

LA **BANCO** *Nota*

Poste Italiane S.p.A. - Sped. in A.P. - Stampa Periodiche in Regime Libero - LOMI - N. 107 - gennaio 2024 - la Banca nota ISSN 1972 - 8379



COVER STORY **LA COLOMBERA E LA REGINA DEL TIMORASSO**



STRATEGIE

Piano Industriale Banco Desio: innovazione e continuità



FINANZA

Gli immigrati nell'economia: tra necessità e opportunità



FILIALI

Cagliari e il retaggio punico



D.*i***MPRESA**

**LA LINEA DI CONTI
PER IL TUO BUSINESS:
SEMPLICE, FLESSIBILE
E MULTICANALE**



**D.IMPRESA è il package
di conti correnti pensati
per le imprese.**

SCOPRI LA SOLUZIONE
DI CONTO CORRENTE
PIÙ ADATTA ALLE ESIGENZE
DELLA TUA IMPRESA



 **Banco Desio**

bancodesio.it



4

strategie

- 4 Piano Industriale Banco Desio: innovazione e continuità
- 6 Agostino Gavazzi, 40 anni da consigliere
- 8 Prima edizione per gli Stakeholders Days
- 10 Nuovi orizzonti per il Private Banking

fides

- 12 Fidem: impegno nel lavoro e fiducia nei partner

finanza

- 14 Gli immigrati nell'economia: tra necessità e opportunità

cover story

- 18 La Colombera e la regina del Timorasso

filiali

- 22 Cagliari e il retaggio punico
- 25 Genova, Fronte del Porto

associazioni

- 28 Un Banco per aiutare i più deboli

viaggi

- 31 La magia dell'Alto Adige in inverno

vita di gruppo

- 34 Viaggi e molte altre occasioni di incontro



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,
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
gennaio 2024
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



PIANO INDUSTRIALE

Banco Desio: *innovazione e continuità*

*Intervista ad Alessandro Decio,
Amministratore Delegato
e Direttore Generale di Gruppo
Banco Desio*

... di Monica Nanetti

Il nuovo Piano Industriale di Gruppo Banco Desio è stato approvato lo scorso novembre. Quali i contenuti e le novità più rilevanti?

Il Piano Industriale 2024 - 2026 va in una direzione di sviluppo e continuità con il precedente piano 2020 - 2023, in cui abbiamo tendenzialmente raggiunto e superato tutti i target che ci eravamo posti. Si parte quindi con l'esperienza di successo di questi ultimi tre anni e si va a costruire sulle fondamenta create nel recente passato. Al tempo stesso è un Piano ambizioso, dal momento che ci siamo dati come obiettivo quello di diventare nel tempo la migliore tra le banche di prossimità. Già nell'ultimo triennio la banca è riuscita a raggiungere una performance superiore alla media del cluster di strutture simili alla nostra per dimensione, ma ci sono ancora margini per arrivare a quel livello di eccellenza che è la nostra ambizione: essere la migliore tra le cosiddette banche regionali, che noi preferiamo definire come banche di prossimità

proprio per indicare la vicinanza - fisica e non solo - al cliente. Il Piano prevede di raggiungere nel 2026 una buona redditività e un ritorno sul capitale superiore all'8 - in grado quindi di remunerare finalmente in maniera adeguata il capitale - ed è incentrato, come il precedente, sulla crescita.

Come si articola, quindi, in dettaglio?

Due sono i pilastri chiave. Il primo è quello che abbiamo definito come ottimizzazione della banca commerciale, che consiste nel proseguire il lavoro già intrapreso di ridisegno dei processi, così da renderli sempre più fluidi, lavorando sulla digitalizzazione per consentire ai clienti di effettuare le proprie scelte tramite gli strumenti che mettiamo loro a disposizione. Un'attività che include anche un lavoro su aree che presentano margini di miglioramento: come una migliore capacità di pricing con i nostri clienti e un ulteriore sviluppo nel mondo imprese, attraverso una serie di prodotti (il leverage finance, l'estero, i



derivati di base, il factoring...) di cui in precedenza non disponevamo e che ci permettono di giocare un ruolo più importante nello sviluppo dei nostri clienti, con un buon livello di redditività.

Per quanto riguarda invece il secondo pilastro?

Consiste nel perseguire la crescita attraverso la specializzazione. In questo ambito, la prima azione in continuità con il passato è quella della crescita nel wealth management. Un progetto iniziato tre anni fa, che ci ha portato a circa 70 bankers e 60 consulenti finanziari: numeri che incominciano a rappresentare una vera rete, costruita, gestita e seguita in modo opportuno e in linea con le stime di mercato. Ora il nostro obiettivo è di portarci (anche attraverso l'acquisizione di ulteriori bankers e consulenti finanziari) dagli attua-

li 7,5 miliardi di masse amministrate a 10 miliardi entro l'arco del piano: una cifra che rappresenta la soglia minima per essere percepiti come un operatore significativo nel mondo del private banking e del wealth management, oltre che consentirci di disporre di una massa critica adeguata a fornire tutti i prodotti e servizi che i nostri clienti si aspettano. Un secondo driver di crescita attraverso la specializzazione è quello della cessione del quinto: abbiamo al nostro interno Fides, che sta operando bene, con competenza, ed è cresciuta molto. La cessione del quinto è un prodotto che conosciamo e che garantisce un buon livello di redditività, in cui Fides ha una quota di mercato del 4,6%; ci siamo dati l'obiettivo di raddoppiare le masse e di arrivare a una quota di mercato intorno all'8%, diventando uno fra i player rilevanti in questo ambito. La terza leva di crescita attraverso la specializzazione è invece una sorta di novità: vogliamo montare una macchina acquisitiva di clienti small business, tenendo sempre la filiale come centro del nostro operato. Le nostre filiali hanno oggi un numero di clienti leggermente più basso rispetto della media del mercato, e per questo puntiamo ad acquisire nuova clientela. Abbiamo identificato nello small business il segmento dove c'è un maggior livello di insoddisfazione dal punto di vista del servizio bancario, e al tempo stesso una maggiore disponibilità a cambiare banca a fronte di un servizio distintivo. Crediamo che il nostro brand risponda molto bene alle esigenze delle piccole e medie imprese: noi siamo la banca per le pmi quasi per definizione, siamo nei loro territori e vogliamo lavorare per incrementare di 10.000 unità la nostra clientela di questo tipo: su questo abbiamo programmato una serie di investimenti dedicati.

A proposito di investimenti: che cosa prevede il Piano?


La crescita, per essere coerente e solida, deve essere supportata adeguatamente: per questo abbiamo pianificato di investire 60 milioni di euro nell'arco del

Piano, suddivisi tra varie iniziative di tipo run the bank e change the bank. Al centro, come sempre, le nostre persone, dal momento che la loro qualità è l'elemento che fa la differenza presso il cliente: investimenti, quindi, in processi e sistemi a supporto, oltre che in formazione, che è per noi un elemento caratterizzante.

Un elemento sempre più presente in ogni attività aziendale è quello legato alla sostenibilità: che cosa è previsto in tal senso?

Il nuovo Piano ha una forte caratterizzazione ESG: inevitabile perché questo è quello che chiedono il mercato e la normativa, ma anche e soprattutto perché la sostenibilità è nel dna di Banco Desio forse più che in quello di qualsiasi altro istituto: la nostra è sempre stata una banca attenta al sociale, consapevole che può fare bene solo se anche i suoi clienti fanno bene. Siamo insomma "sostenibili per natura"; bisogna però aggiungere che il mercato è cambiato e con esso le esigenze. Oggi ci sono temi nuovi che dobbiamo abbracciare in maniera convinta e costruttiva: come il tema della transizione ambientale, sia dal punto di vista di gestire la banca con grande attenzione alla migliore gestione delle risorse, sia dal punto di vista di cercare di aiutare di più e meglio i nostri clienti supportandoli in questo processo. Le piccole e medie imprese si rendono conto di avere una sfida su questo fronte, ma non sempre hanno gli strumenti per affrontarla: noi possiamo aiutarle con competenze e risorse dedicate. Senza contare altri temi rilevanti come quello della diversità di genere, su cui abbiamo fatto di recente sforzi importanti: sia dal punto di vista della numerosità di colleghe lungo tutto l'arco manageriale, sia sotto l'aspetto di azzerare totalmente ogni tipo di gender pay gap, inaccettabile e assolutamente ingiustificato. Crediamo fermamente che avere una maggiore diversità di genere contribuisca ad avere una banca migliore e un team che lavora meglio.

Potremmo quindi definirlo come un Piano in equilibrio tra innovazione e tradizione?

Certamente il nuovo Piano Industriale è in piena continuità con i valori della banca: prudente, attento al cliente, con un approccio di medio-lungo periodo e non orientato esclusivamente al breve termine, che punta a crescere nel tempo cercando sempre di fare il passo adeguato alla propria gamba. Ma al tempo stesso un progetto coraggioso e capace di puntare con decisione a nuovi traguardi, rendendosi conto che magari in passato c'è stato un eccesso di timidezza che ci ha fatto forse perdere qualche piccola quota di mercato. Nel complesso, la nostra vera sfida è quella di coniugare tradizione e innovazione: sapendo che la prima senza la seconda rischia di tradursi in qualcosa di vecchio. Noi non vogliamo essere vecchi: vogliamo essere tradizionali, nel senso di continuare a essere percepiti come una banca amica e vicina ai suoi clienti. Ma senza innovazione non si arriva da nessuna parte: gli strumenti digitali sono essenziali per i nostri clienti, e se non fossimo in grado di fornirli a quel punto non saremmo più una "banca amica". L'altra dicotomia che dobbiamo gestire è quella tra banca generalista e specializzata; noi siamo generalisti, e vogliamo continuare a esserlo: una banca in cui il nostro cliente che entra in filiale sa che troverà qualcuno pronto a farsi in quattro per rispondere alle sue esigenze. Sappiamo bene quali sono le richieste della clientela: essere seguiti, rispettati, ricevere consigli e consulenza, non dover impazzire per trovare le persone con cui parlare. Che sono le nostre caratteristiche di banca generalista, ma che corrispondono anche alla necessità di avere una competenza specifica e specializzata in colui che fornisce le risposte. Coniugare questi due aspetti è una grande sfida, ma è qualcosa che in questi ultimi anni abbiamo dimostrato di saper fare e che - credo - sarà la chiave di volta per il raggiungimento del nostro Piano. 



AGOSTINO GAVAZZI, 40 anni da *consigliere*

... a cura della redazione

Il legame tra Banco Desio e le famiglie Gavazzi e Lado non è un semplice rapporto di proprietà; lo si potrebbe piuttosto definire come un unicum in cui l'aspetto umano e quello professionale si integrano completamente. La conferma viene da una particolarissima ricorrenza: quella che vede Agostino Gavazzi compiere 40 anni di presenza all'interno del Consiglio di Amministrazione della banca. Un'occasione perfetta per un racconto a ruota libera di questi quattro decenni e, allargando la visuale, di una storia che è al tempo stesso professionale e personale.

“ 40 anni di Consiglio: sono davvero tanti. Sono entrato nel CdA nel 1983, alla morte di mio padre: avevo 38 anni, all'epoca ero Amministratore Delegato della Tessitura Gavazzi, e ci si muoveva in un contesto molto diverso. Per spiegarlo, meglio fare un passo indietro nel tempo: quando la banca, fondata nel 1909, era ancora una piccolissima realtà. Come raccontava il ragioniere Danesin, storico direttore che ha ricoperto la carica dal 1931 al 1961, all'inizio si faceva fatica persino a chiamarla banca: uno stanzone, due tavoli per ricevere i clienti, una scrivania con la scritta 'direzione' e sei dipendenti in tutto. Era l'unica filiale, cui si aggiungeva una 'succursale' a Nova aperta due giorni alla settimana. Ma lo sviluppo è stato costante: dalle 7 filiali del 1959, già nel 1969 Banco Desio è passato (anche grazie alla fusione con Banca della Brianza) a 23. Dopo di che la crescita è aumentata esponenzialmente. Quando sono en-



trato nel Consiglio le filiali erano ancora tutte in provincia di Milano; poi abbiamo iniziato ad allargarci, e negli anni 90 ad aprire anche al di fuori della regione. Oggi siamo arrivati a 2400 dipendenti e circa 280 filiali. Tornando al CdA, la consuetudine era quella di attribuire posti in Consiglio a due rappresentanti per ciascuno dei 'macro-gruppi' di cui si compone la mia famiglia: quello dei Lado, quello dei Gavazzi di cui faccio parte (di-

scendenti di Luigi Gavazzi), e quello dei Gavazzi miei cugini, discendenti di Franco Gavazzi. Alla morte di mio padre, mio fratello era già in Consiglio, e io ricordo di aver ricevuto una telefonata dall'Amministratore Delegato: 'Guardi - allora ci si dava tutti del lei - che abbiamo deciso di cooptarla'; e così è andata. Nel frattempo, però, sono rimasto ad occuparmi della tessitura, che abbiamo portato avanti fino a che è stato possibile: a un certo punto però la

concorrenza dell'estremo Oriente era diventata proibitiva, e nel 1992 abbiamo deciso di liquidare l'azienda, prima che la situazione diventasse insostenibile. Una scelta angosciante: pensare che era stata fondata dal bisnonno nel 1869... tra le due guerre la Gavazzi era arrivata ad avere 2200 dipendenti; mi ricordo quando, da bambino, andavo sul muretto del nostro giardino e guardavo questo enorme fiume di persone che confluiva in fabbrica, arrivando da tutti i paesi vicini. Al momento della chiusura avevamo invece solo 80 dipendenti, quindi dal punto di vista sociale è stato possibile gestire la cosa senza grossi traumi. Ma sono comunque momenti brutti, tristi, che ti danno un senso di impotenza. Poi però ho considerato che quando la Tessitura Gavazzi era nata, Desio era sostanzialmente terzo mondo: fino al 1900 le paghe per 12 ore di lavoro in fabbrica erano di 38 centesimi al giorno, quando un chilo di pane costava 40 centesimi. E a quel punto ho capito che certe industrie a basso valore aggiunto è bene che siano di competenza dei Paesi più poveri, che devono crescere. Per quello che riguarda Banco Desio, comunque, la sua storia è legata a doppio filo alla storia della mia vita, e i ricordi sono moltissimi: come quando, da piccolissimo, costringevo mia mamma a fermarsi per ore a guardare le ruspe che scavavano per costruire il caveau della sede di piazza Conciliazione. O come quello, indelebile, della rapina subita da una nostra filiale nell'immediato dopoguerra, in cui purtroppo fu ucciso un nostro funzionario, Felice Solaro (molto tempo dopo i rapinatori chiesero una riduzione di pena per buona condotta, e insieme alla famiglia anche noi della banca fummo interpellati per la concessione del provvedimento). O quando, all'inizio degli anni '80, era chiaro che la vecchia sede non era più sufficiente e siamo passati all'attuale edificio di via Rovagnati: un altro mondo, tanto che si era discusso molto sul fatto che fosse una struttura troppo grande, quasi esagerata. Invece,

poco tempo dopo anche questi spazi sono risultati insufficienti e abbiamo dovuto ampliarli con uno stabile adiacente.

Di certo dal 1983 a oggi il ruolo di Consigliere è cambiato profondamente: all'inizio la gestione era unicamente in mano a tecnici, al Consiglio venivano chieste cose meno specialistiche di oggi. Arrivava il Direttore Generale con un elenco di nomi e di importi e ci si limitava a fidarsi del lavoro dei manager, che conoscevano i clienti e le situazioni dei fidi; la nostra era solo una ratifica. Oggi, invece, il Consiglio esamina tutte le questioni tecniche; abbiamo una quantità di documentazione a supporto e siamo chiamati a esaminarla approfonditamente. Più in generale, il modo di fare banca è cambiato e al tempo stesso le richieste della Banca d'Italia sono diventate molto più stringenti e impegnative. Insomma, le esigenze sono aumentate e richiedo maggiori competenze. Un tempo chiunque avesse fatto un minimo di esperienza in azienda poteva sedere in Consiglio senza problemi. Oggi è necessario avere specifiche capacità; la Banca d'Italia richiede che, a livello di Consiglio, tutte le competenze siano rappresentate a livello professionale: finanza, gestione del personale, trasparenza, sicurezza, legale, valutazione dei rischi, compliance... Il mio contributo in Consiglio, oggi, è quello di una visione "a largo raggio", ma non sarei più capace di presiedere quello è diventato un organismo che a tutti gli effetti richiede approfondite competenze specialistiche.

Del resto, già durante la mia esperienza come Presidente ho capito che potevo valutare e accettare pareri affidandomi all'insieme del Consiglio, composto da persone estremamente valide e autorevoli. Il che, insieme alla fiducia nella direzione, mi ha permesso di svolgere più serenamente il mio ruolo. Anche questo, del resto, è un tratto che ci distingue rispetto ad altre banche di famiglia: noi non siamo mai entrati nella gestione diretta della banca, che abbia-

mo invece sempre affidato a manager e professionisti del settore; mantenendo un ruolo di presenza e controllo. Oggi il Consiglio è normalmente composto da 11 membri: un numero dispari che viene raccomandato per evitare posizione di stallo. Anche se per noi non ha molto senso: non abbiamo mai votato contando i numeri, si decide sempre all'unanimità. Ci sono 5 donne, quindi in numero ampiamente al di sopra di quanto previsto per legge per il genere meno rappresentato: e a mio parere è triste che sia necessaria un'imposizione in questo senso, quando a guidare la scelta dovrebbe essere solo il valore individuale: le nostre Consigliere sono molto competenti, e ci forniscono anche un punto di vista, un approccio che sicuramente arricchisce il nostro lavoro. I dati della banca, oggi, sono di piena soddisfazione: la situazione contabile al 30 settembre 2023 mostra risultati positivi e in crescita. Ma a darmi grande soddisfazione è soprattutto la consapevolezza che, nonostante la fortissima crescita e la grande professionalità, al nostro interno si respira ancora un clima familiare. E molte persone lo sentono, tanto che mi capita, durante le occasioni di incontro con il personale, di sentirmi dire "è bello lavorare quando si sa per chi si lavora". La mia risposta è che lavoriamo per tutti: per le 2400 famiglie dei nostri dipendenti, per i nostri clienti, per l'intero territorio grazie al quale siamo cresciuti, ma che è a sua volta cresciuto grazie ai finanziamenti della nostra banca, in un processo comune di sviluppo sinergico. Io sono sempre stato un appassionato scout, e mi piace sintetizzare tutto questo con una frase del fondatore del movimento Robert Baden-Powell nel suo testamento spirituale: 'Il vero modo di essere felici è quello di procurare la felicità agli altri. Cercate di lasciare questo mondo un po' migliore di quanto l'avete trovato e, quando suonerà la vostra ora di morire, potrete morire felici nella coscienza di non avere sprecato il vostro tempo, ma di avere fatto del vostro meglio'.





Prima edizione *per gli* Stakeholders Days

... a cura della redazione

Continuano le nuove iniziative di Banco Desio in ambito di sostenibilità, come quella che ha visto, di recente, l'organizzazione dei primi "Stakeholders Days". Per scoprirne meglio i contenuti, le finalità e i risultati abbiamo interpellato Raffaele Negri, Responsabile Area Bilancio e Sostenibilità del Gruppo.



In che cosa consistono gli Stakeholders Days?

È un'iniziativa nuova, che abbiamo intrapreso per la prima volta nel corso di due giornate svoltesi a Desio e a Spoleto, il 20 e il 24 ottobre. Si è trattato di incontri che abbiamo organizzato invitando le diverse categorie dei nostri stakeholder, per attivare un dialogo diretto con loro al fine di meglio comprendere la loro percezione e le loro aspettative rispetto a ciò che Banco Desio fa e dovrebbe fare per integrare i fattori di sostenibilità nel proprio modo di fare impresa. Abbiamo quindi raccolto intorno a dei tavoli di discussione rappresentanti qualificati dei nostri clienti, fornitori, dipendenti, esponenti del territorio tra cui amministratori locali, docenti universitari impegnati sui temi della sostenibilità e rappresentanti dell'ordine dei commercialisti, che dal nostro punto di vista avranno un ruolo fondamentale per fare in modo che anche le piccole e medie imprese - la nostra clientela tipica - possano a loro volta integrare consapevolmente la sostenibilità nel proprio modo di fare impresa.

Quali sono stati, quindi, i contenuti degli incontri?

Abbiamo presentato i principali risultati che abbiamo conseguito con grande soddisfazione nel 2022, al termine di tre anni di piano di sostenibilità (che era separato rispetto al piano industriale), e abbiamo delineato l'impegno che Banco Desio vuole dedicare ancora in futuro ai temi della sosteni-

bilità, sia con riferimento alle tematiche ambientali che a quelle sociali. Dopo di che, una volta raccontato chi siamo, cosa abbiamo fatto e che cosa abbiamo intenzione di fare, abbiamo quindi posto a tutti gli stakeholder una serie di domande: “Come vedete il modo di porsi di Banco Desio rispetto a queste tematiche? Ritenete che il nostro operato venga incontro alle vostre aspettative e alle vostre esigenze, con riferimento a una banca di prossimità come Banco Desio? Avete altre richieste o suggerimenti su cui volete richiamare la nostra attenzione?” Da lì si sono sviluppate una serie di dinamiche che hanno arricchito dal punto di vista qualitativo i nostri progetti di sviluppo nell’ambito della sostenibilità; progetti che sono stati poi tenuti in considerazione all’interno del nuovo Piano Industriale “beyond 2.6”, di cui le tematiche ESG sono ora parte integrante.

Quali sono state le principali indicazioni emerse dagli interventi degli stakeholder?

La più importante e trasversale, ribadita in più occasioni, riguarda la comunicazione. I nostri interlocutori hanno richiesto un forte impegno da parte di Banco Desio nel comunicare che cos’è la sostenibilità, nell’aiutare le imprese - clienti e anche fornitori - a comprendere cosa significa questo concetto: perché la transizione ambientale (la prima e più urgente nell’ambito delle tre dimensioni della sostenibilità) è qualcosa che riguarda molto da vicino anche le piccole e medie imprese, che però, a differenza di realtà imprenditoriali di più grandi dimensioni, non hanno in proporzione analoghe strutture o risorse o capacità di spesa per definire e delineare il proprio impegno in questi ambiti. Da qui la richiesta che ci è stata rivolta, di aiutare a capire meglio cosa significa la transizione green sostenendo le imprese, oltre che con finanziamenti dedicati, anche da un punto di vista di aiuto al cambiamento culturale: una mission informativa e formativa al tempo stesso.

Una richiesta che amplia decisamente il vostro ambito di azione...


Decisamente sì, e ci carica di ulteriori responsabilità. Si tratta peraltro di un ruolo che aiuta a far sì che queste tematiche siano sempre più discusse e analizzate affinché si possano trovare soluzioni innovative per la transizione in corso. Ciò che è emerso in queste due giornate è che la sostenibilità, in prima battuta, è certamente vista come un costo, ma con l’aumentare del livello di consapevolezza appare sempre più chiaro che si tratta in realtà di un investimento teso all’innovazione, perché a fronte di un impegno finanziario legato, ad esempio, al rinnovo dell’impianto produttivo o all’efficientamento energetico, c’è la possibilità, proprio perché finalizzati a queste iniziative di riduzione dei consumi e delle emissioni climalteranti, di accedere a finanziamenti bancari dedicati con cui si possono ottenere condizioni di maggior favore e creare di conseguenza un ritorno economico.

Come sono stati individuati i partecipanti, nella vasta platea dei vostri stakeholder?

I criteri sono stati piuttosto variegati: nel caso di imprese-clienti abbiamo considerato anzitutto realtà imprenditoriali che conoscono questi temi o che hanno avviato delle riflessioni, ancorché si trovino magari in una fase iniziale di sviluppo e di aggiornamento dei propri processi produttivi: aziende con cui è stato possibile dialogare in modo efficace proprio perché c’era già una consapevolezza di base dei temi condivisi. Per quanto riguarda i fornitori abbiamo utilizzato un criterio analogo: abbiamo preso a riferimento partner che consideriamo strategici dal momento che forniscono beni e servizi che risentono delle nostre politiche di sostenibilità. Abbiamo ad esempio invitato l’azienda che ci fornisce l’energia elettrica, la società che ci supporta nell’arricchimento della nostra offerta di welfare aziendale, l’agenzia che ci aiuta nella comunicazione delle tematiche di sostenibilità...

insomma fornitori che, anche in questo caso, già conoscono i temi e con cui abbiamo potuto coinvolgere gli altri stakeholder partecipanti e condividere le esigenze e le aspettative, così da consentirci di meglio delineare e perseguire il nostro impegno per la sostenibilità. Abbiamo anche coinvolto gli esponenti del territorio, con i sindaci di Desio e di Spoleto, e anche realtà territoriali come Sviluppo Como (incubatore di imprese innovative e startup) e Gepafin (la finanziaria della Regione Umbria) che hanno il ruolo di promuovere le iniziative imprenditoriali del territorio che sono, queste ultime, sempre più orientate ad avere le tematiche di sostenibilità già nativamente integrate nel proprio modo di fare impresa. E poi, naturalmente, i docenti universitari e i commercialisti, che su questi temi si stanno spendendo molto nella propria attività divulgativa e formativa. Un punto di attenzione particolare lo abbiamo dedicato alle nuove generazioni: i cosiddetti under 30, che per noi sono una specifica categoria di stakeholder, dal momento che hanno molto a cuore questi temi, una spiccata sensibilità alle tematiche ambientali e sociali. Abbiamo coinvolto anche una loro qualificata rappresentanza per gli stakeholder days.

Come è stata accolta l’iniziativa dai vostri interlocutori?

Decisamente bene: i ritorni sono stati molto positivi e hanno aperto la via a nuovi contatti e ulteriori iniziative di questo tipo. Quelle di quest’anno sono state due giornate pilota, con cui abbiamo voluto intraprendere un dialogo più diretto ed efficace con i nostri stakeholder; visti i risultati, sicuramente riproporremo l’iniziativa anche in futuro, rendendola un appuntamento periodico. Fino allo scorso anno le occasioni di ascolto dei nostri stakeholder erano più limitate e basate in larga parte sulla somministrazione di questionari da cui si riuscivano a cogliere comunque delle indicazioni, senza però alcuna possibilità di interazione: che è invece il vero valore aggiunto, che quest’anno abbiamo percepito in tutta la sua forza. 



NUOVI ORIZZONTI *per il* Private Banking

... a cura della redazione

Intervista a Marcello Marra, Responsabile della Direzione Wealth Management

Tra i vari aspetti del nuovo Piano Industriale 2024-2026 di Gruppo Banco Desio (presentato in dettaglio a pag.4), un ruolo di grande rilevanza è rappresentato dalle attività e dallo sviluppo del Wealth Management. Per parlare di questo specifico ambito abbiamo interpellato Marcello Marra, Responsabile della relativa Direzione. Un ruolo assunto da pochissimo tempo, dal momento che ne ha preso la guida dal primo novembre scorso. Fresco di arrivo, ma con una solidissima esperienza professionale alle spalle: “Ho 51 anni - racconta Marra - e ho passato 26 anni in un'altra grande banca, dove ho avuto la possibilità di girare diverse sedi sia all'estero che in Italia: sono originario di Bari ma ho trascorso più di 25 anni tra Milano, Bologna, Napoli, Verona, Monaco di Baviera, Vienna, ... e a questo punto mi mancava la Brianza per completare il panorama. Scherzi a parte, la mia carriera professionale si divide in due parti: per metà mi sono occupato di Risorse Umane, ricoprendo vari ruoli di responsabilità nel gruppo, e per il restante 50% ho lavorato nel business, prevalentemente occupandomi di Private Banking e Wealth Management, dove ho seguito sia progetti strategici a livello di gruppo, sia ricoperto ruoli manageriali di Rete.



Questo lavoro richiede una **reale vicinanza al cliente**, una capacità di intercettare e interpretare correttamente e in modo tempestivo le sue esigenze e le sue preoccupazioni

In realtà però, se partiamo da molto lontano, la mia carriera ha inizio proprio come private banker nell'allora Credito Italiano; quello delle Risorse Umane è stato quasi un lungo intervallo, per tornare poi al Private Banking: una sorta di ritorno al primo amore, si potrebbe dire”.

E, in effetti, il mondo della consulenza finanziaria è per Marcello Marra una vera passione: “È quello di cui mi sono occupato fin dall'inizio ed è rimasto il mio interesse primario. La mia fase di attività nell'ambito delle Risorse Umane è stata però importantissima, arricchendo il mio bagaglio di competenze distintive per un manager, soprattutto se chiamato a guidare una rete”.

Arriviamo così al passato recente: che cosa ha convinto Marcello Marra alla scelta di Banco Desio? Quali valori e quali stimoli ha trovato nel Gruppo per la sua nuova avventura professionale? “Da un lato c'era una mia esigenza di confrontarmi con un gruppo completamente diverso: la struttura da cui provenivo era quella di una grande banca che è anche - come credo renda l'idea - una banca grande: con tutte le logiche e le complessità di una struttura di grandi dimensioni, con tutti gli aspetti positivi e negativi di un'organizzazione molto strutturata. Ho ritenuto insomma che fosse arrivato il momento di confrontarmi con una banca diversa, dove avere maggiori possibilità di incidere... insomma, di lasciare la mia impronta: e sicuramente Banco Desio è stata per me la prima e unica scelta. Quello che vedo è un Gruppo che sta vivendo un'importante fase di turnaround, come organizzazione in generale e nel segmento del Wealth Management in particolare, considerato un segmento in forte espansione, come peraltro ribadito anche dal Piano Industriale appena lanciato. L'idea di poter contribuire a tutto questo è stata quindi entusiasmante.

Ciò che mi colpisce in Banco Desio è il fatto di essere una vera banca di

prossimità la cui ambizione è quella di diventare, in questo ambito, la migliore in assoluto sul territorio; il posizionamento ideale per un lavoro come il mio, che - per essere svolto in modo ottimale - richiede una reale vicinanza al cliente, una capacità di intercettare e interpretare correttamente e in modo tempestivo le sue esigenze e le sue preoccupazioni. Ho trovato un Gruppo incredibilmente avanti su alcuni aspetti, come ad esempio la Direzione Investimenti molto ben organizzata, dove è stata sviluppata una straordinaria expertise interna su mondi come le gestioni patrimoniali e l'innovazione di prodotto. Stiamo inoltre per lanciare una piattaforma di consulenza finanziaria e patrimoniale, e anche questo a mio avviso rappresenterà un enorme vantaggio competitivo rispetto ai competitor e un deciso cambio nel modello di consulenza finanziaria. D'altro lato ho anche trovato un livello di competenza tecnica e finanziaria molto elevata da parte dei private banker e dei consulenti finanziari: un elemento fondamentale, che rappresenta la base su cui poter costruire progetti di sviluppo e futura espansione”.

Parlando proprio del suo team di lavoro, che idea si è potuto fare in questo primo periodo di attività? “È un team molto variegato, che unisce professionisti con esperienza ultradecennale e ragazzi molto giovani: un gruppo, quindi, che evidenzia la volontà di unire costruttivamente esperienze diverse e complementari e che conferma la volontà dell'azienda non solo di valorizzare al massimo le già presenti professionalità “storiche” di riferimento, ma anche - cosa che mi ha positivamente sorpreso - di inserire un consistente numero di giovani ricchi di potenziale talento, segno evidente della volontà di investire sul futuro. Nel prossimo futuro il team andrà di certo ulteriormente rafforzato coerentemente con l'espansione pianificata sulla Rete attraverso l'inserimento di nuovi professionisti, pri-

vate banker e consulenti finanziari. Per avere una rete molto forte avremo bisogno di una direzione generale molto forte”.

Un altro tema sempre più rilevante a ogni livello è quello della sostenibilità. Come intendete muovervi in tal senso? “Oggi sempre più clienti private sono interessati a investire in modo responsabile, privilegiando aziende e progetti che adottano pratiche sostenibili e socialmente responsabili, il che rende necessario disporre di una gamma di offerta di prodotti in grado di rispondere a queste esigenze. Inoltre, è ovvio che stanno cambiando i modelli di servizio e di offerta, e per questo dovremo sicuramente sviluppare ulteriori competenze interne. Ma ci sono anche altre sfide che stanno impattando il modo di porsi della banca: perché accanto alla transizione ambientale c'è anche quella digitale: intelligenza artificiale, machine learning... strumenti potentissimi e destinati a essere di grande aiuto, ma che non saranno mai in grado di sostituirsi al contatto personale e diretto: per noi, la relazione con il cliente è e sarà “banker centrica””.

Un programma decisamente molto ricco: ci sono ulteriori punti su cui si intende lavorare in modo specifico? “Sicuramente uno di questi è il tema legato al passaggio generazionale. La nostra è tipicamente una clientela di età elevata, che ha necessità di gestire il passaggio del patrimonio. Il che significa non solo rivolgersi alla prima generazione successiva, quella dei figli; ma anche alla seconda, quella dei più giovani, dei nipoti: un mondo che dobbiamo ancora intercettare compiutamente. E ovviamente, in ultimo, non dimentichiamo che la crescita deve avvenire prima di tutto valorizzando al massimo il potenziale già presente all'interno del Gruppo, sfruttando appieno la sinergia con il mondo imprese e migliorando la nostra capacità di penetrazione sui clienti multibancarizzati”.



FIDEM: impegno nel lavoro e *fiducia nei partner*

... a cura della redazione

Per l'appuntamento dedicato ad approfondire la nostra conoscenza della rete distributiva Fides, oggi andiamo nella parte orientale della Sicilia: più precisamente a Catania, a conoscere Piergiacomo Francesco Caruso, amministratore di Fidem S.r.l.

Signor Caruso, ci racconta la sua storia professionale e ci spiega come nasce Fidem S.r.l.?

Ho iniziato a interessarmi al mondo del credito quando ancora studiavo. Mi appassionavano la promozione e le strategie di vendita applicate ai prodotti finanziari. Probabilmente il settore del credito è diventato un interesse in modo naturale, poiché più di un componente della mia famiglia lavorava in ambito assicurativo e finanziario. In quegli anni sentivo forte il desiderio di apportare un personale contributo allo sviluppo dell'attività. Da principio si trattava di un lavoro estivo e del prodotto di Mutuo Ipotecario. Suc-



Mario Beninato, Giuliano Fraggetta, Sara Gonfaloniere, Agnese Zuccarà, Piergiacomo Caruso, Simone Copani, Melania Lizzio, Federica Fichera, Ezio Baviera, Andrea Caruso, Marika Abate, Daniele Sanginisi

cessivamente, come si può facilmente immaginare, mi sono avvicinato alla Cessione del Quinto. Prima di arrivare però a questa seconda fase, per alcuni anni il mio impegno è stato principalmente concentrato nei mesi estivi: un impegno che definirei sporadico, seppure siano stati quelli anni importanti

per la mia formazione. Concluso il servizio militare e ridotti i miei impegni sportivi, l'interesse per il mondo del credito è diventato la mia professione. Ho fatto cenno alla mia esperienza sportiva perché mi piace ricordare di aver fatto parte della squadra agonistica di Equitazione dell'Aeronautica



Andrea Caruso, Piergiacomo Caruso, Daniele Sanginisi, Ezio Baviera.

Militare. Questa parentesi giovanile mi ha fornito un rigore di pensiero, una capacità di analisi e la consapevolezza che la riuscita è, sempre e prima di tutto, impegno. Basi solide per un futuro imprenditoriale di soddisfazione.

Queste basi offrono in effetti più di una opportunità. In merito a quella professionale, che a distanza di anni possiamo dire lei abbia colto con successo, ci piacerebbe conoscere qualche dettaglio in più. Ci descrive oggi la sua attività?

Oggi sono socio di maggioranza della società Fidem S.r.l., Agente in Attività Finanziaria Monomandatario di Fides S.p.A. Il rapporto con Fides dura da più di dieci anni. Ritengo la stabilità nelle relazioni lavorative un plus: il tempo accresce la fiducia e la capacità di lavorare in un clima denso di obiettivi condivisi. Con Fides questo clima si è definito negli anni, assieme al rapporto di reciproca stima che oggi riconosco chiaramente nella quotidianità lavorativa. La professionalità e la disponibilità all'interlocuzione che caratterizzano il rapporto tra Fides e la nostra agenzia accrescono, ritengo, il valore della reciproca scelta di collaborare. Questi sono a mio avviso alcuni degli ingredienti

che agevolano il raggiungimento dei risultati. Accanto al rapporto con Fides devo però fare cenno al rapporto con i miei soci e rivolgere loro un ringraziamento per la fiducia che hanno riposto in me. È anche grazie alla fiducia di Daniele, Ezio e Andrea se oggi coordino tutte le attività in Fidem, dallo sviluppo commerciale alle attività operative passando per gli aspetti di gestione amministrativa. E parlando dei miei soci, siamo tornati su un concetto a me caro: la fiducia.

Abbiamo parlato, signor Caruso, del rapporto con la mandante e con i suoi soci: ci vuole descrivere anche la sua squadra di lavoro?

Fidem nasce a Catania e il suo cuore operativo è in questa città. Oggi la mia squadra è numerosa: 14 collaboratori che presidiano tutte le attività della società. Abbiamo preferito conservare al nostro interno tutte le competenze necessarie alla corretta gestione della nostra azienda, e questo ha implicato il fatto che crescissimo abbastanza in termini di numero di dipendenti. Io credo molto nelle professionalità dei miei collaboratori e altrettanto nel confronto: lavoro quotidianamente per agevolare lo scambio di idee e la formazione di tutto il gruppo di lavoro

ro Fidem. Parlando dei miei collaboratori e dell'atmosfera che cerchiamo di creare in ufficio, sento il desiderio di parlare anche di soddisfazione. La mia soddisfazione nel riconoscere l'armonia che caratterizza la nostra squadra, ma anche la soddisfazione dei miei collaboratori quando troviamo la soluzione di credito adatta alle esigenze del nostro interlocutore. I clienti soddisfatti tornano per chiedere altre consulenze anche dopo molto tempo, e anche questo ritorno è una espressione del concetto a noi caro di fiducia. Su queste solide basi negli ultimi anni si è innestata una opportunità: la crescente "digitalizzazione" ha modificato le abitudini anche dei nostri potenziali clienti. Questo mutamento si è rivelato in effetti una nuova spinta commerciale per la nostra azienda. Il rapporto umano rimane centrale, ma sempre più spesso il primo contatto è a distanza. Noi, come altri operatori del settore, siamo presenti sul web e questa scelta ci ha portati, sempre più frequentemente, a entrare in contatto con potenziali clienti di zone più o meno lontane da Catania. Su questi presupposti e con soddisfazione abbiamo aperto una unità locale a Siracusa. Il progetto di questo nuovo negozio finanziario ha preso vita anche grazie alla collaborazione e alla competenza di Luigi D'Alessio cui mi piace, pur non essendo più un ingresso recente, dare in questa sede il benvenuto in Fidem. Siracusa è una città importante per l'economia della nostra Sicilia, oltre a essere una città che per le sue meraviglie ha un posto speciale nel cuore di tutti noi. Abbiamo colto l'opportunità di questa nuova seconda sede con entusiasmo e oggi siamo soddisfatti della scelta, che ci vede presidiare nuovi territori. Per questa ragione stiamo valutando l'opportunità di un terzo negozio, probabilmente nel nord Italia, anche per differenziare il nostro portafoglio clienti oltre che per porci un nuovo ambizioso obiettivo. ❌



Gli immigrati nell'economia: *tra necessità e opportunità*

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

I cittadini immigrati contribuiscono in modo determinante a sostenere il nostro sistema economico, ma non ne percepiscono tutti i benefici e si avverte l'esigenza di politiche più efficaci dal lato dell'integrazione.





I fenomeni migratori rappresentano, per la peculiare conformazione assunta in epoca di globalizzazione, un importante fattore di mutamento delle società contemporanee, assumendo un ruolo di primissimo piano nel dibattito pubblico su presente e futuro delle economie sviluppate. I processi di trasformazione del mercato del lavoro, generati da una crisi che mette in seria discussione la coesione sociale nei cosiddetti Paesi di vecchia industrializzazione, mettono in evidenza una realtà, quella del lavoro immigrato, che rispecchia e amplifica i principali deficit strutturali dei diversi sistemi produttivi nazionali. In Italia e negli altri Paesi mediterranei l'inserimento degli immigrati nel mercato del lavoro ha caratteristiche peculiari rispetto a quanto accade nell'Europa centro-settentrionale: da un lato, essi hanno tassi di occupazione simili a quelli della popolazione nativa, ma dall'altro sono fortemente segregati nelle occupazioni meno qualificate. Più precisamente, nel corso degli anni, alcuni cambiamenti hanno riguardato il fenomeno migratorio. Tra i più significativi, vanno ricordati quelli relativi alla composizione demografica dei nuovi arrivati: l'ampliamento delle aree di partenza e la diversificazione delle provenienze, tra cui hanno assunto un ruolo particolarmente significativo i Paesi dell'Europa orientale;

un numero crescente di donne, pari ormai alla metà circa del numero complessivo dei migranti, sempre più attive nel mercato del lavoro e spesso in posizione di migranti autonome o di prime arrivate rispetto al proprio nucleo familiare; l'aumento dei livelli di istruzione tra i lavoratori immigrati, anche se questi spesso non vengono riconosciuti dai Paesi riceventi. Si è poi modificato il rapporto tra domanda, offerta e regolazione politica: la domanda si è spostata dai settori portanti dello sviluppo e dalle grandi imprese verso imprese più piccole, occupazioni temporanee o instabili, segmenti periferici, con un'incidenza ragguardevole di varie forme di lavoro sommerso; l'offerta immigrata si è resa più autonoma dai condizionamenti della domanda, diventando un soggetto attivo dei processi di inclusione di nuovi immigrati, grazie anche allo sviluppo di attività indipendenti; la regolazione

pubblica ha imboccato la strada della rigida restrizione di principio dell'immigrazione per lavoro, pur lasciando di fatto e ai margini, spazi per l'arrivo di nuovi immigrati.

Nell'Europa mediterranea in modo più netto e visibile - ma in forme diverse e meno evidenti anche nell'Europa continentale - si è dunque verificato un processo di inserimento economico degli immigrati molto meno esplicito del passato: il paradosso del mercato del lavoro immigrato di questi anni è stato quello del contrasto tra la negazione ufficiale del fabbisogno di manodopera aggiuntiva e un utilizzo endemico e diffuso di questo lavoro in varie nicchie dell'economia informale, e negli ambiti più sgraditi e instabili dell'economia ufficiale.

Nel 2020, la ricchezza prodotta dall'immigrazione regolare nell'economia italiana è stata pari a circa 134,4 miliardi, circa il 9% del PIL italiano.

“ S'è fatta notte, e i barbari non sono più venuti. Taluni sono giunti dai confini, han detto che di barbari non ce ne sono più. E adesso, senza barbari, cosa sarà di noi? Era una soluzione, quella gente. ”
(Konstantinos Kavafis, poeta e giornalista greco)



Nei tre anni precedenti la stima era rispettivamente dell'8,7%, 9% e 9,5% del PIL. A fine 2020, gli stranieri regolari in Italia iscritti all'anagrafe erano circa 5,17 milioni (l'8,7% della popolazione) e ne erano occupati circa 2,35 milioni, circa il 10,2% degli occupati totali. Tra questi, solo il 46,7% ha conseguito almeno un diploma di scuola secondaria superiore a fronte del 64,8% registrato tra gli italiani, mentre nella fascia dei 25-64enni solo l'11,5% possiede un titolo terziario, a fronte del 21,2% registrato tra i cittadini italiani. Al di là dei numeri, gli immigrati si stanno rivelando un elemento cruciale per la prosperità economica, dimostrando di essere molto più di semplici partecipanti al mercato del lavoro. Dati recenti evidenziano chiaramente che gli immigrati non solo occupano posti di lavoro, ma sono architetti di crescita, innovazione e sostenibilità economica. Settori chiave come l'agricoltura, l'edilizia e i servizi dipendono pesantemente dalla manodopera immigrata. Le statistiche indicano che una fetta significativa delle nuove imprese italiane è guidata da imprenditori stranieri, contribuendo a infondere vitalità e diversificazione nell'economia. Un punto centrale è la loro flessibilità e adattabilità. Gli immigrati, spesso dotati di competenze poliedriche, sono pronti a svolgere ruoli cruciali in settori che richiedono una mano d'opera



qualificata. Questa diversificazione delle competenze contribuisce a colmare lacune nel mercato del lavoro italiano, favorendo la competitività e l'innovazione aziendale.

Ma il contributo va oltre la quantità di posti di lavoro occupati. Gli immigrati portano con sé una prospettiva globale che stimola la creatività e l'ingegnosità nelle imprese. La diversità culturale all'interno dei luoghi di lavoro non solo migliora la coesione, ma favorisce anche la nascita di idee fresche e soluzioni innovative. Questo fenomeno è particolarmente evidente nei settori creativi e tecnologici, dove la collaborazione internazionale può essere il trampolino di lancio per il successo. Un altro aspetto cruciale ha a che fare con il forte calo demografico

del nostro Paese, che almeno in parte l'immigrazione ha potuto tamponare. Le stime della popolazione residente italiana al 2065 oscillano da un minimo di 46,4 milioni a un massimo di 62, rispetto ai 60 attuali. In questo contesto, l'immigrazione è un fenomeno che garantisce almeno parzialmente un equilibrio demografico tra le fasce di popolazione più anziane e quelle più giovani. Al primo gennaio 2020, l'età media degli stranieri residenti in Italia (35 anni) è inferiore di oltre 10 anni rispetto a quella degli italiani (45 anni). Anche per tale motivo, il loro impatto sulla spesa pubblica per sanità è molto ridotto. L'impatto demografico degli stranieri ha inoltre forti ricadute positive sul tasso di imprenditorialità, sulla dinamicità dell'e-





conomia e sui conti pubblici legati alla spesa previdenziale. In particolare, gli stranieri pensionati risultano una piccolissima percentuale del totale. I contributi versati dai giovani lavoratori immigrati regolari hanno permesso, da un punto di vista finanziario, di foraggiare gran parte del pagamento delle pensioni alla popolazione italiana, ben più anziana.

Nell'ottica di gestire al meglio un fenomeno in crescita e difficilmente arginabile, è opportuno comprendere e considerare seriamente le preoccupazioni dei cittadini nei Paesi di destinazione, evitando così scetticismo, diffidenza e populismi. Strutturare la discussione pubblica attorno a proposte concrete, supportate da una ricerca scientifica rigorosa, è il modo più efficace per correggere le opinioni dei nativi dove esse risultino infondate, rassicurarli sugli effetti economici e sociali dell'immigrazione e creare un clima di inclusione a beneficio di tutti. Per far progredire l'economia italiana attraverso il contributo degli immigrati, è essenziale implementare politiche e prospettive che ne favoriscano l'integrazione e la partecipazione attiva. Un modello di successo potrebbe essere la creazione di programmi di supporto e formazione, in particolare nei settori chiave in cui gli immigrati possono avere un impatto significativo. Immaginiamo un'iniziativa volta

a colmare la lacuna nelle competenze nel settore tecnologico. Attraverso partnership tra istituti formativi, aziende e organizzazioni non governative, gli immigrati potrebbero partecipare a programmi di formazione avanzata in campi come la programmazione, la data science o la cybersecurity. Questi programmi non solo aumenterebbero le competenze degli immigrati, ma anche la competitività dell'economia italiana nell'era digitale. Parallelamente, potrebbe essere implementato un programma di sostegno all'imprenditorialità. Fornendo risorse finanziarie e consulenza, gli immigrati con ambizioni imprenditoriali potrebbero avviare e sviluppare le proprie imprese. Questo non solo contribuirebbe alla creazione di posti di lavoro, ma anche all'innovazione economica attraverso nuove idee e approcci provenienti da una gamma diversificata di retroterra culturali. Inoltre, l'istituzione di un quadro normativo chiaro e inclusivo è fondamentale. Una legislazione che incoraggi e protegga gli imprenditori e i lavoratori immigrati, promuovendo al contempo la diversità nei luoghi di lavoro, sarebbe un passo cruciale per massimizzare il contributo economico degli immigrati. Infine, è importante coinvolgere attivamente gli immigrati nelle decisioni che riguardano la loro vita e il loro lavoro in Italia. Consultazioni regolari con rappresentanti delle

comunità immigrate possono contribuire a creare politiche più adatte alle esigenze effettive e promuovere un senso di appartenenza e partecipazione.

La breve rassegna sui principali effetti economici della crescita dell'immigrazione permette di mettere a fuoco elementi spesso sottovalutati dall'opinione pubblica. In particolare, il saldo migratorio positivo, caratterizzato dalla ricerca di opportunità di lavoro, ha rappresentato negli ultimi anni una risposta efficace, sebbene non programmata, ad alcuni problemi strutturali del Paese. I dati dimostrano l'esistenza di effetti positivi concreti e già acquisiti dal sistema italiano, ma occorre sottolineare che molti dei fenomeni discussi rappresentano benefici "potenziali" e la loro realizzazione può dipendere in modo cruciale dalle politiche migratorie messe in atto. Per cogliere le potenzialità positive dell'immigrazione e al tempo stesso scongiurarne la deriva, è da auspicare il passaggio da un approccio di "contenimento" a uno volto all'integrazione, incentivando i comportamenti virtuosi e la progressiva stabilizzazione delle presenze straniere. Se il 10% dei nuovi nati in Italia è costituito da cittadini stranieri, il successo o l'insuccesso della loro integrazione coincide già adesso con il successo o l'insuccesso dell'intero Paese in futuro. ❌



La Colombera *e la regina del Timorasso*

... di Fabio Babetto

Sgambettava fin da bambina tra i filari dei vigneti di famiglia “The Queen of Timorasso”, soprannome ormai riconosciuto in tutti gli ambiti di vitivinicoltura nazionale di Elisa Semino, attuale figura di riferimento dell’Azienda Agricola La Colombera dei fratelli Semino. In realtà, si tratta di una sentita e appassionata questione di famiglia, tutta coinvolta: da papà Piercarlo a mamma Luisa, dal fratello Lorenzo, che curiosamente è astemio e si occupa di tutto ciò è meccanica agricola e gestione dei vigneti, a Monica, cognata di Elisa, che gestisce il

negozio punto vendita in centro a Tortona. Il futuro sono i bimbi, Martina e Alice figli di Lorenzo e Monica, ma anche Edoardo, figlio di Elisa e Davide, affermato tecnico ovviamente del settore vitivinicolo. Anche loro, come all’epoca Elisa, da tempo sgambettano tra i filari delle dolci colline del tortonese, visto che Vho è un borgo di poche anime, un paio di curve sopra Tortona, in una posizione tranquilla e molto panoramica, ideale per coltivare viti e far buon vino. “La nostra storia inizia nel 1937, quando il nonno affittò l’azienda La Colombera, ovvero

la cascina e la collina su cui coltivare”, spiega non senza emozione Elisa Semino. “A partire dagli Anni Ottanta l’attività prese sempre maggior dimensione con papà che iniziò a vinificare in proprio e vendere il vino sfuso”, prosegue nel suo racconto. “Il 1997 fu l’anno in cui furono piantate le barbatelle per il Timorasso, vitigno tipico locale arrivato poi a sua volta in bottiglia nel 2000, dopo che nel 1998 avevamo iniziato a imbottigliare altri vini con etichette e logo tutti nostri”. Quasi in contemporanea, si realizza il sogno dell’acquisto della collina nelle

vicinanze a Sarezzano cui poi seguiranno altri terreni a completare il complesso aziendale tutto di proprietà e sempre in crescita. “La collina di Sarezzano, cent’anni fa, era una cava di calce con un terreno molto difficile da lavorare; ma l’impianto di Timorasso proprio su quella terra, l’esposizione e le qualità organolettiche del terreno, sono stati determinanti nel successo del prodotto finale”, riflette sul piano tecnico Elisa Semino che del Timorasso, vino bianco dal bocciato unico e vitigno tipico solo del tortonese, ha fatto una tesi di laurea. “Ho studiato le varietà dei vigneti, a cominciare da quelli storici di fine ‘800, le tecniche di allora in fatto di coltivazione”, racconta Semino, che conferma come il Timorasso - oggi ricercato e apprezzato in Italia, ma anche molto all’estero - fosse un vino che in cantina, quasi quasi, veniva regalato quando si andava a comprare i rossi o il Cortese. Poi, la svolta, per l’azienda agricola della famiglia Semino ma anche per tutto un territorio che, rilanciando questo vino, ha trovato una vera miniera di opportunità in termini di crescita, riqualificazione e, in primis, progressivo richiamo di visitatori italiani e stranieri. Quelle che sono poi, così, state ribattezzate con tanto di



marchio “Terre Derthona”, molto più dell’ottimo sito web ufficiale dell’Associazione Strada del Vino e dei Sapori dei Colli Tortonesi, sono state prese d’assalto in modo esponenziale. Da una parte, anche qui come in altri ben più noti e storici siti italici di vitivinicoltura, dal cosiddetto enoturismo, ovvero persone provenienti da varie parti d’Italia durante tutto l’anno, ma anche solo nei fine settimana per degustazioni e acquisti dalle vicine Torino, Genova e Milano. Dall’altra gli

stranieri, intesi come imprenditori, investitori e non solo turisti. In particolare dall’altra parte dell’Oceano Atlantico sono sbarcati sui colli tortonesi soggetti interessati non solo ad acquistare vino e prodotti, ma intere aziende agricole per farne oggetto intrigante di diversificazione dei propri investimenti. E tra questi, per quanto ovvio, anche qualche fondo di investimento internazionale di settore. Tutta colpa, o meglio dire merito, di questo Timorasso che, nel breve volgere di pochi anni, ha smesso i panni dell’umile ragazza di servizio per diventare Cenerentola, con tutto ciò che ne è seguito in termini di sviluppo per quegli imprenditori locali (non pochi) che hanno saputo cogliere l’occasione, non in modo isolato, ma facendo squadra, filiera, dietro ai pionieri e alle migliori idee. “È stato importante fare gruppo e condividere. Nel 2000 eravamo solo cinque produttori di Timorasso con tre ettari totali dedicati. Prima del cambiamento climatico, il Timorasso maturava a ottobre come la Barbera. Pativa le prime piogge e i primi freddi, tant’è che lo chiamavano “Torbolino” ed era sistematicamente soppiantato dal Cortese e dallo Chardonnay che maturavano attorno al 10





Elisa Semino; a destra, la famiglia in cantina

settembre”, prosegue Elisa Semino. “Adesso il Timorasso matura tra il 10 e il 12 settembre, tende a caricarsi di zuccheri, bisogna vendemmiare al momento giusto, ma con il tempo è diventato un prodotto di eccellenza, passando da vino quasi dimenticato a vino di tendenza richiesto anche molto anche all'estero”. Si fa poi presto a dire Timorasso; ma già per l'Azienda Agricola La Colombera emergono i vari distinguo. “La prima vigna di Timorasso piantata sulla parte più alta della collina di Vho, vigneto storico, risale al 1997, cresciuta su un terreno con ancora molto calcare. Quel Timorasso è diventato il 'Montino', ovvero il nostro cru, la nostra riserva. Matura solo in acciaio, è per noi una tradizione autentica”. E, alla sua prima uscita al Vinitaly, il Montino è stato subito apprezzato e premiato a conferma della qualità e originalità di un prodotto che ha colpito anche i più esperti del settore. Tutto l'altro ottimo Timorasso prodotto annualmente dall'azienda e molto apprezzato, prende il nome di 'Derthona' (ovviamente, verrebbe da dire) ed è molto più fruttato e più rotondo rispetto al 'Montino', che resta un vino più verticale riflettendo una fondamentale differenza organolettica e strutturale dei terreni sui quali sono

cresciuti i vitigni. “Entrambi hanno saputo vincere tanti premi, quest'anno il 'Montino', è stato premiato anche da 'Decanter', prestigiosa rivista inglese di settore e riferimento che conta molto per i mercati esteri”, aggiunge Elisa Semino che sottolinea come La Colombera nel tempo e costantemente abbia valorizzato anche e soprattutto i vini rossi: “Abbiamo studiato persino un clone di Dolcetto che aveva piantato mio nonno”. D'altro canto, questa è stata sempre nota, almeno fino a vent'anni fa, per lo più come terra di vini rossi, magari a torto un po' sottovalutati a causa della vicinanza delle Langhe e delle zone dei grandi nobili di Piemonte. Ma la perseveranza e la pazienza sono stati atteggiamenti vincenti, premiati dall'evoluzione di tempi, modi e circostanze. Per stare al passo con i cambiamenti, occorre saperli leggere e va così in questa direzione l'investimento di crescita più recente dell'Azienda Agricola La Colombera, ovvero la splendida sala degustazione inaugurata poco più di due anni fa, realizzata sopra la cantina storica, con una imperdibile vetrata panoramica sul declivio dei vigneti e con scelte di arredamento armoniche e accoglienti, non a caso già sede più volte di convegni e appuntamenti pub-

blici e privati di rilievo. “La cantina per noi è sempre stata il luogo di accoglienza, incontro e aggregazione per antonomasia e in tal senso così rimane, ma si trattava anche di intercettare tendenze utili alla valorizzazione dell'azienda e del territorio e l'abbiamo realizzata, con l'aiuto di Banco Desio con cui da anni si è sviluppato un rapporto di consulenza davvero unico”. Il lavoro sinergico è stato determinante anche per cogliere le occasioni offerte, per un simile investimento, da bandi specifici di settore come l'OCM. Il progetto fortemente voluto da Elisa Semino e dalla sua famiglia è entrato in graduatoria centrando il contributo a fondo perduto con cui è stato possibile chiudere il cerchio finanziario di un intervento che colloca l'azienda al top, non solo nella zona, anche dal punto di vista ricettivo. E nella sala degustazione il visitatore conosce non solo i vini de La Colombera e le eventuali e relative verticali, ma anche le altre produzioni agricole proprie e di altre aziende agricole locali amiche, dai ceci alle pesche sotto spirito, dalle confetture dolci e salate ai salumi e formaggi della zona, ad esempio il ricercato Montebore, sino al presidio della farina di mais per polenta “Ottofile”. Questo grazie anche al fatto che

la famiglia Semino ha sempre intrattenuto ottimi rapporti di collaborazione con le aziende agricole della zona in una prospettiva di fattiva quanto silenziosa filiera nata e realizzata ben prima che il legislatore ne facesse negli ultimi anni il focus di tante iniziative incentivate a fondo perduto. Poi è arrivata l'occasione di aprire un punto vendita anche in centro a Tortona. Un negozio in cui trovare le bottiglie e i prodotti che sono custoditi nella cantina dell'azienda, un'opportunità in più per aumentare il fatturato, come lo sono state tutte le iniziative a cui Elisa Semino e la sua famiglia hanno sempre dato adesione fattiva, come l'appartenenza alla FIVI (Federazione Italiana Vitivinicoltori Indipendenti). All'appuntamento annuale FIVI che, fino al 2022, si è tenuto sempre alla Fiera di Piacenza e da quest'anno si è spostato in Fiera a Bologna, le proposte dell'Azienda Agricola La Colombera hanno fatto pressoché sempre tutto esaurito. Nel fine settimana aperto al pubblico, così come nei giorni riservati ai soli operatori di settore, le bottiglie prodotte a Vho sono sempre andate via velocemente e con reciproca soddisfazione, tanto da far ritorno a casa con la sola attrezzatura da stand sul furgone semivuoto. E le fiere, non solo in Italia, come conferma Elisa Semino, sono state un grande trampolino nell'ultimo

decennio anche per sbarcare sui mercati esteri e trovare nuovi e crescenti sbocchi che sono stati vitali soprattutto nel terribile momento del Covid e del lockdown.

Oggi l'Azienda Agricola La Colombera è tutto questo, molto più di quanto i numeri riescano solo in parte a riassumere raccontando di ventotto ettari di vigneti coltivati, oltre centomila bottiglie prodotte ogni anno, tredici etichette proprie in cantina e, di queste, alcune che da tempo girano il mondo geografico (Stati Uniti, Canada, Nord Europa, ora anche Asia) e quello dell'Horeca cominciando dal Timorasso, ma proseguendo con Cortese, Barbera e Croatina. Ciascuna con le proprie declinazioni originali esattamente come avviene per il Dolcetto, che qui la fa storicamente da padrone e viene proposto in varie strutture, compreso quello adorabile e impegnativo che il dialetto locale di chiara influenza francofona avvicina a rossi di grande nobiltà con il termine "Nebioeu". Un Dolcetto che non è Nebbiolo, però...

E come sarà l'Azienda Agricola La Colombera tra cinque-dieci anni? Anche su questo Elisa Semino ha le idee



molto chiare: "Per quanto riguarda il breve periodo, vogliamo continuare a crescere sui mercati esteri e, da quest'anno, saremo presenti anche in Cina sfruttando una serie di interessanti opportunità su un mercato curioso e attento. Sul lungo periodo, vogliamo prima di tutto consolidarci bene. E poi continuare su un percorso di crescita costante, controllata. Ho nel cuore e in mente progetti particolari come la Barricaia, intesa come spazio di affinazione ulteriore dei nostri prodotti, ma anche come luogo che catalizzi ancora maggiore interesse e curiosità da parte del pubblico e dei visitatori. E poi, ancora, ci piacerebbe realizzare un percorso tra vecchie nostre bottiglie di pregio, altra prospettiva che piace molto ai visitatori e ai cultori, ma anche ai profani semplicemente curiosi". Tutto questo sempre, almeno in apparenza, senza paura; e The Queen of Timorasso ne spiega il perché, non senza quel filo di sana emozione che tradisce la fatica e tutto quel giusto orgoglio che sono stati i quotidiani compagni di viaggio di tanti anni di speranze e perseveranza nella rincorsa di qualcosa di grande, senza confini chiari tra il progetto e il sogno: "Arrivare fin qui è stata dura; gli sbagli, più di ogni altra cosa, ci hanno aiutato in questo percorso, perché è vero che è proprio dagli errori che, soffrendo, si impara. E poi è stato importante il ricorso attento al credito, senza il quale oggi qui non ci sarebbe tutto quello che, con fatica ed orgoglio, abbiamo saputo realizzare".





CAGLIARI

e il *retaggio punico*

... di Francesco Ronchi

Lo stagno di Cagliari Santa Gilla nel secolo scorso - prima per le bonifiche, che hanno interessato anche la foce dei suoi due immissari (Cixerri e Flumini Mannu), poi per l'ampliamento del porto-canale e il nuovo percorso della SS 195 Sulcitana - si è ridotto da 43 a 13 kmq, perdendo anche le antiche saline. Tuttavia esso rimane la principale area di sosta, in Europa, del fenicottero rosa, lo splendido volatile che porta nel nome il riferimento al famoso popolo d'origine libanese insediatosi sulle coste sud-occidentali della Sardegna nell'VIII secolo a.C., forse dopo aver

fatto tappa in Spagna (Cadice) o, secondo alcuni studiosi, nelle Baleari. La scelta di privilegiare per i nuovi insediamenti le lagune costiere era dettata sia dal timore di reazioni ostili da parte dei "nativi" che dalla possibilità di procurarsi facilmente del pesce, oltre che dal fatto di poter procedere in sicurezza al carico di barre e lingotti di metallo semilavorato, che avrebbero potuto sbilanciare la nave. In cambio i mercanti fenici fornivano alle popolazioni locali, dette "nuragiche", tessuti e vasellame di alta qualità, oltre a profumi, unguenti e "rimedi" vari.

A differenza di Sulci (S. Antioco), Karalis (Cagliari) non era prossima alle miniere dell'Iglesiente, tuttavia il fertile Campidano e la piana del Cixerri non erano difficili da percorrere e offrivano anche una discreta quantità di prodotti agro-alimentari. La nascita dell'impero persiano, nei primi decenni del VI secolo a.C., segnò il definitivo distacco dalla fenicia Tiro della sua maggiore colonia africana, Cartagine. Secondo molti storici sardi, nel VI secolo a.C. si assiste a una netta discontinuità tra l'atteggiamento pacifico dei

fenici, commercianti ormai pienamente integrati nel contesto dell'economia isolana, e la scelta "aggressiva" dei cartaginesi, giunti sull'Isola dalle vene d'argento dal Tirreno (Olbia) dopo aver stretto un'alleanza strategica con gli etruschi, anch'essi intenzionati a sbarrare il passo all'espansionismo ellenico. L'inizio di tale linea politica si fa risalire alla campagna verso l'interno guidata nel 540 a.C. da un generale di lungo corso, Malco, il quale peraltro non riuscì ad aver ragione dei "sardi nuragici". Negli anni seguenti i punici preferirono quindi dirigersi verso i centri costieri e le colonie fenicie. Incontrarono resistenza a Cuccureddus, località prossima a Villasimius, all'estremità orientale del Golfo di Cagliari, che venne data alle fiamme; Karalis, indifendibile, preferì accogliere il presidio punico. I nuovi padroni decisero di spostare l'abitato a est dell'isolotto di San Simone, verso i due colli Castello e Tuvixeddu. Il primo fu rafforzato, nel IV secolo, da una cinta muraria; sul secondo sorse, tra l'altro, la necropoli ipogea, di cui la successiva edificazione ha lasciato tracce molto labili. La Cagliari cartaginese conobbe una



certa fioritura economica e amministrativa quale punto di raccolta dei tributi (specie i cereali) del Campidano. All'epoca dell'Impero Romano, cioè pochi secoli dopo la conquista punica dell'Isola, nel porto di Ostia, dove il grano proveniente dai porti del Mediterraneo veniva caricato sui barconi fluviali che raggiungevano Roma, l'associazione tra "navicul[ares] et negotiantes Karalitani", vale a dire, l'azione concorde di "armatori e agenti di commercio cagliaritari" dà il titolo a uno dei 58 grandi mosaici dedicati ai porti d'origine delle merci in arrivo al principale scalo commerciale dell'Urbe.

Tuttavia questa immagine dà conto dei successi della marineria cagliaritana in un'epoca in cui il Mare Nostrum poteva fiorire, senza la minaccia dei pirati e in presenza di significativi investimenti. L'economia della Sardegna punica fu sempre condizionata dall'ostinazione con cui il senato di Cartagine perseguì, nei secoli, il controllo della Sicilia Occidentale. L'isola Icnussa, per la sua distanza dal Continente, non attirava investimenti; era considerata un serbatoio cui attingere quando la situazione in Sicilia si faceva critica. A essa si richiedeva la costante fornitura di grano, e anche di uomini, ad esempio un forte contingente utilizzato dai cartaginesi impegnati nel 480 a.C. presso Imera.



Gli "idoletti sardo-fenici" dell'ormitologo Cara e lo Stadio Amsicora

Per molti secoli la fonte principale per la storia della Sardegna antica è stata l'analisi delle (scarse) fonti greco-latine in cui era menzionato un luogo o un evento. La completa distruzione di Cartagine, sulle cui rovine al termine della III Guerra Punica (146 a.C.) sarebbe poi sorta una colonia romana, ha reso impossibile ricostruire in modo continuativo le vicende amministrative dell'isola sino al III secolo a.C. Tale situazione ha determinato accese dispute tra studiosi, ad esempio quella su dove si sia svolta, nel 258 a.C. la battaglia nelle acque antistanti la località detta dalle fonti Sulsi o Sulci: per alcuni il riferimento è a Sant'Antioco, altri invece la collocano



La sede e i dipendenti della filiale Banco Desio di Largo Carlo Felice 38, Cagliari

dall'altra parte dell'isola, tra Arbatax e Tortolì. I primi scavi archeologici condotti secondo criteri "moderni" si debbono all'iniziativa del canonico Giovanni Spano, cagliaritano d'adozione, e risalgono alla metà del XIX secolo, quando già da tempo in altre regioni l'attività dei tombaroli, più o meno autorizzati dalle autorità locali, aveva portato al recupero (ma anche all'improvvida distruzione e/o al trafugamento) di molti oggetti, magari buttati solo perché privi di valore venale.

A Cagliari nel corso del XIX secolo si andò oltre: non pochi "reperti" infatti vennero fabbricati a bella posta, per ragioni di prestigio e di lucro. L'ornitologo (e impagiatore) Gaetano Cara forse venne preceduto da altri, ma fu senz'altro il maggiore beneficiario dell'operazione truffaldina. Divenuto amico di Alberto La Marmora (che sarebbe divenuto nel 1849 "comandante dell'Isola di Sardegna", dopo essersi stabilito da anni sull'isola), il Cara era riuscito, nel 1840, appena nominato direttore del Museo Universitario di Cagliari, a vendere alcune centinaia di "bronzetti" al re Carlo Alberto. In seguito il suo giro d'affari (mascherato da supposti ritrovamenti nelle necropoli sarde, e in particolare quella di Cornus) s'allargò alla Francia e a Londra. Questa vicenda ricorda, sotto certi aspetti, il celebre caso delle "Teste di Modigliani" recuperate a Livorno nel 1984, quindi è difficile capire sino a che punto i

notabili cagliaritari che avallarono l'autenticità di quei manufatti siano stati anch'essi ingannati dal Cara. Il quale si servì del caporale Giuseppe Ullu, che aveva a disposizione un luogo ideale per realizzare i "bronzetti" ed evitare l'intervento d'eventuali curiosi: la fonderia dell'Arsenale, protetta dal segreto militare. Tra i personaggi di spicco che rinunciarono ad approfondire la vera origine di tale copiosa messe di bronzetti sono stati citati in particolare lo Spano e l'architetto Efsio Tocco: un professionista molto attivo a Roma prima e dopo l'Unità, cui Cagliari deve il restauro e riutilizzo dell'acquedotto romano. Meriterebbe un approfondimento anche la figura dello stampatore e collezionista Efsio Timon, buon amico del Cara. Nel 1859 il governo, dovendo compensare i "patrioti", nell'anno in cui "si faceva l'Italia", affidò il Museo Universitario al marchigiano Patrizio Gennari, un botanico che non aveva motivo di dubitare del Cara. Questi nel 1863 ebbe la sfrontatezza di pubblicare l'opuscolo "Sulla genuinità degli idoli sardo-fenici esistenti nel Museo archeologico della Regia Università di Cagliari". Fu solo vent'anni dopo, quando i protagonisti erano ormai tutti defunti, che il giovane docente Ettore Pais, d'origini sassaresi, giunto alla direzione del Museo, decise ch'era tempo di liberarsi dei pezzi acquistati o donati dal Cara. Nelle cantine del Museo venne posta una grande "Cassa di legno contenente numero 264 turpi statuette

di ottone di bassa lega rappresentanti divinità mostruose. Essi idoletti sono falsi". Era sindaco di Cagliari l'on. Francesco Cocco Ortu, cui interessava, in quel 1883, mantenere rapporti cordiali con un parente di Ettore, l'on. Francesco Pais Serra. Così il caso ebbe scarsa risonanza; dopo pochi mesi il direttore proseguì la sua (brillante) carriera di studioso sul Continente. In seguito l'on. Pais Serra divenne famoso per aver portato a termine un'approfondita inchiesta sull'economia e la società isolana, da cui scaturì la Legge speciale per la Sardegna dell'agosto 1897 voluta da Francesco Crispi.

Pochi mesi prima un gruppo di giovani cagliaritari guidati da Raffa Garzia (figlio del cav. Raimondo Garzia, gerente de L'Unione Sarda e sodale di Cocco Ortu) aveva fondato una delle prime Società Sportive del Regno, con sede nel quartiere di Bonaria. I fondatori decisero di dedicarla a un eroe punico: Amsicora, reggente di Cornus, protagonista, nel 215 a.C., di una sfortunata campagna militare contro le legioni di Roma. Questa società, superata la crisi degli anni della Grande Guerra, fu in grado nel 1923 di offrire a Cagliari l'agognato stadio, destinato a diventare il "tempio" del calcio cittadino. Dalla metà degli anni '70 la vicenda dei bronzetti sardo-fenici venne ricostruita dal grande archeologo Giovanni Lilliu, all'epoca consigliere comunale a Cagliari, e pubblicata dall'Unione Sarda. ❌

GENOVA,

Fronte del Porto

... di Paola Pignatelli

Nell'immaginario collettivo, Genova è una città chiusa. Legata alle sue tradizioni. Poco propensa alle sperimentazioni. Eppure sotto le grisaglie ha sempre battuto un cuore da pioniere. Negli ultimi vent'anni poi Genova ha cambiato faccia, e la rivoluzione (perché proprio di una vera rivoluzione si tratta) è partita dal Porto Antico.

È lì, su quello che con un inglesismo è stato ribattezzato "Waterfront", che la città ha giocato le sue carte migliori. Grazie a un progetto capitanato dall'archistar Renzo Piano, i vecchi edifici fatiscanti dei magazzini portuali sono

stati riconvertiti in attrazioni turistiche uniche al mondo, che attirano ogni anno centinaia di migliaia di visitatori e che sono diventate un esempio virtuoso per molte altre città europee. Nella pancia dell'antico edificio Galata, per esempio, ha trovato alloggio una grande galea genovese secentesca. Né le tragedie che hanno accompagnato i lavori di ristrutturazione (come il crollo improvviso di un muro, che ha ucciso un operaio), né alcuni sequestri hanno fermato il progetto dell'avveniristico Museo del Mare e della Navigazione, firmato dall'architetto spa-

gnolo Guillermo Vázquez Consuegra. Con una superficie di oltre 6 mila metri quadrati, questa struttura è la più grande del suo genere nel Mediterraneo. Il suo fiore all'occhiello è appunto la ricostruzione di una galea del XVII secolo. Non si tratta di una semplice imbarcazione, ma di un complesso sistema di vita. Sulle galee, infatti, convivono marinai e aguzzini, vogatori e passeggeri. Un'umanità variegata, che a causa dello spazio ristretto era costretta a seguire rigide norme di comportamento. Visitando la galea è possibile immedesimarsi nei panni dei





forzati condannati alla voga; scoprire i segreti dell'armeria ricostruita con pezzi originali; conoscere i dettagli della vita di Andrea Doria, ammiraglio della Repubblica di Genova, che nella seconda metà del '400 sui traffici per mare costruì le sue fortune.

Un percorso virtuale attraverso il museo permette poi di sfogliare preziosi atlanti cinquecenteschi, assistere all'arrivo dei carichi di argento dalle Americhe, ritrovarsi nel mezzo di una tempesta a Capo Horn, veder costruire un veliero. I visitatori possono girare intorno alla galea, curiosare dentro la "biscassa" (il locale un tempo adibito dai marinai a bisca), osservare gli scranni dei rematori e la corsia riservata all'aguzzino che teneva il ritmo della vogata.

La galea - lunga 42 metri, alta tre e mezzo e larga sette - non è un originale, ma quasi: la costruzione, finanziata dalla Compagnia di San Paolo con 1,2 milioni di euro, è stata infatti portata a termine basandosi su carte progettuali dell'epoca, dopo una ricerca storica durata tre anni. A occuparsi della realizzazione è stato un cantiere belga. Al secondo piano del museo c'è un altro capolavoro: la ricostruzione di un brigantino del 1870, lungo 35 metri e largo sei. Su questo è possibile sa-



lire e curiosare in tutti gli ambienti. Ma il Museo del Mare e della Navigazione è ovviamente solo una delle attrazioni del "fronte del porto" genovese. Per avere uno sguardo d'insieme su quello che è oggi questa città nella città, il modo migliore è salire sul Bigo, l'ascensore panoramico che protende le sue avveniristiche braccia sul mare. Prende il nome dalle gru che si montavano una volta sulle navi da carico. La sua cabina, rotante e trasparente, sale fino a 40 metri di altezza e consente di ammirare dall'alto tutta Genova. Quando il cielo è terso, si riesce persino a individuare la sagoma della Corsica. La cabina è anche dotata di un sistema audio e di pannelli che permettono di partecipare a una sorta di visita guidata sulle ali della musica.

Proprio sotto il Bigo si trova l'imponente mole dell'edificio che ospita l'Acquario: ambientazioni spettacolari, vasche tattili, percorsi tematici per conoscere tutto sul mare e le creature che lo abitano. Al suo interno sono ospitati circa 12 mila esemplari di 400 specie, tra cui pinguini, squali, tartarughe... Nell'Acquario è possibile anche (su prenotazione) vivere "incontri ravvicinati" con alcuni dei suoi abitanti. Per esempio i delfini. Si assiste alle sessioni di addestramento di questi intelligentissimi animali, si collabora alla preparazione del cibo e alla sua somministrazione. Per i bambini più "coraggiosi" c'è la possibilità di trascorrere una notte nel sacco a pelo davanti alla vasca degli squali, e di assistere il mattino al loro risveglio. Per gli adulti invece, tra le proposte di

esperienze davvero fuori dall'ordinario c'è quella della "cena emozionale" organizzata davanti alla vetrata della vasca in cui nuotano i delfini, e accompagnata dalle note di un soprano.

Di fronte all'Acquario, ecco poi la Biosfera: una bolla in acciaio e vetro progettata da Renzo Piano per il G8 del 2001. Al suo interno è stato ricostruito un ambiente tropicale con piante e piccoli animali come le iguane e le farfalle. I particolari sistemi di condizionamento di questa struttura sono posizionati in un blocco che si trova sotto di essa (e quindi in mare). Un complesso meccanismo di vele, che si muovono in base allo spostamento del sole, protegge la Biosfera dall'irradiazione diretta della luce. Oltre alle felci arboree più alte al mondo, all'interno della Biosfera si trovano anche alcune delle piante tradizionalmente utilizzate dall'uomo alle diverse latitudini: come l'albero della gomma da masticare, la pianta del caffè, il banano e la cannella. Ancora qualche passo, e si arriva alla Città dei Bambini e dei Ragazzi. Concepita sulla falsariga della Cité des Sciences et de l'Industrie di Parigi, è il più vasto spazio ludico-didattico del nostro Paese. È stata ideata per guardare, toccare, giocare, sperimentare, avvicinandosi alla fisica e alla biologia in piena libertà. Completamente ripensata nel 2022, prevede oggi un percorso espositivo che utilizza i cinque sensi come strumento per trasmettere conoscenze e divertirsi, guidando i bambini e i ragazzi in un vero e proprio viaggio alla scoperta di sé e del mondo attraverso l'esperienza diretta.

Nell'ex edificio dei Magazzini del Cotone, invece, si trova oggi la Biblioteca Edmondo De Amicis, un grandissimo spazio dedicato alla letteratura per bambini e ragazzi, con oltre 70.000 titoli sempre aggiornati, appuntamenti didattici per le famiglie e incontri formativi per genitori e professionisti. Nei 2.200 metri quadrati della struttura sono posizionati oltre 180 posti per la lettura, ampi spazi per incontri, per attività di approfondimento e di gioco. Ma l'edificio del Porto Antico senza dubbio più caro ai genovesi resta sempre la Lanterna, simbolo della città. Eretta pare nel 1128, potenziata e ricostruita più volte nel corso nella storia, ha assunto l'aspetto attuale intorno alla metà del Cinquecento. Il suo raggio di luce raggiunge i 50 chilometri. Nonostante sia citata persino nella celebre canzone *Ma se ghe pensu* (che è un po' l'inno nazionale genovese, e racconta la nostalgia di un emigrato per la sua città), pochissimi hanno avuto il privilegio di salire fino alla cima, situata ben 117 metri sul livello del mare (complice anche lo scoglio su cui poggia la torre, alto 40 metri). Solo una ventina di anni fa il faro e la zona adiacente sono stati resi accessibili al pubblico con la costruzione della Passeggiata della Lanterna. Lungo il percorso – che riprende nel suo tracciato l'antica strada di accesso da occidente alla città – sono posizionati pannelli che narrano il contesto storico e urbanistico di Genova, le attività e i mestieri del porto nel passato e nel presente.




La sede e i dipendenti della filiale Banco Desio di Via San Giovanni d'Acri 6 R, Genova

I visitatori possono arrivare fino al primo ballatoio della Lanterna (76 metri sul livello del mare) salendo 172 dei 365 scalini totali. Tutto intorno è stato poi allestito un parco urbano aperto al pubblico. E nelle fortificazioni sabaude che circondano la torre è stato anche realizzato un museo (il Museo della Lanterna, appunto). Attraverso filmati, repertori d'archivio, fotografie e oggetti, è possibile ripercorrere tante tappe della storia di Genova.

E dal momento che si sta parlando delle attrazioni del Waterfront, è inevitabile parlare anche delle proposte "acquatiche" che questo riserva. Proprio sui moli del Porto Antico si trova la sede della Sail Academy. Una scuola di vela decisamente particolare, perché le imbarcazioni su cui si fa pratica sono quelle della Coppa America. Ma anche chi non ha confidenza con scotte e winch può togliersi lo sfizio di ammirare la città dal mare. Ogni giorno ci sono gozzi e barchette che salpano dal Porto Antico e portano a spasso i turisti tra i moli, in mezzo al

golfo, a ridosso delle navi ancorate in rada. Oppure più in là, verso i colorati paesi della Riviera di Levante: Rapallo, Camogli, Santa Margherita e soprattutto Portofino.

Da diversi anni poi è diventato realtà un progetto a cui hanno a lungo lavorato molte associazioni ambientaliste e scientifiche: il Santuario dei cetacei del Mar Ligure. Di che cosa si tratta? Di una zona di mare di circa 100 mila chilometri quadrati compresa tra la costa francese, la Sardegna e la Toscana, che ha come centro proprio Genova. Un'area protetta dove vivono ben 12 specie tutelate, tra cui la balenottera comune, il globicefalo, la stenella, il tursiopo, il delfino.

Per osservare da vicino i cetacei nel loro ambiente naturale si può prendere parte a una delle escursioni organizzate da Whale Watch Liguria a bordo di motonavi. Il punto di partenza è il ponte Spinola (dove si trova l'Acquario). È consigliabile però prenotare per tempo, perché i posti si esauriscono in fretta. 





UN BANCO per aiutare *i più deboli*

... di Paola Pignatelli



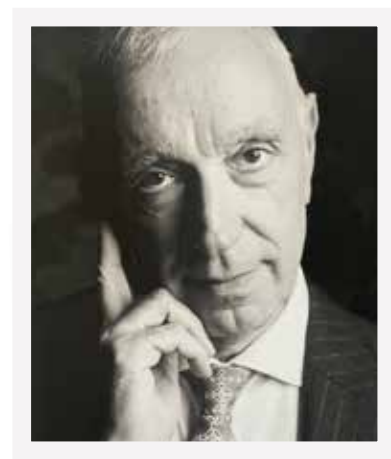
Gadda, che regola la donazione e la distribuzione di prodotti alimentari e farmaceutici.

E oggi? I numeri parlano da soli: lo scorso anno a livello nazionale i 21 Banchi hanno raccolto 112.707 tonnellate di cibo, poi distribuite attraverso 7.587 organizzazioni partner a oltre un milione e mezzo di persone bisognose. Il tutto grazie al lavoro di 1.872 volontari che operano in modo stabile con la Rete costituita dai 21 Banchi Alimentari regionali e dalla Fondazione Banco Alimentare. Per capire meglio come girano gli ingranaggi di questa macchina così perfettamente collaudata abbiamo parlato con Franco Giuseppe Riva, board member di Banco Alimentare della Lombardia ed ex manager nel settore Investment Banking e Corporate Finance.

Tutto comincia alla fine degli anni '60 in Arizona, e precisamente a Phoenix. Quando John Van Hengel inizia a distribuire alle persone bisognose il cibo in eccedenza di ristoranti e negozi, dando vita così al primo Banco Alimentare: A Food Bank. Un'idea semplicissima e geniale che raggiunge due obiettivi nello stesso tempo: ridurre gli sprechi e aiutare chi fatica a mettere insieme il pranzo con la cena.

In Italia questa esperienza, mutuata dall'America e dal Banco dos Alimentsos di Barcellona, prende il via nel

1989 con la costituzione del Banco Alimentare grazie all'azione di un industriale del settore alimentare, Danilo Fossati, e di Don Giussani. Da allora - sono passati più di 30 anni - di strada ne è stata fatta davvero tanta. La rete del Banco Alimentare è costituita da 21 organizzazioni autonome regionali operanti sull'intero territorio nazionale e coordinate dalla Fondazione Banco Alimentare; dal 1997 si organizzano a fine novembre Giornate Nazionali della Colletta Alimentare; nel 2016 il sistema Banco Alimentare ha collaborato alla stesura della cosiddetta Legge



Franco Giuseppe Riva



Quando il mondo della finanza sposa quello del volontariato, possono nascere grandi cose. Come ha conosciuto l'attività del Banco Alimentare?

È successo quando lavoravo per Crédit Agricole. Mi occupavo di rapporti con le istituzioni finanziarie, e un cliente mi ha parlato del Banco Alimentare della Lombardia o meglio della Associazione Banco Alimentare della Lombardia "Danilo Fossati", chiedendomi di dare una mano. Lo ammetto: spesso si è un po' titubanti quando si tratta di fare beneficenza, perché non è sempre chiaro quanta parte di quello che si dona viene davvero devoluto a chi ne ha bisogno. Ma il Banco Alimentare della Lombardia mi è sembrato subito una struttura molto efficiente, capace di fare sistema grazie alle associazioni accreditate con cui opera. Così è iniziata la collaborazione di Crédit Agricole Corporate & Investment Bank. Abbiamo stanziato contributi economici e proposto ai dipendenti giornate di volontariato che venivano regolarmente retribuite come lavorative. Poi, una volta arrivato al traguardo della pensione, ho pensato di mettere le mie competenze e i miei contatti nel settore della finanza al servizio di Banco Alimentare Lombardia. Lo faccio da due anni, e ora sono entrato nel consiglio direttivo.

In Lombardia il Banco Alimentare è oggi una struttura molto articolata, ben conosciuta e capace di generare numeri importanti. Come è organizzata?

La sede è a Muggiò, vicino a Desio, dove c'è un grande capannone in cui viene raccolto il cibo da distribuire. È una location comoda da raggiungere ma lontana dal centro di Milano perché i furgoni delle associazioni caritatevoli che arrivano a ritirare la merce sono spesso vecchi e un po' malconci, non possono accedere alla zona B né tantomeno alla C. L'associazione funziona grazie al lavoro di 430 volontari organizzati su turni e di 16 dipendenti. E con il cibo raccolto vengono offerti gratuitamente 105 mila pasti giornalieri in Lombardia.

Si tratta ovviamente di cibo in eccedenza, che andrebbe perduto se non venisse raccolto...

Anche se all'origine si trattava di sole eccedenze alimentari, oggi in Lombardia il Banco si approvvigiona da tre diversi canali: la Giornata della Colletta Alimentare; il contributo dell'Unione Europea per la gestione delle emergenze e per la gestione di eventuali sovrapproduzioni; la donazione di cibo con caratteristiche non ottimali per la commercializzazione da parte di produttori e distributori.

Il 10% della raccolta annuale avviene durante la Giornata della Colletta Alimentare, che si tiene in genere in novembre e coinvolge nella sola Lombardia circa 1.700 supermercati che raccolgono altrettante tonnellate di cibo. Prevalentemente prodotti a lunga scadenza, che vengono stoccati in magazzini e distribuiti poi nel corso delle settimane successive. Un'organizzazione impegnativa, che nell'arco di una sola giornata riesce a coinvolgere ben 43 mila volontari lombardi divisi in squadre. Il 35% circa della raccolta arriva invece grazie all'opera delle agenzie statali e comunitarie. Questo contributo caritatevole serve anche a evitare quello che era anni fa un vero scempio: la distruzione dei prodotti in eccedenza per evitare il crollo dei prezzi di mercato. Il resto, la parte prevalente della raccolta, proviene direttamente dai canali della produzione e della distribuzione, che collaborano per evitare lo spreco di prodotti non più ottimali dal punto di vista commerciale ma ancora perfettamente sani e nutrienti.

Cioè da aziende e supermercati che donano cibo?

Sì. Si tratta di confezioni che risultano in qualche modo difettose (per esempio barattoli usciti dalla catena produttiva senza etichetta), e che quindi non

Per maggiori informazioni, per indicazioni su come diventare volontario o su come contribuire all'opera del Banco Alimentare della Lombardia: <https://www.bancoalimentare.it/sedi-locali/lombardia>



possono essere inserite nella catena commerciale. Oppure di nuove linee che non hanno avuto successo. O ancora, di eccessi di produzione che per motivi di immagine non devono essere svenduti sugli scaffali della grande distribuzione. E allora meglio regalarli. I supermercati, dal canto loro, ci donano le confezioni multiple che sono state aperte (come le bottiglie di acqua, le lattine di birra e così via) o prodotti a scadenza ravvicinata. Abbiamo poi anche un accordo con Ortomercato. Tre volte alla settimana ritiriamo l'inventario e lo consegniamo a quelle associazioni che riescono a garantire il consumo in tempi rapidi. Lo stesso facciamo con alcune grandi mense aziendali: alle 14, finito l'orario del pasto, ritiriamo tutto il precotto ancora sigillato nelle confezioni. Insomma, c'è un grande lavoro logistico dietro la nostra attività. E non si transige: tutto quanto arriva è donato, e viene donato ai bisognosi.

Si diceva che quando si fa beneficenza è importante sapere come viene utilizzato ciò che si dona. Banco Alimentare opera con migliaia di associazioni. Vengono effettuati controlli sul loro operato? Certamente sì. Facciamo controlli periodici sulle strutture a cui viene consegnato il cibo. Non solo per verificare che finisca davvero sulla tavola delle persone bisognose, ma anche per controllare che le assegnazioni non si-



Dipendenti Banco Desio alla giornata della Colletta Alimentare del 13 novembre 2023



ano fatte su basi discriminatorie, così come prescrive l'Unione Europea. Non devono esserci canali preferenziali in base alla razza, alla religione, al credo politico. Poi ovviamente va fatta una selezione e scelta anche sul tipo di aiuto da offrire: alle comunità che assistono i tossicodipendenti per esempio non forniamo alcolici; alle case rifugio per le mamme mandiamo anche latte in polvere e pannolini; e così via. Senza contare che ognuno dei pezzi consegnati deve essere tracciabile, in caso di problemi deve poter essere richiamato. Comunque nulla va sprecato. Se capitano in magazzino confezioni aperte, quando possibile le passiamo agli allevamenti animali.


Muggiò, dove avete sede, è vicino a Desio. C'è anche quindi una "collaborazione di prossimità" con Banco Desio...

Infatti. Banco Desio non si limita a supportarci economicamente, ma offre anche ai suoi dipendenti la possibilità di convertire una giornata di lavoro in giornata di volontariato. Qualcuno lo fa partecipando alla giornata della Colletta Alimentare. Altri invece lavorano in magazzino. In questo caso sono due le attività a cui vengono indirizzati: il sorting e il picking. Chi si occupa del sorting deve svuotare gli scatoloni in arrivo dalla grande distribuzione, mettere le confezioni sui nastri trasportatori, dividerle per categorie, controllare la scadenza e lo stato dell'imballo. Gli addetti al picking, invece, lavorano sulla merce in uscita. Preparano i pallets in base alle disponibilità e alle esigenze delle associazioni con cui operiamo.

Così come Banco Desio, ci sono tante altre realtà che vi supportano dal punto di vista economico... E i conti sono molto trasparenti: sul vostro sito sono riportati i bilanci e l'ammontare dei contributi pubblici.

Trasparenza vuol dire credibilità. Il Banco Alimentare Lombardia raccoglie in un anno circa due milioni di euro. Potrebbero sembrare tanti, ma bastano appena a far girare la macchina. Soltanto l'affitto del magazzino principale costa 300 mila euro. Poi ci sono i costi logistici tipo carburanti, assicurazioni, elettricità, manutenzioni e gestione di 19 mezzi. Non avanza nulla.

Il problema della fame - che secondo i dati Istat è in aumento - è legato a doppio filo a quello dello spreco. A livello europeo si sta cercando di operare per ridurre il più possibile lo spreco di cibo, ma forse bisognerebbe intervenire anche con programmi di educazione alimentare?

I maggiori sprechi di cibo avvengono nel settore dell'agricoltura e in casa. In agricoltura perché tutti i prodotti fuori dagli standard per dimensioni e aspetto vengono eliminati. In casa perché si eccede spesso con gli acquisti, e poi il cibo si deteriora o viene eliminato quando vicino alla scadenza. In ogni caso il Banco ha avviato anche un progetto di educazione all'uso e al consumo degli alimenti. Si chiama Banco Scuola, e si rivolge ai ragazzi attraverso l'intervento di volontari che vanno appunto a parlare nelle scuole sul valore etico del cibo e sul contrasto allo spreco. 

La magia dell'ALTO ADIGE *in inverno*

... di Teresa Delideracchi

C'è un posto, in Italia, che in inverno assume un fascino tutto particolare: l'Alto Adige. E non solo per la neve che imbianca le cime, copre i boschi e trasforma i borghi in paesaggi da presepe. Ma anche per l'atmosfera che si respira passeggiando per le stradine dei centri storici, e che fa di questa regione una meta ideale non soltanto per gli appassionati di sport invernali. Vale quindi la pena di dedicare qualche giorno alla scoperta delle città altoatesine in versione "winter", girovagando tra tesori artistici, luminarie, negozi di prodotti artigianali, bancarelle che offrono vin brulè.

Per cominciare, ovviamente, Bolzano, il capoluogo di provincia. In città e nei dintorni ci sono alcuni musei e castelli che ospitano pezzi di eccezionale valore. Primo tra tutti la famosa mummia del Similaun risalente all'età del rame

(circa 3300 - 3100 anni a.C). Ribattezzata Ötzi (perché è stata rinvenuta sui ghiacciai della regione dell'Ötztal), è ormai una vera e propria star, e attira ogni anno migliaia di visitatori. A lungo contesa tra Italia e Austria, la mummia è approdata a Bolzano. Dove, insieme alle parti di vestiario e di equipaggiamento sopravvissute al tempo, occupa un posto d'onore nel Museo Archeologico dell'Alto Adige. Sempre nel centro della città, il tesoro del Duomo è da annoverare fra le più ricche raccolte di arredi sacri di età barocca dell'area tirolese. Vi si trovano preziosi paramenti liturgici, gonfaloni e pregiati prodotti di oreficeria del XVIII secolo.



© IDW SÜDTIROL ALTO ADIGE / ALEX FILZ

In quella che una volta era la località di Gries (ma che oggi fa parte dell'abitato cittadino) sorge l'Abbazia di Muri-Gries, con l'adiacente chiesa di Sant'Agostino, un vero gioiello barocco. Qui è conservata anche una collezione di presepi che può essere visitata nel weekend durante i mesi invernali. Se Bolzano è la "capitale" dell'Alto Adige, Bressanone è stata invece sempre considerata "la porta del sole", perché le Alpi Aurine la proteggono dai venti freddi del nord. Passeggiare per le sue strade su cui affacciano bellissimi palazzi medievali è quindi piacevole



anche in inverno. Sacro e profano convivono da sempre in questa cittadina che una volta era protetta da possenti mura. All'interno di queste, lungo la circonferenza, correva una strada perimetrale a cui davano le spalle le case. Le facciate, sviluppate in altezza e una attaccata all'altra, erano invece rivolte verso il centro. Una volta erano tutte costruite in legno, e spesso divampavano furiosi incendi. Per questo lungo le strade si aprono ancora oggi i cosiddetti "vicoli tagliafuoco": vie di fuga pensate per consentire alla gente di scappare, e che rendono oggi la topografia di questo borgo davvero particolare. Presso il Palazzo Vescovile è visitabile tutto l'anno il Museo dei Presepi, che custodisce un repertorio di autentici tesori: dalle quattrocentesche figure intagliate di Leonardo di Bressanone, a quelle sontuosamente agghindate dei presepi barocchi; dai popolani di tradizione napoletana, alle composizioni genovesi in avorio; dalle tavole di legno sagomate e dipinte come scenografie teatrali, alle antiche rappresentazioni della Quaresima. Dirigendosi verso la Porta di San Michele, ci si ritrova ai piedi della Torre Bianca, che un tempo in realtà si chiamava Torre Nera ed è il campanile della chiesa parrocchiale. È alta ben 72 metri, e una scala di 89 gradini conduce sulla cima, dove è sistemato il carillon più grande d'Italia: per dirla con i numeri, conta 44 campane che riproducono oltre un centinaio di melodie.

Con le antiche case strette una all'altra, le insegne in ferro battuto, le vecchie pasticcerie, i bovindi coronati da timpani merlati, Brunico ha un fascino tutto suo. Lungo la via Centrale si aprono le vetrine di tradizionali tessiture artistiche, negozi di loden, laboratori di ceramica, enoteche e panetterie. A dominare la città è il Castello, che sembra vegliare sulle case. All'interno c'è un cortile con una torre circolare, da cui si accede ai piani superiori in cui si trovano alcune stanze vescovili e una piccola cappella. Nel 2011 l'alpi-



©IDM SÜDTIROL-ALTO ADIGE/LUCA GUADAGNINI

nista Reinhold Messner ha ottenuto in concessione un'ala del palazzo per allestirvi uno dei suoi Musei della montagna. Qui si trovano opere e oggetti d'uso quotidiano delle più importanti culture alpine del mondo. Una delle mete più suggestive ed emozionanti della visita a Brunico è anche il Cimitero di Guerra. Durante il primo conflitto mondiale, in città erano ospitati diversi ospedali militari in cui morirono soldati feriti, malati e prigionieri. Il Comune cedette al comando militare una grande superficie sul Monte Spalliera, e qui venne allestito un cimitero che oggi "vive" dentro il bosco. Rispetto alle altre città altoatesine, che stringono le case dentro la cerchia delle mura e ancora profumano di Medioevo, a Merano domina invece lo spirito mitteleuropeo, che si respira nei palazzi di inizio '900 e nelle piazze che si allargano placide a ridosso del

fiume Passirio. Ma anche nella "dolce ossessione" per tutto quanto ha a che fare con il benessere. Del resto nel passato il clima mite e la vegetazione mediterranea avevano fatto di Merano una delle stazioni climatiche preferite della nobiltà asburgica. L'imperatrice Sissi era di casa da queste parti (tanto che le hanno anche dedicato un monumento, posizionato nei giardini di fianco al fiume). Non a caso si trova qui l'Espace Henri Chenot, uno dei centri di salute più famosi d'Europa. Qui si trovano le Terme di Merano, un gioiello di design incastonato nel cuore della città, con 25 piscine e un parco che si estende su una superficie di 52 mila metri quadrati. Qui si trova la Passeggiata Tappeiner, realizzata alla fine dell'800 da un medico (il dottor Franz Tappeiner appunto), convinto che il miglior modo per mantenersi in buona salute fosse camminare.

Nobili, artisti e intellettuali di tutta Europa si davano appuntamento a Merano e vi trascorrevano lunghi periodi (c'era persino un treno diretto che vi arrivava da Pietroburgo). Alcuni di loro si innamorarono a tal punto della città, da lasciarle ricche donazioni. Fa parte di queste eredità anche una mummia egiziana conservata nelle sale del quattrocentesco Palais Mamming.

Il periodo invernale è un momento magico anche per Vipiteno. La cittadina conta meno di 7 mila anime, ma vanta vari primati. Tanto per cominciare è uno dei Borghi più belli d'Italia, ed è ogni anno ai primi posti nella classifica della felicità. Ha la pista da slittino più lunga del nostro Paese (9,6 chilometri) ed è stato il primo paese ad avere l'idea di organizzare un mercatino di Natale in alta quota (in cima al Monte Cavallo, a 1860 metri). All'inizio del XV secolo, Vipiteno era un importante centro commerciale. Merito soprattutto dell'attività mineraria che si sviluppò nell'Alta Valle Isarco. Sono di quell'epoca, appunto, le case del centro storico con le caratteristiche facciate, gli Erker (bovindi) e le insegne in ferro battuto che una volta fornivano informazioni ben precise a mercanti e viaggiatori: il loro colore indicava la qualità dell'alloggio (la stessa funzione delle odierne stelle), e il nome faceva intendere se si trattava di una taverna,

di un locale dove si poteva anche mangiare, o di un albergo per dormire.

Dietro alle facciate alte e strette (un tempo si pagavano le tasse in funzione della larghezza) si aprono spazi inaspettati, chiusi in alto da grandi lucernari. Da visitare la Torre delle Dodici (anche questa del XV secolo, alta 46 metri, che divide la parte antica della città da quella moderna); il Museo Multscher con l'altare ligneo realizzato nel 1459 dallo scultore e pittore Hans Multscher; lo sfarzoso Municipio tardo-gotico, dalle cui finestre si ha una visuale inconsueta sulla via principale. Se poi fa freddo, si può sempre fare una puntata nel Balneum, moderno centro con piscine e un intero piano dedicato a saune e wellness. Attraverso le facciate in vetro, si gode il panorama sulle montagne intorno mentre si è immersi nell'acqua calda o ci si riposa nelle sale relax.

Per chi poi ha voglia di mettere insieme le visite ai borghi storici del fondovalle con qualche puntata ai paesi in quota o a quelli cosiddetti minori, non mancano mete davvero suggestive. Per esempio Ortisei, il principale centro della Val Gardena. È famoso soprattutto per le sue sculture in legno, che riempiono le vetrine delle tradizionali botteghe. Sarentino, sopra Bolzano, è invece la "capitale" di una serie di



© IDM SÜDTIROL-ALTO ADIGE/ALEX FILZ

lavorazioni artigianali davvero particolari: come il ricamo su cuoio eseguito con rachidi di pavone, la preparazione di cosmetici a base di pino mugo, la confezione di pantofole in feltro. Glorenza, la città più piccola dell'Alto Adige, è anche un gioiello medievale che conserva le sue mura ancora intatte. Fa un'impressione particolare passeggiare sotto le arcate romaniche, trovarsi davanti alle sue porte turrite o sotto i suoi imponenti bastioni circolari. Ai piedi del Gran Zebrù e dell'Ortles, il villaggio di Solda è stato invece ribattezzato "Tibet d'Italia". Si trova a quasi 2000 metri di quota ed è circondato da ben 14 vette che toccano i 3000 metri. Oltre all'antica chiesa parrocchiale del XVI secolo, qui si può visitare un altro dei Musei della Montagna aperti da Reinhold Messner: quello dedicato al tema del ghiaccio. Ai piedi dell'Alpe di Siusi, Castelrotto incanta con le sue case affrescate nel centro storico. Eletto tra i Borghi più belli d'Italia, vanta anche una storica chiesa parrocchiale in stile neoclassico con campanile barocco. ❌



© IDM SÜDTIROL-ALTO ADIGE/MANUEL KOTTER/TEGER



© IDM SÜDTIROL-ALTO ADIGE/MANUEL KOTTER/TEGER

Viaggi e molte altre *occasioni di incontro*



Oltre 800 colleghi, accompagnati dai loro bambini, hanno preso parte - insieme a tutta la proprietà della banca - alla consueta festa di Natale di Gruppo Banco Desio dedicata ai più piccoli, svoltasi lo scorso 17 dicembre al Teatro Manzoni di Milano, che ha visto sul palco il divertente musical "Jack ed il tesoro di Natale". A completare le celebrazioni, il giorno precedente si è svolto invece il consueto ritrovo cui hanno presenziato, sempre con la presenza di tutta la proprietà, oltre 100 dipendenti in quiescenza.

Nel frattempo, le iniziative del Circolo Ricreativo e Culturale di Gruppo Banco Desio sono proseguite attivamente nel

corso di tutti gli ultimi mesi. Tra le proposte di viaggio, il soggiorno estivo nell'isola greca di Naxos; la visita di Bergamo, capitale Italiana della cultura 2023; il giro dell'Abruzzo con l'esperienza della "Transiberiana d'Italia"; lo spettacolare tour dell'Oman, la "terra del Sultano", svoltosi dal 19 al 26 novembre; il ponte dell'Immacolata a Lisbona e dintorni. Intensa come sempre anche l'attività culturale, con visite guidate alle mostre milanesi "Morandi 1890-1964" a Palazzo Reale e "Vincent Van Gogh, pittore colto" al MUDEC, oltre a un incontro per conoscere il Cenacolo Vinciano e la chiesa di Santa Maria delle Grazie. 





**CONTO CORRENTE
CON OPERATIVITÀ
ILLIMITATA**

**PUOI ACCEDERE
A PRODOTTI E SERVIZI
CON CONDIZIONI
AGEVOLATE PER
I TUOI PROGETTI**

SOGNA, VIVI, SCEGLI
BANCO DESIO È SEMPRE CON TE



D.evolution

bancodesio**.it**

 **Banco Desio**

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 alla sezione "Trasparenza". I prodotti e i servizi pubblicizzati con il presente messaggio sono promossi e collocati presso gli sportelli delle filiali di Banco Desio.

Per le condizioni contrattuali si rinvia all'allegato "C" del contratto di Gestione di Portafogli in Fondi GPF "Linea Etica 20% Millennial" e alla scheda informativa disponibile presso le Filiali di Banco Desio su supporto cartaceo.

Per le informazioni precontrattuali si rinvia al contenuto del modulo di "Informazioni Europee di base sul credito ai consumatori" ed alla copia del testo contrattuale disponibili presso le filiali di Banco Desio. Salvo approvazione Fides S.p.A..

Prima della sottoscrizione leggere il Set Informativo disponibile presso le filiali di Banco Desio su supporto cartaceo/telematico e sul sito Helvetia.

I prodotti ed i servizi pubblicizzati con il presente messaggio sono promossi e collocati presso gli sportelli di Banco Desio.



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



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 alla sezione "Trasparenza".