indiane, le calzature in pelle di foca e corteccia di betulla che difendevano dal freddo le popolazioni nordiche. Al piano superiore della prima Scuderia si trova anche la Pinacoteca, dove sono esposte opere dal XV al XIX secolo (tra cui medaglioni e fregi decorativi di epoca rinascimentale, per restare in tema sforzesco). Nelle sale del Maschio è invece ospitata la Leonardiana, un interessante museo virtuale e tecnologico che consente di scoprire l'opera e il pensiero di Leonardo da Vinci attraverso disegni, codici, dipinti. 





# La spesa “a km zero”: un ORTO SUL BALCONE

... di Teresa Delideracchi

Quando è stata immortalata per la prima volta al lavoro nell'orto della Casa Bianca, Michelle Obama è diventata in tutto il mondo un modello green da imitare. Adesso, spinto un po' dalla crisi economica e un po' dalla riscoperta della genuinità, l'orto sul balcone (o sul terrazzo) si è trasformato da moda in abitudine. È diventato segno distintivo di attenzione per l'ambiente, per il cibo sano, per il contatto diretto con la natura. E se in passato erano soprattutto i più anziani a dedicarsi alla coltivazione dell'orto, memori spesso di un tempo vissuto in campagna, adesso la passione si sta diffondendo anche tra i più giovani e tra persone completamente a digiuno delle tecniche di coltivazione.

La pandemia di Coronavirus ha dato poi un'ulteriore sterzata in questa direzione. E più recentemente il ritorno della guerra in Europa ha portato grande preoccupazione per gli effetti che il conflitto può avere sull'economia reale, a partire proprio dal procacciamento dei generi alimentari. Soprattutto nelle grandi città, decidere di produrre ortaggi e insalate a casa è oggi una scelta sempre più diffusa. Anche perché non è necessario avere a disposizione grandi spazi: bastano un po' di pazienza e buona volontà. Dal punto di vista dell'impegno, coltivare un orto sul balcone anziché occuparsi delle classiche piante ornamentali ha le stesse implicazioni. Inoltre ci sono verdure che hanno



FORNITORE COLDIRETTI

fiori colorati molto decorativi: per esempio zucchine, fragole, pomodori e melanzane.

Dicono le statistiche che ormai un italiano su quattro (secondo un'indagine di Coldiretti/Ixè) si dedica alla cura dell'orto. E non si tratta solo di persone che abitano in campagna. Nella maggior parte dei casi, in verità, i cittadini puntano sulle piante aromatiche e sull'insalata. Sempre secondo Coldiretti, l'insalata è molto get-

tonata perché è semplice da coltivare e garantisce il raccolto dopo appena 40 giorni con un costo di pochi euro. Ma adesso nei vivai si trova tutto l'occorrente per sbizzarrirsi con ortaggi di vario genere. Certo, bisogna usare qualche accorgimento per ottenere buoni risultati. A cominciare dalla scelta dei vasi, che dovrebbero essere in terracotta anziché in materiale plastico. Poi bisogna procurarsi guanti, rastrello e paletta.





### **Pochi accorgimenti pratici per buoni risultati**

Per avere subito qualche soddisfazione, meglio lasciar stare i semi e puntare direttamente sulle piantine da interrare. La maggior parte degli ortaggi (piselli, insalate, prezzemolo, fragole) predilige l'esposizione a est, dove batte il sole al mattino. Mentre se il terrazzo è orientato a sud - sud-ovest vanno bene uva fragola, piante aromatiche e officinali (rosmarino, timo, origano, camomilla), che apprezzano la luce intensa e resistono al calore. Ma anche

pomodori, melanzane e peperoni. Non c'è bisogno di troppa terra: la maggior parte delle verdure richiede una profondità del terreno di 25-30 centimetri (40 per i pomodori e le patate). I vasi vanno preparati posizionando sul fondo uno strato di argilla espansa, al quale andrà poi sovrapposto il terriccio miscelato a un poco di sabbia. E per essere davvero "green", contro i parassiti non andranno usati pesticidi, ma rimedi naturali come l'acqua di argilla, l'allume di potassio e la tintura di peperoncino.

Quanto al calendario, alcuni ortaggi (lattuga, bietola, valeriana, prezzemolo, cipolla, aglio, legumi, carciofi, fragole, radicchi da taglio) si possono interrare già alla fine dell'inverno. Mentre pomodori, peperoni, cetrioli e zucchine andrebbero messi a dimora quando il rischio delle gelate è superato. In ogni caso, finché le temperature non si stabilizzano è sempre bene utilizzare l'agrovelo (un tessuto-non-tessuto bianco) per riparare gli ortaggi in caso di ritorno del freddo.

E per chi proprio vuole strafare, c'è un'opzione supplementare: preparare da sé il compost riciclando i rifiuti domestici umidi. Certo non si tratta di un'operazione adatta a tutti, un po' per motivi di tempistiche (per realizzare un buon compost sono necessari alcuni mesi) e un po' perché bisogna approntare un bidone in cui deporre terra, rifiuti organici e... lombrichi! Per chi volesse provare, va tenuto presente comunque che si possono utilizzare fiori appassiti, gusci di uovo, scarti di frutta e verdura. Mai pezzi di legno o altri materiali che possano contenere tracce di agenti chimici. E nemmeno scarti di alimenti grassi come le croste del formaggio.

### **Un tocco di design**

A dimostrazione di quanto l'orto urbano sia diventato trendy c'è la sempre maggiore attenzione nei suoi confronti da parte di giardinieri, vivaisti e persino designer. Si comin-







cia dalle proposte più basiche, come quelle che si trovano anche su Amazon (kit di semi, fioriere verticali, vasi in tessuto...), per arrivare a veri pezzi di arredamento outdoor, firmati da designer internazionali: strutture modulari (a volte realizzabili anche su misura) che possono essere attrezzate con mensole a riserva d'acqua e speciali porta-vaso in alluminio; moduli impilabili realizzati in materiali plastici ad hoc, che non rilasciano sostanze chimiche e sono quindi sicuri anche per la coltivazione di piante commestibili; è stata persino ideata e prodotta una vera e propria borsetta con manico che è anche un piccolo orto portatile, in cui coltivare piante aromatiche pronte all'uso da portare sempre con sé.

Ma l'idea più originale è forse quella del designer tedesco Manuel Dreesman, che con il suo progetto Skyfarm punta a utilizzare addirittura gli spazi sospesi per gli orti urbani, che possono quindi essere realizzati

anche senza disporre di terreno. In questo caso erbe aromatiche e ortaggi sono contenuti in "bolle" appese al soffitto del balcone (o anche dell'appartamento), e in cui sono contenuti i nutrienti necessari a far crescere le piante. Per mettere mano agli ortaggi basta tirare la cordicella che scorre in un'apposita carrucola. Si può così anche regolare l'altezza dei contenitori e scrivere il nome degli ortaggi sul fondo della bolla, in modo da poterli riconoscere anche dal basso.


### **Dal terrazzo di casa all'orto in affitto**

Per chi – dopo essersi sbizzarrito con le coltivazioni domestiche – vuole fare il "grande passo" e provare a coltivare un vero orto, c'è la possibilità di affittare dal proprio Comune di residenza un pezzo di terreno in zone dedicate a questa attività. In tutta Italia gli enti locali mettono a disposizione dei cittadini veri e propri orti urbani. Che secondo i dati Istat sono cresciuti

addirittura del 18,6% in cinque anni, arrivando a coprire una superficie di 2,11 milioni di metri quadrati. Ogni amministrazione applica parametri e sistemi diversi per la concessione: ci sono Comuni che li danno in uso annuale in cambio di un piccolo canone dopo averli recintati e attrezzati con acqua e un piccolo riparo per gli attrezzi; altri che li riservano solo a certe fasce di età; e altri ancora che aprono dei bandi per le assegnazioni, con quote di canone che cambiano a seconda del reddito e dell'età. Iscrivendo poi il proprio orto alla rete Campagna Amica ([www.campagnamica.it](http://www.campagnamica.it)), si può anche chiedere il supporto di un tutor che fornisce preziosi consigli e aiuta a organizzare le coltivazioni nel modo migliore.

### **I mercati del contadino**

A chi invece proprio non ha il dono del pollice verde (o la voglia di mettersi in gioco con un proprio orto domestico), resta comunque la soluzione dei Farmer's Market, i cosiddetti mercati del contadino che ormai hanno i loro estimatori in tutti i principali centri urbani. Per molti cittadini sono diventati un appuntamento settimanale fisso. Un momento di pausa in cui non solo si possono acquistare frutta e verdura a chilometro zero (o quasi), ma si può anche collaborare a promuovere il patrimonio enogastronomico del territorio e a tenere in vita le tradizioni agricole locali.

I vantaggi offerti da questa formula sono molteplici: si acquistano prodotti freschissimi; si rispetta l'ambiente e si sostengono le aziende agricole; si valorizzano i piccoli produttori; si scoprono eccellenze che non sono vendute nei classici circuiti commerciali; si individuano indirizzi di agriturismi che possono trasformarsi in piacevoli mete per gite fuori porta; si rispetta la stagionalità dei prodotti e si favorisce quindi il consumo responsabile. 

# Mare, montagna e occasioni di festa



Viaggi, sport, cultura, ma soprattutto il gusto di stare insieme: le attività del Circolo Ricreativo Culturale di Gruppo Banco Desio continuano a proporre occasioni di divertimento e di arricchimento per tutti i dipendenti e le loro famiglie.


Ne è un esempio la bellissima crociera nei Caraibi effettuata lo scorso febbraio, che ha toccato molte delle più affascinanti destinazioni di Antille e Isole Vergini: Guadalupa, Tortola, St.Marteen, Antigua, St. Vincent e Grenadine, Martinica. Il tutto a bordo della modernissima motonave Costa Fascinosa, dotata di tutti i servizi capaci di qualificarla come un vero "grand hotel sull'acqua".

Ma c'è anche chi ama scenari (e temperature) molto diverse: per gli appassionati di montagna, tra gennaio e febbraio si è svolto il corso di sci articolato

su quattro sabati, organizzato dal Circolo nella località di Madesimo, con i maestri della locale scuola sci e suddiviso in gruppi a seconda del livello tecnico dei partecipanti.

Non sono mancati, come di consueto, anche gli appuntamenti con le grandi mostre d'arte, con visite guidate alle esposizioni milanesi "Bosch e un altro Rinascimento" e "Max Ernst" allestite presso le sale di Palazzo Reale e "Dali, Magritte, Man Ray e il Surrealismo - Capolavori dal Museo Boijmans Van Beuningen" al Mudec.

Partecipatissimo, infine, il tradizionale incontro natalizio, finalmente tornato a pieno titolo dopo le interruzioni dovute alla pandemia: lo scorso 18 dicembre sono state oltre 1200 persone che si sono date appuntamento al Teatro Nazionale

di Milano per l'annuale Festa di Auguri dei Bambini, seguita dall'apprezzatissimo musical "Cinderella"; presente per l'occasione - oltre al responsabile e coordinatore del Circolo Umberto Vaghi - tutta la proprietà di Gruppo Banco Desio, che ha portato il proprio saluto e ha consegnato pacchi dono agli oltre 400 bambini presenti (per i bambini dei colleghi lontani il regalo era già stato prontamente spedito in filiale). L'incontro al Teatro Nazionale è stato preceduto, a un giorno di distanza, dall'incontro conviviale dedicato al personale in quiescenza, che ha visto anch'esso la presenza della proprietà e che - dopo una Messa in suffragio dei colleghi defunti - è stata l'occasione per un giovinale e piacevolissimo convivio di colleghi, che rappresentano le solide fondamenta e la storia dell'azienda. 







# ABRUZZO e NATURA: tre *Parchi Nazionali* in una sola regione

... di Arianna Izzi

Regione verde d'Europa, custode di tesori naturali e tradizioni millenarie, l'Abruzzo offre un territorio variegato che, dalle placide sponde dell'Adriatico, va man mano inerpicandosi sulle più alte cime appenniniche. Oltre al Parco Nazionale d'Abruzzo, Lazio e Molise, al Parco Nazionale del Gran Sasso e Monti della Laga e al Parco Nazionale della Majella, la zona ospita un Parco Regionale, un'Area Marina Protetta e più di trenta Riserve Naturali. Numeri importanti, che fanno dell'Abruzzo la maggiore area naturalistica d'Europa.

Accanto al valore che la protezione ambientale è capace di restituire ai luoghi, esiste tutto un ampio dedalo di centri abitati, zone rurali e siti

d'interesse culturale e artistico, che concorre alla costituzione identitaria di un territorio, e la cui sopravvivenza è possibile unicamente attraverso la dedizione di chi lo abita e di chi sceglie di esplorarlo. In Abruzzo, così come in tanti luoghi semiconosciuti dell'Appennino Centrale, resistono tradizioni e antichi mestieri, celebrazioni secolari che puntualmente tornano ad animare le viuzze acciottolate dei paesini e delle contrade, antiche usanze e bellezza diffusa. Si tratta di una regione da esplorare con lentezza e cura, perfetta come destinazione per un viaggio che sia anche scoperta di sé, durante tutto l'anno. Ogni stagione, infatti, mette in scena i suoi colori preferiti, e la possibilità di scegliere







tra innumerevoli attività ed esperienze rende l'Abruzzo in grado di mettere d'accordo le esigenze di ogni tipologia di viaggiatore.

### **Parco Nazionale d'Abruzzo, Lazio e Molise**

Quando il 2 Ottobre 1921, nel piccolo e affascinante comune di Opi, in provincia di L'Aquila, venne istituita la prima area protetta d'Italia, forse nessuno, davvero, immaginava l'impatto positivo che quell'iniziale atto d'amore e di salvaguardia ambientale avrebbe avuto nei decenni a seguire su tutto il territorio nazionale. Dai 500 ettari della Costa Camosciara, anfiteatro di rocce maestose, divenuto uno dei luoghi più visitati d'Abruzzo, si passò presto a comprendere un'area sempre più grande, che il 9 Settem-

bre 1922 divenne Parco Nazionale alla presenza del suo primo Presidente, l'Onorevole Erminio Sipari. Oggi, dopo oltre un secolo di storia, tra valli carsiche e ruscelli gorgoglianti, prati d'alta quota e paesi che vale la pena visitare con curiosità e calma, il Parco Nazionale d'Abruzzo, Lazio e Molise si estende per oltre 50.000 ettari, integrando le storie e le tradizioni di 25 comuni, su un territorio che tocca ben tre province: L'Aquila, Isernia e Frosinone.

A fare da protagonista, l'immenso patrimonio naturalistico e paesaggistico che abbraccia ogni ambiente e che rende il Parco Nazionale d'Abruzzo, Lazio e Molise un vero e proprio scrigno di biodiversità. Tra le fitte e vetuste faggete, coprenti circa il 60% dell'intera superficie protetta e dichiarate Patrimonio dell'umanità dall'UNESCO, resistono endemismi floristici e faunistici di rara bellezza. Le specie certamente più note, e per le quali l'Ente Autonomo svolge un ingente lavoro di salvaguardia, sono l'Orso bruno marsicano (*Ursus arctos marsicanus*), il Camoscio appenninico (*Rupicapra pyrenaica ornata*) e il Lupo appenninico (*Canis lupus*). Si tratta di animali dalla storia particolare, per molto tempo minacciati dalle più disparate cause antropiche - e non ancora fuori pericolo di estinzione - che popolano pacificamente i boschi e tutti gli ambienti del Parco, il cui comportamento elusivo spesso lascia agli escursionisti e agli appassionati solo le tracce del loro passaggio, sufficienti per percepire la magia della loro presenza.

Metas imperdibili nel Parco Nazionale d'Abruzzo, Lazio e Molise sono certamente i piccoli centri abitati di Pescasseroli e Opi, a seguire il corso del Fiume Sangro, e di Villetta Barrea, Civitella Alfedena e Barrea, raccolti attorno alle acque smeraldo del Lago di Barrea. Al confine con il Parco Nazionale, un sito di interesse storico e culturale da annotare è senza dubbio Scanno, paese dal fascino antico e noto per aver ospitato alcuni tra i più grandi fotografi al mondo, come Henri Cartier Bresson e Mario Giacomelli, che qui, tra botteghe orafe e palazzi nobiliari, archi e portali, scelsero di realizzare scatti senza tempo.

### **Parco Nazionale del Gran Sasso e Monti della Laga**

Le bellezze di questo territorio sono sconfinite: alte cime, ghiacciai e nevai, fioriture di orchidee dall'aspetto delicato e dalla forza fiera, castelli medievali dalla figura inequivocabile e storie di transumanza. Tutto a disegnare scene pittoresche e armoniose, che restano cucite addosso e che profumano di autenticità. I gruppi montuosi in cui questo Parco Nazionale si suddivide sono principalmente due: la celebre catena del Gran Sasso, dal profilo più caro agli abruzzesi, e i Monti della Laga, nella zona settentrionale della regione, a cavallo tra l'Abruzzo, il Lazio e le Marche. Gemma incastonata alla base dei monti è Campo Imperatore, l'altopiano più esteso degli Appennini e uno dei luoghi più straordinari del nostro Paese. Anche chiamato "il piccolo Tibet", per gli scorci mozzafiato, i giochi di luce sulle macchie di ginepro e i piccoli specchi






d'acqua a riflettere meraviglie, funge da porta d'accesso ai sentieri battuti dagli escursionisti amanti del trekking e delle vie ferrate - come l'ascesa al Corno Grande, al Corno Piccolo e al Monte Camicia - e si collega ad alcuni dei più caratteristici paesi e borghi circostanti. Uno fra tutti, divenuto celebre grazie all'ambientazione del film del 1985 "Ladyhawke", di Richard Donner, è Rocca Calascio, antico borgo di costituzione medievale, arroccato e protetto dall'omonimo castello che, nel tempo, è diventato uno dei simboli d'Abruzzo e una delle principali mete turistiche del territorio aquilano. A poca distanza da questi siti d'interesse è possibile fare la conoscenza di tesori urbani e paesaggistici più timidi e nascosti, che si rivelano ai viaggiatori più pazienti e attenti. Ne è un esempio Santo Stefano di Sessanio, borgo duecentesco dalla cui Torre Medicea, recentemente ristrutturata dopo le lesioni subite durante il terremoto che nel 2009 colpì duramente L'Aquila, si apre un panorama impagabile sulla valle del Tirino e su parte della Conca aquilana. Scendendo a valle, propaggine meridionale del massiccio del Gran Sasso, si incontra Navelli, altro luogo splendido in cui fermarsi per un pasto tipico e per conoscere meglio una tra le tradizioni peculiari d'Abruzzo: la raccolta

dello zafferano. Per concludere con un originale detour naturalistico, sempre restando nei dintorni, è possibile passeggiare - e, volendo, pagaiare - lungo le acque turchesi del Tirino, considerato il fiume più pulito d'Italia.

### **Parco Nazionale della Majella**

La leggenda narra che Maja fosse la ninfa più bella tra le Pleiadi, figlia di Atlante e Pleione, madre di Hermes, messaggero degli dei. Per amore di suo figlio, ferito durante una battaglia, Maja si addentrò proprio tra le cime del Gran Sasso, per trovare una cura capace di rimarginare le sue ferite, invano. Disperata, si dice si addormentò per sempre proprio sulle montagne che oggi portano il suo nome. Per questo motivo, la silhouette della Majella viene amorevolmente chiamata "la bella addormentata d'Abruzzo". Racconti a parte, il territorio del Parco Nazionale della Majella è intriso di testimonianze storiche, e dai più antichi reperti trovati nella Valle Giumentina, una delle più visitate della zona, si stima che i boschi e gli angoli remoti di quest'area vennero abitati già dal Paleolitico. A questi insediamenti si aggiunsero col tempo numerosissimi centri monastici ed eremi, che tra le insenature carsiche della Majella trovarono rifugio e pace, e che sono ancora

oggi visitabili. Uno dei più conosciuti è l'Eremo di Sant'Onofrio al Morronone dove Pietro Angelerio, passato alla storia col nome di Papa Celestino V, sperimentò la sua vocazione ascetica prima di essere eletto pontefice. Il Parco Nazionale della Majella è tutto compreso nel territorio abruzzese e tocca le province di Chieti, Pescara e L'Aquila. Nacque, ufficialmente, nel 1991 e conta una serie variopinta di ambienti tutti diversi tra loro: dalla Valle dell'Orfento ai canyon della Valle dell'Orta - entro cui scorrono acque celesti -, dalle grotte carsiche alle praterie e alle rupi d'alta quota. La vetta più alta è rappresentata dal Monte Amaro, seconda solo al Gran Sasso e raggiungibile attraverso una rete di sentieri dall'aspetto a dir poco lunare, dai cui punti panoramici è possibile godere di una vista che spazia dal Mare Adriatico alle cime di tutti gli Appennini circostanti, rendendo l'esperienza di ascesa indimenticabile. Per immergersi nella cultura e nelle tradizioni del Parco Nazionale della Majella è consigliabile soggiornare in uno - o più - paesi che punteggiano il verde dei boschi come fossero perle preziose. Tra i più caratteristici Caramanico Terme, Pacentro col suo Castello Caldora, Fara San Martino e Lama dei Peligni. 





## TUTTI I TUOI CONTI IN UN'UNICA APP E UN MONDO DI SERVIZI DEDICATI A TE

### ONE-D TI PERMETTE DI COLLEGARE TUTTI I TUOI CONTI, ANCHE DI DIVERSE BANCHE IN UN'UNICA APP

Con One-D hai a disposizione una sola piattaforma per gestire la tua situazione finanziaria ed effettuare operazioni da tutti i tuoi conti.



COLLEGA I TUOI CONTI  
IN ONE-D ED ESEGUI LE  
TUE OPERAZIONI CON  
L'ASSOLUTA SICUREZZA  
DEGLI STANDARD  
EUROPEI DELLA PSD2.

[bancodesio.it](http://bancodesio.it)



Messaggio pubblicitario con finalità promozionale.  
Per le condizioni contrattuali si rinvia ai Fogli Informativi disponibili presso le filiali di Banco Desio su supporto cartaceo/telematico e pubblicati sul sito [www.bancodesio.it](http://www.bancodesio.it) alla sezione "Trasparenza".



# *Protezione* **CYBER**

**Protezione Cyber** è la nuova soluzione assicurativa di Helvetia Italia Assicurazioni studiata per proteggere te e la tua famiglia dai rischi digitali e dai pericoli derivanti dall'utilizzo del web.

 **Banco Desio**

**helvetia**   
La tua Assicurazione svizzera