

A detailed oil painting of Nicolaus Copernicus, showing him from the chest up. He has dark, wavy hair and is wearing a red garment with a white collar. The background is dark and textured.

il COPERNICANO

periodico di informazione finanziaria

trimestrale > anno I > n. 1 > 2013 > distribuzione gratuita

*Benvenuto a
“ilCopernicano”!*



copernico
Società di Intermediazione Mobiliare S.p.a.

Copernico Sim,
investire nella giusta direzione.



www.copernicosim.com

Benvenuto a “ilCopernicano”!

Sarai una voce di testimonianza per chi vorrà leggerti ed anche per chi vorrà scriverti.

Sarai una voce di democrazia, di etica e di confronto serio.

Assisto stupefatto a quanta poca verità ci sia fra le molte dichiarazioni e proclami che vedo nel mio intorno, verità proclamate distantissime dalla realtà di coloro che le manifestano.

Davvero avrà ragione chi la spara più grossa?

Davvero permetteremo che la mancanza di memoria di chi ascolta, legittimi la clamorosa bugia di chi la racconta?

ilCopernicano racconterà storie vere, di persone vere e cercherà di

farlo bene. Vogliamo testimonianza di storie di vita, di fatica, di riscatto e di crescita.

Non parleremo di obiettivi, ma di scopo.

Non parleremo di vendita, ma di testimonianza.

Non parleremo di reclutamento, ma di accoglienza.

Non parleremo di azienda, ma di casa.

Come abbiamo dimostrato in questi tredici anni, le nostre non sono né saranno solo parole.

A nome di tutte le amiche e gli amici di **Copernico SIM**, benvenuto a te **ilCopernicano**. ●

Saverio Scelzo



Saverio Scelzo

Presidente e Amministratore delegato di Copernico SIM S.p.A.

SOMMARIO **ilCOPERNICANO**

- 4** L'EDITORIALE
Trieste, 4 agosto 1998 (di Pierpaolo Gregori)
- 6** ETICA E FINANZA **Credito: il valore di una stretta di mano** (di Furio Impellizzeri)
- 8** GRANDI RETI **Che fine hanno fatto i promotori?** (di Carlo Emilio Esini)
- 10** CURRENCY WAR **Svalutazione selvaggia? Un effetto collaterale** (con Francesco Leghissa)
- 13** HIC EST PUNCTUM! **Da qui si parte: la nostra casa** (di Pietro Scala)
- 14** L'INTERVISTA **Sfide: il canestro più importante** (intervista a Gregor Fucka)
- 16** BNP PARIBAS **Portafoglio azionario: l'indice HHI**
- 20** MOSTRE **Un laboratorio di idee per la comunità** (a cura di Elisabetta Batic)
- 22** VIAGGI **Perle nascoste: turismo senza cuscinetti** (a cura di Luana Savastano)

Quando vivo in Nord America agli inizi degli anni '80, ebbi occasione di conoscere un financial planner di New York e pensai: "Bella questa professione, un cliente su consiglio di un suo amico viene, ti affida i suoi risparmi ed una volta ogni tanto lo risenti!".

Tornato in Italia, poi ebbi occasione di ripensare al mio futuro e ricordandomi di quell'esperienza da cliente pensai: "Sarebbe bello replicarla come professionista qui in Italia!".

L'esperienza poi mi portò a riesaminare molto di quanto pensavo originariamente, però l'entusiasmo per la professione era rimasto e questa in fondo fu la motivazione principale che mi spinse a fondare la Copernico SIM: "Se non trovo all'esterno quello che cerco... me lo invento", e così ho fatto.

Trieste, 4 agosto 1998

Ricordo bene quel giorno. In quella calda estate di 15 anni fa con la delibera numero 11564 mi iscrissi all'Albo dei Promotori finanziari.



Pierpaolo Gregori
Direttore responsabile

In copertina: ritratto di Niccolò Copernico, astronomo polacco famoso per aver portato all'affermazione la teoria eliocentrica. Fu anche un canonico, un giurista, un astrologo ed un medico.

Non fu semplice fregiarsi del titolo di Promotore finanziario. In quell'anno lavoravo come collaboratore assicurativo per conto di un'importante Compagnia di assicurazioni svizzera che, spinta dalle pressioni del mercato e dai suoi principali *competitors*, si convinse della necessità di qualificare ulteriormente i propri Agenti "obbligandoli" a sostenere l'esame di abilitazione alla professione finanziaria. L'intento della Compagnia era evidente: ampliare il portafoglio clienti intercettando la clientela delle banche le quali invece, proprio alla fine degli anni '90, spingevano sempre più sulle polizze assicurative.

AGENTI E COLLABORATORI
Naturalmente l'interesse prioritario per la mia Assicurazione era di professionalizzare la figura dell'Agente al quale, peraltro, aveva reso disponibili corsi e testi sui cui prepararsi mentre i poveri collaboratori erano lasciati a se stessi. E figurarsi se l'Agente li coinvolgeva, preoccupato com'era di vedersi affiancato nella gestione dell'Agenzia (magari con un'integrazione al mandato) dal proprio venditore di polizze. Così fui costretto a fare l'autodidatta. Prima l'esame scritto tenutosi nella locale Camera di Commercio e poi il colloquio orale. Come già detto non fu una passeggiata, anzi. D'altronde l'esercizio della professione richiedeva, e richiede tuttora, un'alta preparazione tecnica oltre che un elevato profilo morale ed etico. Alla fine tutto andò per il meglio e così iniziai a proporre ai clienti assicu-

rativi i primi fondi comuni d'investimento: monetari, obbligazionari ed azionari.

FINANZA IN TELEVISIONE

Ben presto la mia attività di Promotore finanziario divenne prevalente rispetto alla collocazione sul mercato di polizze vita o infortuni e altrettanto repentinamente i giornali e le televisioni iniziarono a inseguire il fenomeno finanziario, riservando alla materia spazi importanti. Nell'ottobre del 2000 approdai sul piccolo schermo con l'idea



di un programma televisivo dedicato a fondi comuni e Sicav e con il desiderio di tradurre ai cittadini il linguaggio "promotorese" e le peculiarità offerte dai nuovi strumen-

ti finanziari. "Finanza un libro aperto" fu una trasmissione televisiva di grande successo in termini di ascolti e da un lato diede inaspettatamente inizio alla mia "carriera" giornalistica mentre dall'altro segnò l'inizio della fine di quella da Promotore finanziario.

A VOLTE RITORNANO

Mai, ad ogni modo, avrei supposto 13 anni più tardi di ricongiungere le mie due passioni: la finanza e l'editoria.

Galeotto fu l'incontro con Furio Impellizzeri che conobbi proprio in occasione di un'intervista giornalistica concordata per evidenziare la filosofia di approccio al mercato finanziario e le peculiarità di *Copernico SIM*, di cui lo stesso Impellizzeri era (ed è ancora) vicepresidente. L'incontro delle nostre competenze ed esperienze personali, arricchito dalle indiscusse capacità manageriali di Impellizzeri, fece germogliare il seme dell'idea di un giornale da dedicare ai Promotori finanziari che potesse distinguersi dalle offerte di lavoro mensili, alcune mascherate da *newsletter*, fatte recapitare al domicilio dei professionisti da alcune Società d'Intermediazione Mobiliare.

UN ANNO DOPO

Ci volle quasi un anno di gestazione per far vedere la luce a *ilCopernicano* e per presentare una prima bozza a Saverio Scelzo, presidente di *Copernico SIM*. L'idea editoriale in fondo è semplice ed è stata sviluppata attorno a tre chiari obiettivi. Il primo è il contatto qualificato con il Promotore finanziario al quale *Copernico SIM*, attraverso

la rivista, vuole presentare la propria cultura finanziaria e la filoso-



fia di approccio al mercato con l'auspicio di avviare in seguito nuove collaborazioni professionali. Il secondo obiettivo è aprire *ilCopernicano* al contributo e alle idee dei Promotori finanziari di *Copernico SIM* nella convinzione che il futuro sviluppo della rivista non possa prescindere dal gioco di squadra e da un coinvolgimento diretto dei suoi membri (per questa ragione *ilCopernicano* sarà sempre un *work in progress*). L'ultimo, ma non meno importante, obiettivo è che la rivista ambisca a diventare nel medio periodo anche uno strumento di lavoro capace di favorire il contatto con il cliente finale e di contribuire al mantenimento dell'alto tasso di fidelizzazione già esistente tra i Promotori finanziari di *Copernico SIM* e i loro clienti.

ilCopernicano è quindi una grande sfida di editoria cartacea al crescente giornalismo di Internet. È insomma una sfida che ben interpreta lo spirito *Copernicano*: "Diversi. Per scelta". ●

Pierpaolo Gregori

Editore

Copernico SIM S.p.A.
Via Cavour n. 20 - 33100 Udine
Tel. 0432.229835
info@copernicosim.com

Coordinamento editoriale

Furio Impellizzeri, Gianluca Scelzo,
Pietro Scala

Direttore responsabile

Pierpaolo Gregori

Progetto grafico e impaginazione

Alen Volo

Segreteria di redazione

Erica Tonelli
redazione.ilcopernicano@gmail.com
Via Economo n. 10 - 34123 Trieste
Tel. 040.3220778

Redazione

Elisabetta Batic, Luana Savastano,
Giuseppe Morea

Stampa

Tiskarna Vek
Vanganelška n. 18, Capodistria

Aut. Tribunale di Udine n. 1/2013
del 12/03/2013 Reg. Pubbl.

Le opinioni espresse negli articoli appartengono ai singoli autori, dei quali si rispetta la libertà di giudizio ed ai quali rimane la responsabilità. È vietata la riproduzione e l'utilizzazione esterna del materiale qui pubblicato, salvo espressa autorizzazione scritta dell'Editore. © 2013 - Tutti i diritti sono riservati.

Credito: il valore di una stretta di mano

“Mi sembra di proiettarmi nella preistoria quando, sprovvisto addirittura dell’idea di un computer, calcolavo pazientemente con la mia calcolatrice HP business, usando il metodo della staffa bancaria, il rendimento del pac del cliente che sarebbe arrivato dopo mezz’ora”.



Furio Impellizzeri

vicepresidente Copernico SIM S.p.A.

Laureato in scienze politiche ad indirizzo politico economico, inizia l’attività di promotore finanziario nel 1985. Opera da sempre a Trieste e partecipa alla compagine azionaria di Copernico SIM S.p.A sin dalla prima ora. Nel 2003 è nominato membro del Consiglio di Amministrazione e dal maggio 2007 ricopre la carica di vicepresidente.

In ormai quasi trent’anni di attività posso tranquillamente dire di averne viste di tutti i colori. Tante gioie e soddisfazioni ma anche amarezze e delusioni. Momenti di grandi entusiasmi ed altri di sconforto e avvillimento. Noia mai! E questo lo considero già un gran risultato di cui mi compiaccio.

EVENTI E MERCATI

Ho assistito alla nascita dei fondi comuni italiani, ho vissuto l’euforia contagiosa dell’85 e dell’86 e la prima paura con il crollo di Wall Street del 19 ottobre ’87 con il tristemente famoso “lunedì nero”. Ho guardato le dirette Tv trasmettere l’operazione *Desert storm* nel ’91 dopo l’invasione del Kuwait del ’90 con la sensazione irrealistica di vedere un film di azione, talvolta bruscamente interrotta dalle preoccupazioni dei clienti che mal assorbivano la volatilità dei mercati ormai globalizzati. Robe dell’altro secolo! Poi via via fino agli anni 2000, ai giorni nostri. Servirebbe ben altro spazio per buttar giù i ricordi più significativi che hanno lasciato traccia. Dalle Torri gemelle ai mutui *subprime*, da *Lehman Brothers* all’esplosione dei debiti governativi e quanti altri ancora. Eventi che hanno condizionato l’andamento dei mercati, gli umori dei nostri clienti, i risultati degli estratti conto.

Anche il mio stato d’animo ovviamente non è insensibile a ciò che succede. Sempre meno però. La scorza cresciuta in tre decenni ti aiuta a guardar con maggiore di-



stacco gli eventi ineluttabili. Ti permette di considerare il mercato come quelle forze incontrollabili della natura verso le quali nulla si può opporre. Se riesco a far osservare al mio cliente la forza distruttiva dello tsunami dall’alto di una collina, al riparo, sono già ampiamente soddisfatto.

INTERESSI IN CONFLITTO

Una cosa, però, alla quale non sono mai riuscito abituarci c’è. E continua a torcermi lo stomaco ogni volta che mi si para davanti. È il vedere certi portafogli di risparmiatori ignari, a cui basta dare un’occhiata per capire immediatamente che sono stati costruiti più nell’interesse di chi li colloca che per quello del cliente. Il nostro occhio allenato ci mette un secondo a capire l’inghippo. Sarà deformazione professionale incorreggibile, ma constatare come troppo spesso la fiducia dell’investitore sia mal riposta e venga sacrificata sull’altare del conflitto di interesse, mi procura l’orticaria.

Conflitto di interesse: se ci soffermiamo un attimo a pensare concretamente a questa terminologia, se ci concentriamo su ciò che veramente significa c’è da rabbrividi-

re. Il cliente l'accetta bellamente, sottoscrive di essere a conoscenza di essere in conflitto con chi gli gestisce i suoi risparmi. Se ci riflettessero un po' meno superficialmente realizzerebbe che probabilmente non berrebbe nemmeno un caffè dal barista che dichiara di essere in conflitto con lui. Invece troppo spesso affida i suoi sudati e preziosi risparmi proprio a chi glielo contrattualizza. Orrendo! Certo essere in conflitto di interesse non significa necessariamente arrecare danno al cliente; ma è altrettanto vero che mette nelle condizioni di poter non procurargli ciò che di meglio il mercato offre.

Sappiamo bene come funziona: *budget* sempre più stringenti, direzioni commerciali mai così agguerrite, politiche aziendali molto aggressive. Logiche spietate che fanno soccombere anche quegli operatori che pur, in cuor loro, sanno bene che così non va. Quante testimonianze nelle rubriche dei *media* specializzati, quanti articoli finalizzati ad aprire gli occhi. Sembra non serva nulla, la piaga si allarga sempre più.

IL CREDITO

Un amico, lo scrittore veneziano Alessandro Marzo Magno, ha di recente pubblicato un ottimo libro intitolato "L'invenzione dei soldi. Quando la finanza parlava italiano" (*a destra la copertina*). Marzo Magno racconta, molto piacevolmente, come nelle piazze e negli stretti vicoli delle città italiane, tra Medioevo e prima età moderna si scoprono le origini di quella finanza che oggi incide sulle nostre vite in modo così decisivo. Mi sorprende non poco leggere a pagina 44 di come il sistema all'epoca si reggesse fondamentalmente sulla fiducia, ovvero sul "credito", perché giocando con le parole, "creditum" è il participio passato del latino "credere". Le transazioni avvengono a voce e la parola dei banchieri e dei mercanti italiani diventa addirittura sinonimo di affidabilità e onestà. Sembra incredibile pensare come una stretta di mano

e uno sguardo dritto negli occhi vallessero più di cento firme.

OLTRE LA PROCEDURA

Ora la burocrazia ci appesantisce in modo irragionevole. Il buon senso ha lasciato mestamente il posto alla procedura. Mi chiedo perché siamo finiti così. Perché la stretta di mano e il guardarsi limpidamente negli occhi non hanno più peso? Forse perché i rapporti personali, le esigenze dei risparmiatori, il bisogno di potersi affidare, nudi ed indifesi, a qualcuno che ci consigli disinteressatamente, sono stati indecentemente calpestati dalla necessità di soddisfare l'ingordigia del sistema?

Amministratori spregiudicati e avidi hanno tradito quel complesso di norme comportamentali che si definisce "etica". Hanno operato in dispregio delle più elementari regole che dovrebbero dar pace alle coscienze. È quindi fuor di dubbio che servono regolamenti precisi, organi di controllo efficienti, sanzioni severe e pene che non siano farse.

LIBERI DI SCEGLIERE

Ancor prima però io penso che proprio noi, cari colleghi, mettendo ogni giorno sul tavolo proprio quell'etica professionale che sembra perduta dal sistema, remiamo nella giusta direzione. Solo l'essere in grado di rispondere ai nostri principi ed ai nostri clienti, liberi di scegliere autonomamente ciò che riteniamo essere le migliori opzioni per il loro interesse, consentirà di rispondere adeguatamente al malvezzo imperante e di distinguerci. Illusione? Forse. Ma io ci credo e continuo su questo percorso. ●

Furio Impellizzeri



"L'invenzione dei soldi" racconta in maniera approfondita e divertente, con tanti aneddoti e curiosità, la storia di un'Italia all'avanguardia nel momento in cui per la prima volta la moneta si trasforma in merce e il mercante può così diventare banchiere.

Che fine faranno i promotori?



Carlo Emilio Esini

avvocato del Foro di Venezia

54 anni, senior partner dello Studio Legale "Esini, Esini & Da Villa" specializzato in diritto dell'intermediazione finanziaria, con uffici a San Donà di Piave (Venezia) e Milano e membro del network Avvocati Associati. Da quasi tre decenni segue le reti di distribuzione di servizi finanziari ed il settore dell'intermediazione mobiliare in genere di cui ha vissuto lo sviluppo sin dalla prima legge di riforma.

È autore di una monografia sui promotori finanziari e di numerosi articoli e commenti per riviste di settore e giuridiche; si occupa professionalmente e come cultore del diritto dell'intermediazione mobiliare.

Svolge attività, giudiziale e stragiudiziale per promotori, intermediari e investitori per conto dei quali ha seguito alcune tra le più significative vicende del settore.

Quando il mio amico Saverio (Scelzo) mi ha chiesto di scrivere un breve articolo sui promotori finanziari non ci ho messo molto ad accettare perché, devo dire, l'argomento mi appassiona da oltre due decenni; ho avuto modo in questo lungo periodo, svolgendo la mia professione di avvocato, di conoscere centinaia di promotori finanziari e di occuparmi delle più diverse vicende legate a questo mondo. E non solo guardando dal loro punto di vista, ma anche assistendo clienti truffati, SIM e banche danneggiate e, in qualche raro caso, persino prossimi congiunti ingannati.

Mi sono convinto, alla fine, che il promotore finanziario sia una figura rimasta incompiuta e non solo sotto il profilo giuridico. Rispetto alle aspettative iniziali egli è oggi diventato un protagonista abbastanza marginale della distribuzione finanziaria, con immagine generale non brillantissima e con una visione del futuro un po' rassegnata.

COM'ERA

Io ricordo chiaramente quando la distribuzione di massa cominciò ad aprirsi (ben prima della Legge n. 1/91 istitutiva della figura): si avventuravano, allora, nella nuova professione i migliori giovani, i più motivati, preparati e curiosi. Si sarebbe ben presto formata una classe di consulenti professionali indipendenti e autorevoli in grado di rivolgersi al clien-

te in modo nuovo ed attuale, senza le palandrane della vecchia banca.

Non era all'epoca certamente ingenuo pensare ad un soggetto capace di orientare la clientela sui prodotti migliori costringendo l'industria a competere davvero sulla qualità dei servizi offerti. Il problema è che la "vecchia banca" è sempre stata un osso duro e certamente ha avuto molte armi per influenzare le decisioni dei regolatori, siano essi il legislatore che le varie autorità e strutture organizzate del mercato.

INTERESSI DIVERGENTI

Così si è disegnata una via stretta che ha imposto ai promotori finanziari una condizione giuridica dicotomica: da una parte agente-venditore e dall'altra consulente. Gli si è affidato l'impossibile compito di perseguire l'interesse della sua mandante e contemporaneamente anche quello del cliente senza considerare che spesso essi sono



del tutto divergenti in concreto. Lo si è voluto infilare nell'obbligo di monomandato cosicché non potes-

se scegliere di volta in volta il prodotto migliore o più adatto al cliente e lo si è spedito a presidiare il punto di snodo più delicato della relazione tra intermediario e investitore ovvero il rapporto di lungo termine con il cliente finale. C'era da aspettarselo dato che l'*establishment* doveva essere conservato per consentire all'industria di guadagnare anche sulla distribuzione e continuare a piazzare la sua merce anche di qualità non proprio eccelsa.

UN RUOLO CONTROVERSO

Mi sono chiesto più volte perché i promotori, che ad un certo punto avevano davvero in mano il mercato che si apriva, non abbiano nemmeno combattuto per affermare un proprio ruolo diverso; e mi sono dato alcune risposte. In primo luogo perché pochi erano (e sono) davvero consapevoli della loro importante funzione; le società hanno fatto di tutto per intrupparli in strutture gerarchiche (e la figura dei *managers* meriterebbe da sola un'analisi a parte) premiandoli con viaggi e bonus se aderivano ciecamente alla politica commerciale ed alla filosofia aziendale. Al promotore in fondo era (ed in alcuni casi ancora è) richiesta un'adesione fideistica all'azienda così come il cliente deve comprare il prodotto solo sulla base del rapporto fiduciario.

Non credo si possa poi ignorare l'individualismo che caratterizza la categoria che ha saputo esprimere in tanti anni una sola associazione a livello nazionale i cui concreti risultati (ed aggressività nei confronti delle controparti) sono sotto gli occhi di tutti. Da ultimo il mito diffuso che si tratta di una professione facile in cui basta trovare il cliente milionario per garantirsi all'infinito un *management fee*.

Le grandi reti del resto non hanno mai richiesto credenziali diverse dall'ammontare del portafoglio; ai

reclutatori non è mai interessato davvero se il candidato è preparato o meno, se è serio o meno o anche solo se capisce bene quello che gli si propone: l'unico elemento di valutazione (o almeno il principale) era ed è il portafoglio. Nel corso degli



anni l'originaria energia si è via via attenuata e certo complice è stata anche la crisi che colpisce il settore: pochissimi sono i promotori giovani e sempre di più quelli che fanno il loro lavoro con difficoltà.

NUOVE PROSPETTIVE

Credo tuttavia che l'attuale crisi sia, per i promotori, un'occasione per invertire la rotta. Se infatti è vero che il sistema non dimostra di aver imparato molto da quanto è successo, è comunque una sensazione comune che il copione di prima del *default Lehman* non si può più recitare; le banche falliscono, per quanto grandi siano.

Quando inevitabilmente gli investitori si risveglieranno, i promotori finanziari che hanno tenuto duro restando sempre dalla parte del cliente avranno finalmente una nuova possibilità. Perché il grande *brand* è lontano, ma l'uomo no. ●

Carlo Emilio Esini

Il promotore finanziario, oggi, rispetto alle aspettative iniziali è un protagonista abbastanza marginale della distribuzione finanziaria, con immagine generale non brillantissima e con una visione del futuro un po' rassegnata. L'attuale crisi, però, può diventare un'occasione per invertire la rotta.

Svalutazione selvaggia?

“Spesso la svalutazione viene utilizzata come scorciatoia per recuperare competitività evitando di dover affrontare impopolari riforme strutturali, cosa che l’Europa, e soprattutto i Paesi periferici, non possono permettersi di fare”.



Francesco Leghissa

responsabile Ufficio studi
Copernico SIM S.p.A.

“Bisogna cominciare a considerare la situazione attuale come qualcosa di inedito e domandarsi da dove è nata tutta questa attenzione sulla questione. L’attuale pressione sui cross valutari può essere considerata come un “sottoprodotto” di politiche economiche che stanno cercando di stimolare la crescita economica del Paese che le pone in atto, con relativo poco interesse alle externalità negative che ciò poteva causare”.

Il tema di discussione principale del G20 di Mosca tenutosi a metà febbraio è stato la cosiddetta “Guerra delle Valute” che secondo alcuni osservatori si starebbe consumando a livello mondiale. Ma di cosa stiamo parlando esattamente? Leggendo molti commenti anche su giornali specializzati sembra esserci molta confusione sul tema, sulla sua causa e sulle eventuali conseguenze economiche. Per cercare di dipanare la matassa ci siamo rivolti al dottor Francesco Leghissa, responsabile dell’ufficio studi di Copernico SIM.

Alcuni esperti affermano che è in atto la Guerra delle valute: di cosa si tratta?

“Il termine *Currency war* fu coniato nel 2010 dal ministro delle Finanze brasiliano Guido Mantega nel commentare le misure di *Quantitative Easing* messe in atto dalla *Federal Reserve* statunitense, tuttavia il ricorso a politiche di sostegno e di incentivazione delle esportazioni anche attraverso lo strumento monetario non è nulla di nuovo. Precedente famoso di questa situazione furono le misure prese dopo la crisi del ’29 che vide come protagonisti Stati Uniti, Francia e Regno Unito che fecero a gara per tenere basso il valore delle loro valute. Il problema di allora però fu che tali misure furono seguite da dazi e barriere commerciali per contrastare le svalutazioni degli altri Paesi, cosa che portò ad una contrazione importante del commercio mondiale già provato dalla crisi economica in atto”.

Oggi corriamo questo rischio?

“Visti gli accordi commerciali internazionali attuali, direi che questo rischio ai giorni nostri è residuo e quindi porre in essere un paragone tra l’attuale situazione e le vecchie *Trade wars* è per lo meno azzardato. Di conseguenza bisogna cominciare a considerare la situazione attuale come qualcosa di inedito e domandarsi da dove è nata tutta questa attenzione sulla questione. L’attuale pressione sui *cross valutari* può essere considerata come un “sottoprodotto” di politiche economiche che stanno cercando di stimolare la crescita economica del Paese che le pone in atto, con relativo poco interesse alle externalità negative che ciò può causare. Se guardassimo ad esempio la politica dell’Italia pre-moneta unica, vedremo che il nostro Paese ha spesso utilizzato l’arma della svalutazione monetaria per recuperare competitività senza che ciò andasse a ledere gli interessi dei suoi partner”.

Cos’è cambiato rispetto al passato allora?

“La diversità sta nel fatto che a causa della crisi abbiamo avuto praticamente tutti i Paesi che all’unisono hanno messo in atto politiche espansive. Il problema è che per le singole economie queste politiche rischiavano di avere risultati nulli, a parte un possibile aumento dell’inflazione, a causa della contestuale applicazione da parte degli altri Paesi di politiche simili e quindi si è innescata una spirale verso il basso. Tutto ciò ha fatto sì

Un effetto collaterale

che i tradizionali strumenti di politica monetaria si dimostrassero insufficienti e di conseguenza si siano cominciati ad utilizzare strumenti non convenzionali come l'ormai famoso QE".

Quali conseguenze ne sono derivate?

"L'attenzione mondiale sul fenomeno sembrava ormai assopita dopo i grandi dibattiti sul *Quantitative Easing* statunitense del 2010 e lo scontro USA-Cina sul *Remimbi* del biennio successivo, il *peg* del Franco svizzero sull'Euro era passato praticamente in sordina finché il nuovo premier giapponese Abe non ha vinto le lezioni e ha cominciato una politica di crescita ad ogni costo che comprendeva una manovra di forte svalutazione dello Yen. Il G20 ha raffreddato gli animi e disinnescato la minaccia confermando l'impegno dei singoli a non intraprendere azioni direttamente volte alla svalutazione competitiva della valuta, impegno in realtà volutamente generico che di fatto non esclude la svalutazione come effetto collaterale".

Ma dopo i risultati non eclatanti di quattro anni di espansione monetaria, cosa ha spinto Abe ad implementare una politica del genere con il rischio di scatenare una guerra valutaria?

"Il Giappone soffre dagli anni '90 di una pesante deflazione con conseguenti problematiche di domanda interna in quanto crescendo il potere di acquisto nel tempo le persone

preferiscono posticipare i consumi. In questo caso una politica monetaria espansiva con obiettivi di inflazione intorno al 2% porterebbe ad uno stimolo della domanda e ad un abbassamento dei tassi reali (quelli nominali sono già praticamente a zero) che stimolerebbe gli investimenti produttivi e ridurrebbe l'attuale sopravvalutazione dello yen rispetto alle altre valute asiatiche. Il danno collaterale è una svalutazione della moneta nipponica anche nei confronti dell'USD e dell'EUR".

L'Europa probabilmente è quella che soffre in maniera più pesante di questa situazione, ma allora per quale motivo l'UE non pensa a una manovra monetaria come quella concepita



Il ricorso a politiche di sostegno e di incentivazione delle esportazioni anche con lo strumento monetario, non è nulla di nuovo.



dal Giappone o almeno interventi espansivi come sta continuando a fare la Bank of En-

gland (che ufficialmente non interviene, direttamente, sul tasso di cambio), senza scomodare il fiume di dollari emesso nel sistema dalla Fed?

“Una prima risposta viene dal diverso contesto economico. L'Euro-

partecipando alla sfida globale sulla competitività con le mani legate dietro la schiena, sarebbe così negativo promuovere politiche espansive non convenzionali?

“La risposta potrebbe essere “For-



“Spesso la svalutazione viene utilizzata come scorciatoia per recuperare competitività evitando di dover affrontare impopolari riforme strutturali cosa che l'Europa, e soprattutto i Paesi periferici, non possono permettersi di fare”.

“L'UE è formata da più Stati nazionali con tessuti economici eterogenei per i quali è difficile trovare una ricetta comune”.

zona non soffre di deflazione e l'attuale calo della domanda interna è dovuto principalmente agli effetti delle misure di *austerità* che si sono sommati alle già pesanti conseguenze della crisi. Inoltre non dimentichiamoci che l'UE è formata da più Stati nazionali con tessuti economici eterogenei per i quali è difficile trovare una ricetta comune (gli effetti dell'austerità teutonica sulla Grecia sono evidenti a tutti). La seconda, invece, dal mandato stesso della nostra Banca centrale. La BCE ha come obiettivo la stabilità dei prezzi, non la piena occupazione come la Fed né tanto meno il tasso di cambio. Gli interventi su quest'ultimo sono demandati al Consiglio europeo e, come abbiamo visto per le discussioni legate alla soluzione della crisi, trovare un'unità politica e di intenti non è facile, soprattutto in campo monetario dove le posizioni sono spesso ideologicamente diverse”.

Ma dato che, di fatto, stiamo

se”. I più storceranno il naso ma spesso la svalutazione viene utilizzata come scorciatoia per recuperare competitività evitando di dover affrontare impopolari riforme strutturali cosa che l'Europa, e soprattutto i Paesi periferici, non possono permettersi di fare. Diverso invece sarebbe un uso della politica monetaria per stimolare i consumi ma questo dovrebbe essere fatto tenendo sotto controllo l'inflazione e alleggerendo l'*austerità*, vera zavorra della ripresa economica”.

La ricetta ideale per l'Europa sarebbe una politica espansiva condizionata, dove bilanciare austerità, offerta di moneta e riforme strutturali. Un sogno?

“Forse ma una maggior integrazione fiscale e politica a livello europeo potrebbe essere il giusto inizio, seguito da una crescente cessione di sovranità nazionale, soprattutto su politiche economiche coordinate a livello comunitario”.

P.G.

Da qui si parte: la nostra casa

Abito questa casa dal momento in cui è stata edificata ed in questi tredici anni mi sono relazionato con decine e decine di persone, collaboratori, dipendenti, e la cosa che tuttora mi fa riflettere, non senza soddisfazione, è che continuo a relazionarmi con le medesime persone... è semplicemente aumentata la platea. Perché? È un quesito ricorrente a cui ho cercato più volte di dare risposta e l'ho trovata nel momento in cui mi sono soffermato sul concetto di lealtà, rispetto, pensiero, libertà e coerenza. Mai nome fu più appropriato: *Copernico!*

In un contesto in cui l'apparenza regna sovrana, laddove chi grida più forte ottiene sovente un maggior consenso, la "mia" casa si adagia su altra terra. Nessuno grida, nessuno promette, nessuno impone. Esiste il rispetto: delle regole, del pensiero e dell'intelligenza altrui. A coloro che condividono questi valori mi rivolgo. Con coloro che sono interessati a trasmetterli voglio condividere il mio tempo ed il mio lavoro.

APRIAMO LA PORTA DI CASA...

Copernico appartiene a coloro che la abitano. Ovviamente il modello di *governance* è un modello piatto, non piramidale, non esistono manager, capi area e figure intermedie. È una SIM *multibrand* ed opera in NON conflitto di interessi e, tanto meno, non impone il raggiungimento di *budget* e obiettivi di qualsivoglia natura a chicchessia...

IL PESO DELL'INFORMAZIONE

Sono convinto che alcune scelte che

possono risultare determinanti per la nostra vita, non solo professionale, debbano passare attraverso alcuni punti assolutamente imprescindibili.

Innanzitutto la comprensione di chi davvero sono i nostri interlocutori. Cosa hanno fatto nel passato, qual è la loro vera storia? Per il rispetto che dobbiamo a noi stessi ed ai nostri cari, documentiamoci sulla veridicità delle loro parole, a tal fine leggere gli articoli può non bastare. Da Dottore Commercialista un consiglio: vai a guardare i bilanci *on line* o nella Camera di commercio della tua città, sono davvero facili da acquisire. La prima voce da osservare è "commissioni attive", la seconda "commissioni passive", la terza "costi amministrativi", la quarta "utili e perdite". Quanti errori sarebbero stati eliminati all'origine soltanto seguendo questo facile consiglio! Se un "progetto"... eh... progetto... (!) è stato fallimentare fino ad oggi, cosa mi fa pensare che possa modificarsi nel futuro?

Il contratto di agenzia l'ho approfondito bene oppure mi sono accontentato soltanto delle condizioni di maggior favore?

Che senso ha confrontarmi con l'eccezione se non apprezzo o condividendo la norma?

L'ISTINTO

Parliamo, infine, del futuro: se a semplici domande hai la sensazione che ti venga nascosto qualcosa, a semplice sensazione segui il tuo istinto, ha quasi sempre ragione lui! ●

Pietro Scala

Se oggi ti trovi di fronte a scelte che impongono riflessione e ponderazione cerca di non ripetere gli errori del passato perché se non altro eviti il perseverare.



Pietro Scala

responsabile Sviluppo
Copernico SIM S.p.A.

Sfide: il canestro più importante

Nato a Kranj nel cuore della Slovenia nel 1971 ma naturalizzato italiano, con la maglia della nazionale italiana di pallacanestro resterà indelebile nei ricordi dei tifosi il trionfo in Francia nel campionato Europeo del 1999 di cui sarà eletto miglior giocatore.



Gregor Fucka ha giocato per molti anni ad altissimo livello nei ruoli di ala grande e centro grazie alla sua duttilità e alle doti che madre natura gli ha donato: pur essendo un "lungo" (è alto 2,15 m) era dotato di capacità tecniche fuori dal comune per un atleta con le sue caratteristiche fisiche, la più importante delle quali quella di essere perfettamente ambidestro, il che lo rendeva un giocatore assolutamente imprevedibile in fase offensiva.

Gregor Fucka è stato uno dei più celebrati campioni europei di basket del ventennio a cavallo tra gli anni '90 e la prima decade del terzo millennio. Nell'arco della sua carriera, iniziata nell'Olimpia Lubiana, Fucka ha giocato per 4 anni nella Stefanel Trieste, per 3 anni nella Stefanel Milano (dove vincerà scudetto e Coppa Italia nel 1996), per 5 anni nella Fortitudo Bologna (altra Coppa Italia nel 1998 e secondo scudetto nel 2000). Nel massimo campionato italiano ha messo a segno oltre 5.700 punti e raccolto più di 2.700 rimbalzi. Nel 2002, dopo essere stato vicino a un ingaggio nella NBA, il campionato professionistico nordamericano di basket, si è trasferito in Spagna a Barcellona dove ha vinto due campionati (2003 e 2004), una Coppa del Re (2003) una supercoppa (2005) e soprattutto l'ambitissima Eurolega del 2003. Nel 2007 è tornato in Italia per completare la sua carriera con le maglie di Roma, ancora Bologna sponda Fortitudo e, infine, Pistoia.

NON SOLO SPORT

I grandi campioni del mondo sportivo vivono buona parte della loro vita sotto i riflettori degli impianti sportivi, dei media e degli occhi dei tifosi. Ma quando smettono la tuta, finiscono l'allenamento o ancora di più quando appendono le scarpe da ginnastica al chiodo cosa fanno? Come vivono? Che interessi han-

no? Eccezion fatta per alcuni esempi di caratura mondiale in grado di far diventare multimiliardari dei giovani sportivi di alcune discipline più "ricche" come il golf, il calcio, la formula 1, il motociclismo o gli sport che vanno forte Oltreoceano come il basket, l'hockey o il baseball, la maggior parte degli sportivi si ritira a vita privata, magari – i più saggi – programmando un futuro da tecnico o dirigente nello sport che li ha consacrati.

È la strada che con la dovuta calma sta iniziando a percorrere in questi mesi Gregor Fucka. Chiusa da un anno e mezzo la sua lunga carriera è alle prese con un riposizionamento sociale in chiave di (futuro) allenatore. "Ho conseguito il tesserino di allenatore da poco, quindi il mio desiderio – racconta Fucka – è quello di restare nell'ambiente che mi ha cresciuto e mi ha anche formato umanamente facendomi vivere emozioni fortissime".

Come molti professionisti dello sport ha girato molte piazze. Quelle in cui è rimasto più tempo sono state Trieste, Milano, Bologna e Barcellona. Tutte quante città che per un motivo o per l'altro avrebbero potuto farla felice. Alla fine, però, la scelta è ricaduta su Bologna. Perché?

"Il motivo principale – risponde il campione di basket – è legato a motivazioni familiari: tutti i miei figli

vivono in questa città ed io ho il grande desiderio di star loro vicino. Inoltre, e questa è una fortuna molto grande per me, Bologna è una specie di “basket city” italiana. Non esiste posto migliore nel nostro Paese per vivere questo sport, che qui è più popolare di ogni altro”.

Dunque Bologna come trampolino di lancio per il Fucka allenatore?

“È presto per dipingermi come *coach*, in fondo mi sento ancora giocatore, avendo smesso solamente pochi mesi fa”.

Cosa insegna lo sport più che altre forme più “convenzionali” di formazione umana?

“Lo sport, o meglio i tuoi allenatori, ti insegnano uno stile di vita, a curare l'alimentazione, la salute e a rispettare orari, tabelle, schemi. Il basket come gli altri sport di squadra inoltre ti insegna a stare in *team*, a condividere fatiche, gioie e sconfitte, a migliorarsi tutti insieme per vincere in un ambiente molto competitivo. Inutile, poi, dire che è dalle sconfitte che si impara nel modo migliore a superare le difficoltà e ad ambire a vittorie certamente più importanti”.

A proposito di vittorie, quali sono quelle che ricorda con più soddisfazione?

“Ne ho in mente in particolare tre: la vittoria con l'Italia dell'Europeo del '99 (dove Fucka è stato eletto MVP della manifestazione, ndr), l'Eurolega vinta a Barcellona e lo scudetto con la Fortitudo Bologna”.

Un atleta moderno come pianifica il suo futuro lavorativo, anche finanziario, dopo aver fini-

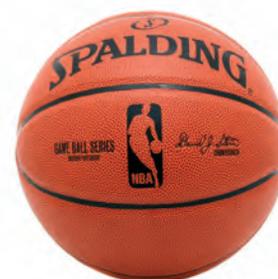
to la propria carriera?

“All'inizio del percorso sportivo è molto difficile immaginarsi già a



fine corsa quindi è normale fare qualche errore, anche perché si è molto giovani. È nelle regole del gioco. Ognuno segue la propria ricetta, nel mio caso sono stato aiutato dalla mia famiglia e anche da un bravo professionista della *Copernico SIM*, una società che mi è stata suggerita, con mia grande soddisfazione, da mio zio come quella giusta per far fruttare i miei risparmi”.

Giuseppe Morea



Portafoglio azionario: l'indice HHI

La gamma di fondi

BNP Paribas L1 European Equity Select, adotta l'Herfindahl-Hirschman Index (HHI), che aiuta a selezionare i titoli migliori nel lungo periodo. Come funziona questo indice e come può essere utilizzato per la costruzione del portafoglio?



BNP Paribas Investment Partners è l'unità di BNP Paribas specializzata nella gestione patrimoniale. Un approccio basato sulle sinergie tra partner è l'elemento cardine della sua esclusiva piattaforma multispecialistica. BNPP IP è uno dei primi sei gestori in Europa.

L'indice Herfindahl-Hirschman (il nome deriva dagli economisti Orris Herfindahl e Albert Hirschman, attivi nella metà del XX secolo) misura il livello di concorrenza in un determinato mercato e aiuta quindi a comprenderne meglio le caratteristiche strutturali, in particolare per quanto riguarda la stabilità dei prezzi ed il *pricing power* di cui dispongono le società che vi operano. Questo indicatore è uno strumento prezioso per aiutare ad individuare quelle aziende in grado di gestire al meglio le proprie prospettive di sviluppo: infatti, le società che hanno una migliore capacità di determinare i prezzi, dovrebbero essere in grado non solo di massimizzare i rendimenti, ma anche di ridurre i rischi per gli investitori, avendo la possibilità di intervenire per proteggere i propri utili, quando le condizioni di mercato mutano o peggiorano.

FISSARE I PREZZI

Vi sono numerosi fattori che influenzano la posizione competitiva di un'azienda e quindi la sua capacità di fissare i prezzi, influenzando di conseguenza le vendite e i profitti, così come indicato da Michael Porter nel 1979:

> il livello di concentrazione di un mercato (quanto più un mercato sarà frammentato, tanto più sarà difficile per le imprese gestire i prezzi ed i margini in maniera stabile nel tempo);

> la presenza di barriere d'ingresso elevate, che in un mercato limitano l'accesso a nuovi concorrenti che potrebbero perturbarlo e consentono alle imprese di rispondere meglio alla domanda;

> il potere di negoziazione delle forniture (essere un acquirente rilevante sul mercato consente alle imprese di avere un maggior potere negoziale verso i fornitori, ottenendo prezzi più favorevoli e una conseguente crescita dei margini);

> il potere di contrattazione dei clienti (la mancanza di compratori forti, ovvero una clientela frammentata, dà alle imprese una posizione più solida nella determinazione dei prezzi);

> la presenza o meno di prodotti e servizi che rappresentino una minaccia competitiva (ad esempio una nuova tecnologia);

> il livello di concorrenza limitata (le guerre dei prezzi e le politiche di sconto aggressive erodono i margini di profitto e, di conseguenza, la redditività).

QUESITI FONDAMENTALI

L'applicazione di questo approccio, per una prima valutazione dei titoli da inserire nei portafogli di *BNP Paribas L1 Best Selection Euro/Europe*, permette di rispondere a tre quesiti fondamentali:

- la società opera in un mercato che tende a consolidarsi o a frammentarsi?

- qual è la posizione competitiva

dell'azienda ed è sostenibile nel lungo periodo?

- quali sono le prospettive di lungo termine per il settore e quale tipo di concorrenza deve affrontare l'azienda da parte di altri mercati o di nuove tecnologie?

È evidente come una migliore comprensione della struttura di un mercato possa dare delle indicazioni sulla capacità di un'impresa di ottenere una crescita dei profitti solida e duratura, quindi del suo interesse per gli investitori. In generale, un HHI basso segnala un mercato frammentato e molto competitivo, dove sono presenti numerose imprese. Al contrario, un indice HHI elevato indica un mercato con pochi operatori e una concorrenza contenuta, che dà alle imprese una posizione più forte nella determinazione dei prezzi. Ecco un esempio di come può essere applicato l'indice HHI (tratto da un articolo della rivista *Perspectives*, Aprile 2011, fonte *BNP Paribas Investment Partners*) nella costruzione di un portafoglio azionario.

L'ESEMPIO DELLA BIRRA

Nel mercato della birra, le dimensioni delle aziende sono particolarmente importanti (i costi fissi rappresentano circa il 65% dei costi totali) e i segmenti più redditizi sono caratterizzati da un HHI elevato o da una struttura favorevole. Ad esempio i mercati molto frammentati di Cina o dell'Europa Occidentale, offrono margini molto più contenuti rispetto a quelli di molti mercati sudamericani più concentrati. La motivazione è molto semplice: un paese con un mercato più concentrato offre alle aziende produttrici un potere maggiore sul prezzo finale e quindi un più elevato assorbimento dei costi fissi, poiché gli utili possono essere protetti meglio. Una società leader dovrebbe essere in grado di far fronte al rincaro delle materie prime, aumentando i prezzi alla vendita, o rinegoziando i contratti di fornitura.

Non è un caso dunque che la correlazione tra l'indice HHI del merca-



to della birra di un paese e la sua profittabilità, sia pari al 75%!

Da questo punto di vista il mercato della birra ha registrato un consolidamento spettacolare nel lasso di circa 15 anni, durante i quali l'HHI è salito da meno di 200 punti nel 1994 a oltre 700 punti nel 2011 e, cosa importante per gli investitori, questo processo è stato accompagnato da un notevole incremento dei margini, favorito dalle economie di scala e da un processo di determinazione dei prezzi più strutturato. La ricerca mostra che è pos-

Un indice HHI elevato indica un mercato con pochi operatori e una concorrenza contenuta, che dà alle imprese una posizione più forte nella determinazione dei prezzi.

Il mercato della birra mondiale: HHI e performance delle azioni seguono lo stesso trend



Fonte: BNP Paribas Asset Management, 2012; le performance storiche non costituiscono garanzia dei rendimenti futuri.

sibile generalizzare questa tendenza: nei mercati che tendono a consolidarsi i margini di profitto au-



to ad individuare le azioni sulle quali puntare nel lungo periodo, ma siamo convinti che questo strumento abbia contribuito alla stabilità delle ottime *performance* della nostra gamma *Equity Select*. L'utilizzo di quest'indice può fornire considerevoli vantaggi nel processo di selezione di titoli azionari più interessanti, tuttavia le capacità di un gestore esperto rimangono indispensabili per la buona ed efficiente gestione di un comparto azionario.

mentano, mentre sui mercati frammentati la redditività viene penalizzata. Qual è il dato importante

Ed è proprio grazie alle capacità del nostro *team* di gestori di analizzare il mercato ed i titoli azionari, e alla

Performance nette commissioni (classe C)	2012	24 mesi (annualizzate)	36 mesi (annual.)	60 mesi (annual.)	Dall'inizio (annual.)*	Volatilità %
BNP Paribas L1 equity Best Selection Europe	+21,36%	+6,41%	+9,18%	+0,31%	+5,42%	12,46
MSCI Europe NR index**	+17,29%	+3,83%	+6,19%	-2,05%	+4,98%	13,28
Sovra/sotto performance	+4,07%	+2,58%	+2,98%	+2,36%	+0,44%	

* data inizio: 17 giugno 2004, performance annualizzate.

** benchmark del comparto dal 01/01/2009. Benchmark precedente: MSCI Pan - Euro (NR)

Performance nette commissioni (classe C)	2012	24 mesi (annualizzate)	36 mesi (annual.)	60 mesi (annual.)	Dall'inizio (annual.)*	Volatilità %
BNP Paribas L1 equity Best Selection Euro	+22,52%	+5,39%	+5,78%	-1,76%	+2,59%	14,37
MSCI EMU NR index**	+19,31%	+0,54%	+1,30%	-5,83%	+2,79%	16,58
Sovra/sotto performance	+3,21%	+4,85%	+4,48%	+4,07%	-0,20%	

* data inizio: 21 Settembre 1998, performance annualizzate.

** benchmark del comparto dal 01/01/2009. Benchmark precedente: MSCI Euro (NR)

Tenuto conto dei rischi di natura economica e finanziaria, non può essere offerta alcuna garanzia che siano raggiunti gli obiettivi d'investimento così come illustrati. La performance può essere influenzata dalle strategie, dagli obiettivi d'investimento, dalle condizioni economiche e di mercato. La performance storica non è indicativa di risultati futuri e il valore degli investimenti negli OICR può diminuire oltre che aumentare. Non è offerta alcuna garanzia di riottenere l'importo inizialmente investito.

per gli investitori? Profitti, valutazioni azionarie e HHI (ossia livello di concentrazione di un mercato) seguono tendenze analoghe (cfr. grafico in basso a pag. 17). Ciò sottolinea il valore di quest'indice come strumento per valutare le opportunità d'investimento.

UNO STRUMENTO IMPORTANTE, MA NON L'UNICO

Per *BNP Paribas Investment Partners* l'indice HHI è soltanto uno degli strumenti utilizzati nel processo complesso d'investimento, mira-

loro straordinaria competenza nella selezione dei migliori tra questi, che i comparti *BNP Paribas L1 Equity Best Selection Euro* e *BNP Paribas L1 Equity Best Selection Europe* hanno realizzato eccellenti performance (cfr. tabelle in alto).

Non è dunque un caso che, anche grazie alle ottime performance dei comparti della gamma *European Equity Select*, nel 2012 *BNP Paribas Investment Partners* abbia vinto il prestigioso riconoscimento di "Gestore Azionario Europeo dell'anno", promosso da *Global Investor Magazine/ISF*. ●



Top players in Europa

BNPP L1 Equity Best Selection Euro/Europe

GIOCO, PARTITA, INCONTRO !

BNPP L1 Equity Best Selection Euro/Europe: le soluzioni d'investimento di BNP Paribas Investment Partners per puntare sui mercati europei. Per saperne di più visita il sito www.bnpparibas-ip.it o contatta il tuo referente commerciale di riferimento.

MORNINGSTAR®



BNPP L1 Equity Best Selection Euro



BNP PARIBAS
INVESTMENT PARTNERS

| L'asset manager per un mondo che cambia

bnpparibas-ip.it

BNP Paribas Investment Partners (BNPP IP) è il marchio globale di tutte le attività di gestione del risparmio del Gruppo BNP Paribas. Per ogni ulteriore informazione puoi contattare BNP Paribas Investment Partners SGR S.p.A., Via Dante, 15 - 20123 Milano - Email: infosgr@bnpparibas.com
Prima dell'adesione leggere il Prospetto disponibile sul sito www.bnpparibas-ip.it. I rendimenti passati, i premi e i rating non sono indicativi di risultati futuri. Il presente materiale ha natura pubblicitaria e viene diffuso con finalità promozionale.

*Copyright © 2012 Morningstar, Inc

Un laboratorio di idee per la comunità

L'ampio complesso architettonico del Museo di arte moderna e contemporanea di Trento e Rovereto venne progettato dall'architetto Mario Botta ed è stato inaugurato il 15 dicembre 2002. A distanza di dieci anni la proposta di più mostre contemporaneamente e di carattere estremamente diverso tra di loro, continua ad attrarre diversi tipi di pubblici con gusti e passioni differenti.

In Italia e anche all'estero il Museo di arte moderna e contemporanea di Trento e Rovereto viene apprezzato per la bellezza della sua architettura, per la poliedricità delle sue proposte e per uno staff capace e preparato. Il Museo ha anche una Biblioteca specializzata, accessibile al pubblico, e un Archivio, che conservano 80.000 documenti fra carteggi, scritti, disegni, fotografie e ritagli stampa, e 60.000 volumi.



foto di Gianluca Vassallo

Un luogo “sorprendente ed inaspettato”. Una “moderna agorà coperta da una cupola di vetro e acciaio”. Basterebbero queste descrizioni per convincersi a visitare il Mart, il Museo di arte moderna e contemporanea di Trento e Rovereto. Spiega Nicoletta Boschiero, responsabile Mostre e Collezioni Mart, che “il giardino delle sculture, da cui si accede attraverso una scala laterale, è un'oasi di pace, un angolo tranquillo che offre un punto di vista insolito”. La *mission* del Mart è quella di “trasformare lo straordinario patrimonio artistico ed architettonico di cui disponiamo e che intendiamo continuare ad arricchire in uno strumento capace di valorizzare l'intera comunità, promuovendone le risorse di creatività e di iniziativa, stimolando l'interesse dei visitatori, cercando la partecipazione, condividendo, interpretando e custodendo una collezione straordinaria”. Vedere per credere. “Vogliamo creare – dichiara il presidente Franco Bernabè – opportunità di apprendimento suggestive per tutti, rendendo accessibili al mondo le nostre risorse, competenze e ricerche, attraverso alleanze che estendono il sistema dei rapporti del museo e il suo profilo sia a livello nazionale che internazionale”.

LA MAGNIFICA OSSESSIONE
La fama del Mart scavalca i confini

italiani proiettando la propria offerta all'estero con rassegne imperdibili come, ad esempio, la mostra “Magnifica ossessione”, allestita in occasione dei 10 anni compiuti dal museo, che mette in collegamento artisti, collezioni e tutti coloro che in questo decennio hanno contribuito a fare del Mart quello che è oggi, uno dei musei del contemporaneo più accreditati a livello europeo. Da qui l'idea di una mostra che durasse un anno intero e che permettesse ai visitatori di entrare nel vivo della “magnifica ossessione” per l'arte che ha riempito in questi anni la magica sede espositiva ideata dall'architetto Botta. “La mostra “Magnifica ossessione” – sottolinea Nicoletta Boschiero – è una rassegna in cui vecchio e nuovo si mescolano, opere contemporanee e realizzate alla fine dell'Ottocento convivono nelle stesse sale, dipinti sconosciuti e capolavori stanno accanto sulle pareti, i preziosi documenti conservati in archivio escono dai loro confini designati e si inseriscono a pieno titolo nel museo a fianco delle opere vere e proprie, in un percorso che attraversa un secolo, il Ventesimo, e mostra l'invisibile, il movimento, il lavoro museale, esponendo quasi 3.000 oggetti”. Oltre 2.700 le opere esposte, di 275 artisti, tra dipinti, incisioni, disegni, sculture, film e video, installazioni, arazzi, manifesti, fotografie,

*Una sala espositiva della
"Magnifica ossessione", mostra
allestita in occasione del
decennale del Mart.*

documenti, libri, modelli d'architettura e altro. Una mostra che oltretutto si arricchisce, strada facendo, di nuovi contributi *site-specific* di artisti contemporanei. Gli ultimi arrivati sono Emanuele Becheri, Giuseppe Caccavale, Andrea Mastrovito e Michele Spanghero, artisti emergenti chiamati a una sorta di "singolar tenzone" con il tema della "magnifica ossessione" artistica. I loro interventi si uniscono a quelli di Paco Cao, Emilio Isgrò, Paolo Meoni, Christian Fogarolli e Liliana Moro, già presenti fin dall'apertura della mostra, lo scorso ottobre.

LA FORMA DEL GUSTO

Tra le rassegne da non perdere ora che la primavera è iniziata, vi è anche "Progetto Cibo. La forma del gusto", una mostra innovativa e divertente dedicata al *design* del cibo. "Partendo da Bruno Munari che insegnava a leggere i prodotti della natura, come ad esempio l'arancia, come oggetti di *design*, la mostra – rileva la responsabile Mostre e Collezioni – seguendo un percorso per aree tematiche presenta la straordinaria capacità dei *designer* di guardare e registrare i cambiamenti della società, compresa l'alimentazione, dai cibi anonimi, ai progetti industriali fino agli oggetti realizzati con il cibo e gli oggetti che alludono al cibo per una mostra fresca e inconsueta e molto coinvolgente grazie, senza dubbio, a un allestimento fuori dal comune".

UN TOURBILLON CHE STUPISCE

Impossibile non essere travolti dall'allestimento del Mart dove il "di tutto e di più" diventa la parola d'ordine, ma mai, confusione raffazzonata. Stupisce e stordisce, infatti, il viaggio attraverso il patrimonio del museo dal Manifesto futurista alle nature morte morandiane, dalla gipsoteca dello scultore Andrea Malfatti a Sironi, dalla

Scuola romana a Guttuso e così via fino ai giorni nostri. Un *tourbillon* di opere d'arte che travolge il pubblico e che lo innesta in un clima per certi versi simile a quello dei



foto di Paolo Riolzi

Salon ottocenteschi, dove le opere più diverse, l'una affianco all'altra, davano comunque il senso di un momento storico.

I PUNTI DI FORZA

"Oltre ad un cospicuo numero di opere che sono considerate capolavori assoluti, il Mart – evidenzia Nicoletta Boschiero – può contare su un patrimonio archivistico e documentario di prim'ordine, sia in ambito futurista, sia architettonico (fa riferimento a fondi di architetti operanti tra le due guerre), sia di artisti verbo visuali, e su una biblioteca di quasi 100.000 libri". Per quanto riguarda, infine, le prospettive e sfide future, "il momento di crisi così difficile – osserva Nicoletta Boschiero – senza dubbio pone il museo in una prospettiva in salita, che farà proposte di segno sperimentale, grazie alla direzione di Cristiana Collu, attenta alla rapidità del cambiamento epocale in atto". ●

Elisabetta Batic

Il Mart funziona non solo come uno strumento di conservazione del patrimonio, ma anche e soprattutto come un laboratorio di idee e un luogo operoso di valorizzazione, produzione, ricerca e formazione culturale.

Perle nascoste: turismo senza cuscinetti

Un viaggio culturale, per essere davvero efficace e soddisfacente, deve trarre spunto dall'esperienza personale e diretta di chi lo propone. Fiducia ed esperienza sul campo sono gli imprescindibili capisaldi da cui dipende il buon esito di una proposta di richiamo culturale.



Il Monastero di Rila in Bulgaria.

Un viaggio culturale è qualcosa che arricchisce il proprio *background* a trecentosessanta gradi. Spesso, però, si tende a prendere in considerazione le mete più famose o quelle universalmente considerate le più belle, senza pensare che ci sono destinazioni che meritano di essere scoperte e comprese fino in fondo, anche se non hanno la stessa fama del grande richiamo. Il dottor Gabriele Onni, ricercatore in Letterature Euro-Americane e responsabile del reparto viaggi culturali del *Tour Operator UT Point* di Brescia, spiega il vero significato di un viaggio culturale e ci conduce in un appassionante *tour* virtuale tra i luoghi più belli del nostro

pianeta che meritano di essere visitati.

Cos'è, per lei, un viaggio culturale e come si affronta?

“Il viaggio culturale è qualcosa che va oltre il semplice visitare un luogo ed un monumento. Fin da subito, la nostra filosofia è stata ben chiara. Noi puntiamo a dare ai viaggiatori risposte complete, vogliamo informare sul perché un monumento è stato costruito in un determinato luogo e in un certo modo. È una formula

impegnativa da proporre e da spiegare, ma una volta che si entra in contatto con questo modo di intendere il viaggio difficilmente lo si abbandona”.



impegnativa da proporre e da spiegare, ma una volta che si entra in contatto con questo modo di intendere il viaggio difficilmente lo si abbandona”.

Per un viaggio culturale diverso dal solito su cosa è bene puntare?

“È vero che il grande richiamo attira sempre, ma oltre a visitare la città nota, dove effettivamente i turisti vogliono andare, presentiamo anche due, tre destinazioni meno conosciute. Per esempio, tra le nostre proposte ci sono Praga e i Castelli della Boemia, quindi il bellissimo borgo medievale di Český Krumlov, con il suo castello rinascimentale, e quello di Hluboká nad Vltavou, la più importante residenza nobiliare di epoca austro-ungarica, ispirata alle regge romantiche inglesi. In questo modo, i turisti vedono accontentate le loro richieste e in più scoprono qualcosa di nuovo che, magari, non avevano mai sentito nominare. E questo, a mio avviso, fa la differenza. Va anche detto che, un viaggio culturale, per essere davvero efficace e soddisfacente, deve trarre spunto dall'esperienza personale e diretta di chi lo propone”.

Quali sono le mete che ottengono un buon riscontro?

“Tra le mete che proponiamo e che devono essere visitate almeno una volta nella vita ci sono le Isole Britanniche. Qui, però, bisogna chiarire subito che Isole Britanniche



non vuol dire Inghilterra... L'Inghilterra è solo una delle quattro diversissime nazioni che compongono uno straordinario mosaico: se una persona vuole fare un percorso tra le rovine medievali consigliamo l'Inghilterra; se è interessato ai laghi,

l'ideale è Edimburgo; a chi vuole visitare i castelli proponiamo il Galles; l'Islanda è invece indicata per coloro che vogliono entrare in contatto con la natura vera e propria. Un altro viaggio che ha riscontrato molto successo è stato quello a Praga, impostato sul messaggio della Riforma Protestante. Il riscontro si è dimostrato positivo perché non c'è stata una chiusura mentale, anzi, il fatto di andare incontro a qualcosa di nuovo, che pure è completamente diverso dalle nostre abitudini, ha suscitato un buon interesse”.

Ci sono destinazioni meritevoli di essere visitate ma che ancora non sono prese in considerazione?

“Sicuramente la Bulgaria, con i suoi monasteri, la Macedonia e la Serbia. La particolarità di queste zone è data proprio dall'unicità dei monasteri slavo-ortodossi ben conservati che le popolano, che si distinguono da quelli greci, e che sono meno conosciuti anche se artisticamente sono davvero straordinari. Potrebbero essere considerati come una sorta di avamposto di conservazione della cultura. I Balcani sono ancora oggi zone molto selvagge, ma sono in grado di regalare situazioni veramente straordinarie. Uno dei monasteri più belli e famosi della Bulgaria è il Monastero di Rila, situato in mezzo alle montagne, e più precisamente sul monte Rila, a oltre mille metri sopra il livello del mare. La grande caratteristica di questo monastero

è rappresentata dalle sue alte mura che lo rendono molto simile a una fortezza. Proprio per il suo difficile accesso, in epoca turca non fu toccato. Fondato da San Giovanni di Rila nel X secolo, è un importante centro di vita spirituale per il popolo bulgaro. Purtroppo non è facile proporre questo tipo di destinazioni perché c'è ancora una certa resistenza culturale”.

Tra poco arriva la bella stagione. Quali proposte suggerite per l'estate?

“Verrà proposto un percorso molto interessante in Provenza che vedrà coinvolte le località di La Salette, importante centro di pellegrinaggio, Marsiglia e Avignone. A proposito di ciò, ci tengo a precisare un'altra particolarità del nostro intendere i viaggi culturali: è fondamentale offrire ai viaggiatori una sistemazione che sia il più “verosimile” possibile, nel senso che è preferibile scegliere luoghi che siano molto vicini alla realtà proposta da visitare, allontanandosi quindi dai soliti alberghi. Nel caso di La Salette, vicino al monastero si trova una casa d'accoglienza monacale, luogo ideale per far entrare i viaggiatori in contatto con la realtà che devono visitare. È in quel luogo che i monaci vivevano. La cosa fondamentale è dare il più possibile l'esperienza del luogo, anche se si tratta di una casa d'accoglienza e non di un albergo. Questo è bene precisarlo perché, generalmente, i *tour operator* tendono a fare da cuscinetto, ossia a frapporsi tra il turista ed il luogo che egli desidera conoscere, con lo scopo di tutelarlo. In taluni casi, tuttavia, questa tutela è più giusto che venga manifestata il meno possibile, se non addirittura del tutto nascosta”.

Luana Savastano

*Nella foto al centro il Castello di Caernarfon (Galles).
In basso uno scorcio del borgo medievale di Český Krumlov in Repubblica Ceca.*



diversi per scelta

copernico
Società di Intermediazione Mobiliare S.p.A.