

**Zeitschrift:** Messaggero Raiffeisen : mensile dell'Unione Svizzera delle Casse Raiffeisen  
**Herausgeber:** Unione Svizzera delle Casse Raiffeisen  
**Band:** - (1974)  
**Heft:** 12

**Heft**

### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

### **Conditions d'utilisation**

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

### **Terms of use**

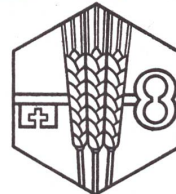
The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

**Download PDF:** 22.02.2025

**ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>**

# MESSAGGERO

# RAIFFEISEN



Dicembre 1974  
Anno IX - N. 12

Mensile dell'Unione Svizzera delle Casse Raiffeisen

## Un ritorno

*Nel mese del Natale, agli argomenti d'ordine economico-finanziario ed alle diverse rubriche antepponiamo un racconto di P. HAMILL. Egli asserisce d'aver raccolto questa storia alcuni anni or sono, dalla voce d'una delle protagoniste. Da allora parecchie persone alle quali l'ha riferita hanno detto o di averne sentito parlare da qual-*

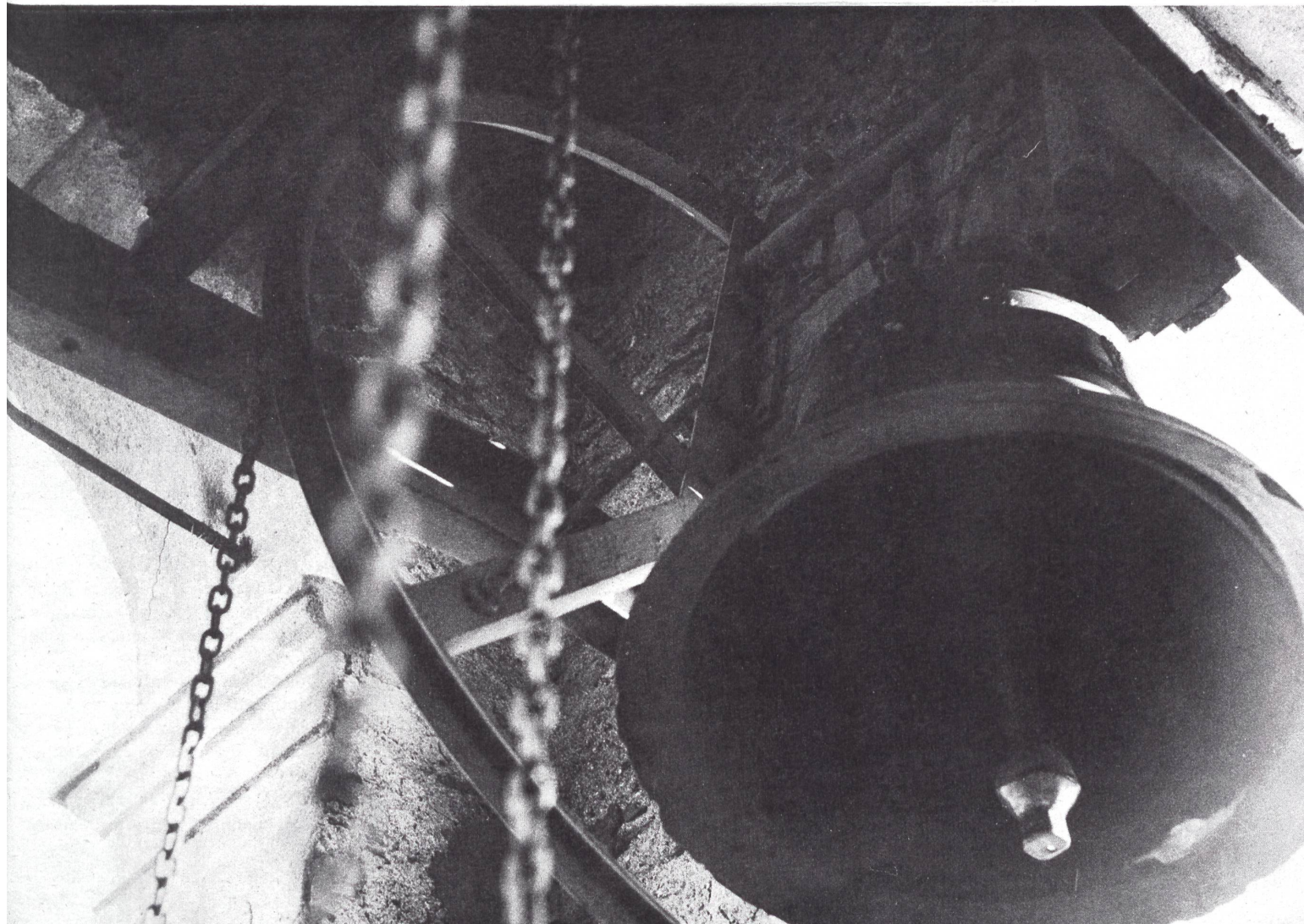
*cuno o di averne già letto una versione su qualche libro dimenticato. Probabilmente, la storia è uno di quei misteriosi documenti di folclore che, di tanto in tanto, emergono dal subconscio di un popolo, pronti per essere raccontati di nuovo, in una forma o in un'altra. Cambiano i personaggi, ma il significato resta immutato. A noi tutti, certa-*

*mente, come all'autore, piace credere che tutto ciò sia davvero accaduto, da qualche parte, un giorno.*

«Tre ragazzi e tre ragazze stavano partendo per la Florida. Carichi di sacchetti di carta con dentro panini imbottiti e vino, erano saliti sul pullman, sognando spiagge dorate e mare, mentre alle spalle si lasciavano il grigio inverno di New York. Quando il pullman cominciò a correre verso sud, i ragazzi no-

**Continua nella pagina seguente**

Dolce richiamo della campana di Natale  
(foto A. Morosoli)



# Un ritorno

Continuazione dalla pagina precedente

tarono la presenza di Vingo. L'uomo era seduto proprio di fronte a loro, immobile. Indosso aveva un vestito semplice, forse un po' grande per lui, e il viso impolverato ne celava l'età. Continuava a morderciarsi il labbro, chiuso nel suo silenzio.

A notte inoltrata, il pullman si era fermato alla periferia di Washington davanti a un ristorante ed erano scesi tutti, tranne Vingo. I ragazzi avevano cominciato a domandarsi chi fosse mai quell'uomo e, quando erano risaliti sul pullman, una delle ragazze si era seduta accanto a lui e si era presentata. «Noi andiamo in Florida» aveva detto allegra. «Dicono sia bellissima». «Sì, certo» aveva risposto lui con voce calma, come se stesse ricordando qualcosa che aveva cercato di dimenticare.

«Vuole un po' di vino?» gli aveva chiesto la ragazza. Lui aveva sorriso, bevendone un sorso. Aveva ringraziato e poi era ripiombato nel suo silenzio. Un attimo dopo, la ragazza era tornata a sedersi insieme agli altri e Vingo si era assopito.

Il mattino dopo, quando si erano svegliati, il pullman era in sosta davanti a un altro ristorante e questa volta Vingo era sceso. La ragazza aveva insistito perché si unisse a loro. L'uomo sembrava timido. Aveva ordinato un caffè e, mentre i ragazzi chiacchieravano e parlavano di dormire in riva al mare, lui si era messo a fumare nervosamente una sigaretta. Sul pullman, la ragazza gli si era seduta di nuovo accanto; e un momento dopo, con voce calma e triste, l'uomo aveva cominciato a raccontare la sua storia. Aveva passato gli ultimi quattro anni in prigione a New York e, adesso, stava tornando a casa.

«E' sposato?»

«Non so.»

«Come non sa?»

«Mentre ero là dentro, ho scritto a mia moglie che siccome sarei rimasto lontano da casa per molto tempo, se lei pensava di non farcela, se i ragazzi cominciavano a farle troppe domande, e se tutto questo la faceva soffrire, poteva pure dimenticarmi. Io avrei capito. Cercati un altro uomo, le ho detto — mia moglie è una donna stupenda — e non pensare più a me. Le ho anche detto di non scrivermi. E lei non mi ha scritto. Sono tre anni e mezzo che non ho sue notizie.»

«E adesso lei torna a casa e non sa.»

«Proprio così» aveva risposto lui timido. «La scorsa settimana, quando ebbi la certezza che mi avrebbero rilasciato per buona condotta, le ho scritto una seconda volta. All'ingresso della cittadina in cui vivo con lei c'è una grande quercia.» «Se vuoi che torni da te» le ho scritto «attacca alla quercia un fazzoletto giallo, io scenderò dal pullman e verrò a casa. Se non vedrò nessun fazzoletto, andrò oltre.»

«Incredibile!» aveva esclamato la ragazza. La ragazza aveva raccontato la storia ai compagni e tutti ne erano stati affascinati. Man mano che si avvicinavano al paese di

Vingo, l'emozione aumentava. L'uomo aveva tirato fuori delle fotografie, spiegazzate e logore: c'erano la moglie e i tre figli, ancora piccoli. Lei era bella, di una bellezza semplice.

Erano ormai a 30 chilometri dal paese e i ragazzi si erano spostati sui sedili di destra, in attesa di veder comparire di lontano la grande quercia. L'atmosfera sul pullman si era fatta tesa, piena del silenzio della lonta-

## La borsa valori

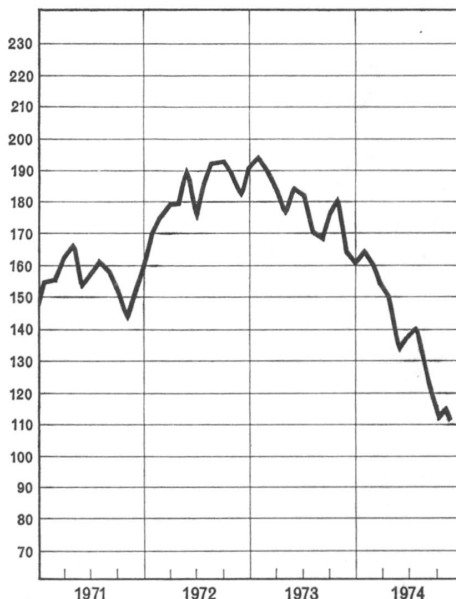
II

### Organizzazione

Ogni Borsa, in Svizzera, funziona a cura di un'Associazione, avente personalità giuridica, la quale ha appunto lo scopo di facilitare ed assicurare la compravendita di titoli mediante la tenuta di regolari sedute. I compiti e le competenze dei suoi organi (assemblea generale, comitato direttivo, revisori dei conti) sono definiti dallo statuto. Per poter raggiungere i suoi scopi, ogni Associazione ha emanato una serie di norme e regolamenti, sulla base dei quali vengono giornalmente svolte le contrattazioni.

Esiste inoltre una Commissione cantonale di Borsa, solitamente presieduta dal capo del Dipartimento cantonale di economia pubblica, avente soprattutto funzioni consultive. Presso le Borse svizzere più importanti la sorveglianza viene esercitata da un Commissariato cantonale: ad ogni seduta sono presenti due commissari che controllano lo svolgimento delle contrattazioni, l'uno per le obbligazioni, l'altro per le azioni.

### Indice svizzero delle azioni



L'evoluzione dell'indice generale delle azioni da principio 1971 calcolato dal Servizio studi e statistiche della Banca nazionale.

nanza e degli anni perduti. Vingo aveva smesso di guardare fuori, il volto contratto dietro la maschera dell'ex detenuto, quasi volesse prepararsi a un'altra delusione.

I chilometri erano solo 15, poi cinque. D'improvviso i ragazzi si erano messi a urlare e a far salti di gioia.

Vingo era rimasto seduto e, come inebetito, guardava la quercia. L'albero era letteralmente coperto di fazzoletti gialli. Ce n'erano 20, 30, forse 100. Sembrava una bandiera che sventolava nell'aria in segno di saluto. Mentre i ragazzi strillavano ancora, l'ex detenuto si era alzato, si era avviato verso la porta ed era sceso per tornare a casa.»



Un ufficio della borsa durante le contrattazioni. Le quotazioni alle «corbelles» vengono attentamente seguite mediante telecamere: i funzionari restano in contatto con la loro banca disponendo quindi a seconda dei nuovi ordini e della tendenza. (foto Effektenbörseverei Zürich)

Solo i membri dell'Associazione Borsa valori hanno il diritto di prendere parte alle contrattazioni. Membri, nella maggior parte dei casi, sono banche, che delegano quindi loro rappresentanti qualificati. Non esistono quasi, come è invece sovente il caso all'estero, singoli operatori indipendenti (brokers) che accettano ed eseguono gli ordini delle banche.

Per far parte dell'Associazione Borsa valori necessita in primo luogo l'autorizzazione cantonale e un capitale sociale minimo di un milione di franchi. La banca, il suo consiglio d'amministrazione, i principali azionisti e la persona incaricata di rappresentarla alle contrattazioni devono godere di ottima reputazione. Il rappresentante deve essere di nazionalità svizzera, vantare parecchi anni di pratica nel ramo dei titoli e disporre di due referenze da parte di membri dell'Associazione di Borsa.

Accanto alla concessione per l'attività quale agente di Borsa, viene rilasciata un'autorizzazione per la compera e la vendita di titoli fuori Borsa. Così, oltre alle banche ed alle ditte attive quali agenti di Borsa (a Zurigo sono 26) esiste un numero molto maggiore di altre ditte che operano quali concessionari fuori Borsa.

La concessione è pure subordinata al versamento al Cantone di una cauzione (a Zurigo 30'000 franchi) ed al pagamento di una tassa annuale sulla base del movimento. Inoltre, ogni agente di Borsa deve depositare una cauzione reale (a Zurigo 300'000 franchi) presso l'Associazione della Borsa, quale ga-

ranza per il regolare svolgimento delle operazioni e per eventuali multe convenzionali decise dal comitato direttivo.

Da parte loro, per poter essere quotati in borsa i titoli devono avere taluni requisiti. In particolare devono essere sufficientemente diffusi tra il pubblico e la ditta che li emette deve godere di una sufficiente notorietà, pubblicando tra l'altro regolarmente i propri dati patrimoniali.

### Funzionamento

Le negoziazioni di borsa hanno un ritmo particolarmente semplice e veloce in quanto i contraenti devono accordarsi solo sul quantitativo e sul prezzo, essendo già convenzionalmente prestabilite tutte le altre condizioni del contratto.

In pratica in Borsa si riscontrano i seguenti tipi di operazione:

- *Operazioni per contante*, con fornitura e pagamento dei titoli da 2 a 5 giorni dopo la contrattazione.
- *Operazioni a termine*, ove la liquidazione avviene solo a fine del mese corrente o di quello seguente. L'operazione a termine permette l'acquisto di titoli quando i corsi sono ritenuti bassi e non si dispone nel contempo del capitale necessario. D'altra parte esiste la possibilità di vendere a dei corsi favorevoli ma di consegnare i titoli più tardi. Per queste operazioni le banche esigono generalmente una copertura almeno parziale.
- *Operazioni a premio*. Anche qui i titoli sono trattati a termine, con possibilità però di disdire il contratto mediante il pagamento di un premio. Queste operazioni sono fatte dal compratore per limitare il rischio. Per contro, il venditore cerca di realizzare i suoi titoli a un prezzo superiore al corso del giorno o almeno di incassare il premio.

Le sedute di borsa hanno luogo ogni giorno, escluso il sabato e la domenica. Nelle borse più importanti le contrattazioni iniziano

alle 10.00, alla presenza dei rappresentanti delle banche riuniti attorno alle *corbeilles* — le tipiche balastrate circolari — entro le quali siedono il commissario, il segretario, come pure — a Zurigo — l'incaricato per la trasmissione televisiva dei corsi. Il segretario «chiama» un titolo dopo l'altro, secondo l'ordine del listino ufficiale dei corsi. Gli operatori — sulla base degli ordini di compra e vendita in loro possesso — intervengono allora gridando le domande e le offerte, oppure facendosi comprendere a segni. Chi ha titoli da vendere cerca di raggiungere dei prezzi alti, mentre chi intende comperare cerca di ottenere il prezzo più basso possibile (alla borsa i prezzi vengono detti «corsi»). Il segretario nota i corsi e alla fine della seduta ne dà lettura affinché gli

operatori possano accertarsi di aver annotato esattamente tutte le contrattazioni.

Nel 1973 presso la Borsa di Zurigo sono state compiute delle negoziazioni per 65'407,05 milioni di franchi. L'esercizio, che iniziò all'insegna della crisi monetaria internazionale e si è concluso sotto l'incubo della crisi petrolifera, ha quindi fatto segnare una diminuzione della cifra d'affari dell'11% in confronto all'anno precedente. L'evoluzione dei corsi dei titoli svizzeri è stata piuttosto negativa: dei 136 titoli azionari svizzeri, solo 26 hanno registrato un aumento di corso; 106 hanno conosciuto un'evoluzione negativa. A Zurigo sono stati quotati complessivamente 1'802 titoli, di cui 1'220 obbligazioni e 148 azioni svizzere, 320 azioni e 114 obbligazioni straniere.

## Attualità Il carcere: una istituzione attuale?

### VI

Non è possibile analizzare l'istituzione carceraria senza sottolinearne il ruolo di strumento di repressione socio-politica, che naturalmente assume non appena, all'interno di una società data, il controllo dello status quo non può più essere assicurato da forme più elaborate quali l'identificazione del singolo ai valori, ai bisogni umani «inquadri da oggettivazioni sociali» (Heller, "Temps modernes", pag. 2197).

Quando quindi la definizione del comportamento illecito è finalizzata non alla difesa di una intera struttura sociale, bensì soltanto alla perpetuazione di una parte di essa si deve concludere alla relatività del crimine così delimitato a una determinata ideologia politica e, pertanto, non si può non evidenziare, nell'atto di incarcerazione, un momento di violenza politica.

Questa esecrabile funzione conferita alla istituzione carceraria viene avversata, istintivamente, da ogni spirito libero e democratico.

Queste proteste numerose spontanee ma disorganizzate e disorientate sarebbero votate alla sterilità se non fosse sorta, nello scorso decennio, Amnesty International, associazione riconosciuta da molte organizzazioni internazionali (ONU, Consiglio d'Europa, Organizzazione per l'Unità africana, ecc.) che si propone di denunciare la violazione, in qualsiasi paese del mondo, dei principi sanciti dalla dichiarazione dei diritti dell'uomo del 10 dicembre 1948, in particolare quelli proscrittivi la tortura e l'arresto per delitti d'opinione.

In un volantino recentemente distribuito nel Ticino, Amnesty International ricorda i principi della sua azione:

#### 1) *Stretta legalità*

Amnesty International impiega tutti i mezzi legali a sua disposizione (e solo quelli).

#### 2) *Stretta imparzialità*

Amnesty International non giudica i vari regimi economici, politici o sociali. Essa combatte solo le illegalità commesse da questi regimi. Prova ne sia il fatto che ogni gruppo di Amnesty International patrocinava contemporaneamente la causa di tre detenuti: uno dei paesi dell'Est, uno dei paesi dell'Ovest e un terzo dei paesi non-allineati. Che un prigioniero sia detenuto a New York, a Parigi, a Pechino, a Mosca, a Tunisi o a Conakry non ha nessunissima importanza per Amnesty International.

#### 3) *Internazionalismo*

Amnesty International è un movimento internazionale non solo perché è presente con più di mille gruppi in più di trenta paesi, non solo perché riconosciuto da molte organizzazioni interna-

Continua nella pagina seguente



Una delle due «corbeilles» della Borsa di Zurigo, attorno alla quale sono riuniti i rappresentanti delle banche, e i loro «aliti». All'interno siedono il commissario cantonale (per il controllo), il segretario che dirige le contrattazioni e registra i corsi nel listino ufficiale, come pure l'incaricato per la trasmissione televisiva dei corsi.

# Il carcere: una istituzione attuale ?

Continuazione dalla pagina precedente

zionali, non solo perché nessun gruppo nazionale di Amnesty International può patrocinare la causa di un proprio conazionale. Perciò la protesta verrà sempre dall'estero, sempre dal mondo intero.

#### 4) Azione personale

Amnesty non reclama in astratto l'applicazione della Dichiarazione univer-

sale dei diritti dell'uomo, ma lotta per la scarcerazione di persone ben definite, con un nome un cognome una professione, detenute in certe condizioni precise, in virtù di abusi precisi commessi da autorità conosciute in circostanze precise.

Suo scopo è:

aiutare concretamente coloro che sono incarcerati, torturati, esiliati a causa delle

loro opinioni. Lo scopo finale è quello di ottenere per essi l'amnistia in quanto essi sono ingiustamente ed illegalmente puniti. Infatti nessun governo ha il potere legale di perseguire le opinioni personali dei propri cittadini a meno di violare apertamente il diritto delle genti e la dichiarazione universale dei Diritti dell'Uomo.

Aiutare concretamente significa per Amnesty International:

- inviare lettere e aiuti materiali ai detenuti e ai loro familiari;
- inviare lettere di protesta alle autorità del paese che detiene il prigioniero patrocinato e alle rappresentanze consolari dell'estero;
- difendere il prigioniero durante il processo con l'invio di avvocati difensori;
- inviare durante i processi giuristi in qualità di osservatori;
- azione generale e sistematica d'informazione dell'opinione pubblica internazionale.

Nel gennaio 1974 è stato fondato il gruppo Ticino di Amnesty International al quale ci si può rivolgere scrivendo a « Amnesty International, Gruppo Ticino, casella postale 42, 6903 Lugano ».

Amorc

## Confronti tra Casse Raffeisen ticinesi

1964

1973

#### Le prime 10 Casse per numero di soci:

1. Sonvico	202	1. Mendrisio	466
2. Arogno	184	2. Coldrerio	423
3. Balerna	162	3. Arogno	306
4. Coldrerio	153	4. Balerna	276
5. Mendrisio	142	5. Sonvico	274
6. Novazzano	140	6. Novazzano	254
7. Stabio	131	7. Gordola	232
8. Rivera	128	8. Ligornetto	231
9. Canobbio	120	9. Olivone	227
10. Caslano	117	10. Stabio	226

#### Le prime 10 Casse per movimento generale:

1. Mendrisio	fr. 11'952'710.—	1. Mendrisio	fr. 63'010'793.—
2. Novazzano	fr. 11'150'254.—	2. Coldrerio	fr. 37'579'963.22
3. Coldrerio	fr. 7'574'134.—	3. Stabio	fr. 30'899'406.14
4. Balerna	fr. 7'344'573.—	4. Novazzano	fr. 26'940'072.06
5. Stabio	fr. 5'692'220.—	5. Balerna	fr. 25'057'121.05
6. Riva San Vitale	fr. 5'119'739.—	6. Morbio Inferiore	fr. 21'462'023.24
7. Contone	fr. 4'640'723.—	7. Camorino	fr. 19'354'148.47
8. Ligornetto	fr. 4'050'980.—	8. Lamone-Cadempino	fr. 18'150'850.21
9. Rivera	fr. 3'529'528.—	9. Riva San Vitale	fr. 17'998'152.53
10. Sonvico	fr. 3'447'371.—	10. Melano	fr. 15'350'576.55

#### Le prime 10 Casse per riserve:

1. Balerna	fr. 141'770.—	1. Stabio	fr. 472'842.78
2. Stabio	fr. 118'916.—	2. Balerna	fr. 434'908.10
3. Sonvico	fr. 104'964.—	3. Mendrisio	fr. 386'747.47
4. Rivera	fr. 75'042.—	4. Coldrerio	fr. 371'476.—
5. Novazzano	fr. 70'049.—	5. Morbio Inferiore	fr. 291'511.41
6. Morbio Inferiore	fr. 60'371.—	6. Novazzano	fr. 279'963.65
7. Cadro	fr. 58'000.—	7. Sonvico	fr. 253'551.90
8. Mendrisio	fr. 51'219.—	8. Camorino	fr. 239'672.05
9. Arogno	fr. 41'176.—	9. Rivera	fr. 208'740.32
10. Ligornetto	fr. 38'130.—	10. Cadro	fr. 207'562.40

#### Le prime 10 Casse per numero di libretti di deposito:

1. Arogno	615	1. Mendrisio	1'648
2. Coldrerio	525	2. Coldrerio	1'258
3. Balerna	499	3. Arogno	948
4. Sonvico	492	4. Balerna	891
5. Stabio	455	5. Stabio	833
6. Novazzano	438	6. Novazzano	783
7. Ligornetto	422	7. Sonvico	680
8. Rivera	406	8. Ligornetto	668
9. Mendrisio	403	9. Rivera	619
10. Camorino	324	10. Olivone	603

## L'aristocrazia

*A mezzanotte in punto, un vecchio ladro agnede ner castello abbandonato d'un principe romano decaduto: provò a rubbà, ma nun trovò che un quadro dove c'era dipinto un antenato vestito de velluto.  
E, sia pe' la paura o sia che je tremasse la cannela, je parse de vedè che la figura cercava de staccasse da la tela, e ar tempo stesso intese la voce der pupazzo che je chiese:  
— Che fa de bello l'aristocrazia?  
Dimme la verità, come se porta?  
Cià sempre li quattrini d'una vorta?  
Cià sempre la medesima arbaggia?  
— Gran migragna, eccellenza!  
— rispose er ladro co' 'na riverenza —  
L'ommini stanno ar verde, e le signore incroceno la razza ch'è un piacere!  
La duchessa è scappata cor tenore, la marchesa ha sposato un brigadiere...  
Però, in compenso, un principe romano, che v'è nipote, pijerà la tija d'un ricco salumaro americano che je paga li buffi de famija.  
Così je schiafferà tanto de stemma e tanto de corona su le saraghe e su li baccalà...  
— Lo chiameranno er principe der pesce!  
Che disonore! — disse l'antenato —  
Doppo che Dio lo sa come ho rubbato pe' faje un nome!... Quanto me rincresce!*

Trilussa

## Mercato monetario e dei capitali

Seguendo l'evoluzione internazionale, i saggi d'interesse a breve termine hanno segnato una diminuzione anche in Svizzera. La differenza tra il tasso per eurofranchi e eurodollari a tre mesi si è leggermente ridotta. Sul mercato delle divise, la quotazione del franco svizzero è continuata a crescere nei confronti del dollaro e delle principali monete europee. Conseguentemente, la rivalutazione del franco (5 maggio 1971 = 0) calcolata secondo le esportazioni verso i 15 principali partners commerciali, che a metà ottobre era del 25%, è passata, per metà novembre, al 36%.

La diminuzione dei tassi a breve termine sembra aver rafforzato la propensione a sottoscrivere ed a investire in obbligazioni. I nuovi prestiti pubblici svizzeri sono stati collocati con successo e il corso in borsa dei titoli a tasso fisso già quotati è stato generalmente sostenuto. Si può quindi parlare di un miglioramento sensibile di clima.

Per contro, le Borse valori svizzere non hanno registrato un capovolgimento della tendenza. La distensione palesatasi all'inizio di ottobre, in seguito alla diminuzione dei

saggi d'interesse a breve termine e all'annuncio di una liberazione degli averi minimi, è svanita a metà mese ed ha fatto posto ad una tendenza irregolare, nuovamente diretta verso il basso. Infatti, in novembre si è registrato un ulteriore cedimento. Gli investitori hanno assunto una posizione reticente in seguito alle informazioni relative alle difficoltà di talune imprese; la cifra d'affari è rimasta molto debole. L'indice delle azioni della Banca na-

zionale (grafico a pagina 122), che a metà ottobre era di 111,4 punti, è salito poco dopo a 116,5 punti e, a metà novembre, di nuovo sceso a 111,2 punti.

Nel settore a media scadenza, che non ha seguito l'evoluzione generale dei saggi d'interesse, è in corso un processo di adattamento. Si è in primo luogo avuto l'aumento, a partire dal 2 dicembre, del tasso per le obbligazioni di cassa. Il previsto rialzo, col nuovo anno, del tasso per i libretti di risparmio è però stato generalmente sospeso, in considerazione del veto posto dal sorvegliante dei prezzi per un aumento, all'inizio del 1975, del tasso per le vecchie partite ipotecarie.

## Ticino del « Buon tempo » Monete

«(Cento lire ticinesi (volg. del paese) si reputano pari a sessantaquattro di Francia. Sedici franchi svizzeri corrispondono a trentasette lire ticinesi.)

I Ticinesi conteggiano d'ordinario in *lire, soldi e denari del Cantone*: 6 lire sono pari a 5 di Milano, il che significa che la moneta ticinese è del 20 per cento più leggera della milanese, la quale attualmente non ha che un corso abusivo. Ne' pubblici conti si conteggia in *lire, soldi e denari di Milano o di cassa*. Nel Mendrisiotto è familiare l'uso del conteggio in moneta milanese. Nelle tariffe cantonali il *franco svizzero* è valutato come uguale a *lire due di cassa*, sebbene sia qualche cosa meno. Si contratta pure bene spesso in *scudi del paese* (moneta ideale) detti comunemente *terzoli*: uno di detti scudi nella regione ciscenerina fa lire 4,16: nella trans-cenerina, lire 5.

MONETE D'ORO. Il Cantone non ha moneta d'oro sua propria; vi si spendono le forestiere con molta facilità e in generale con forte *agio*. Il *sovran* ha corso (*abusivo*) per lire 48 di Milano, il *piccolo napoleone* (franchi 20) per 27,10, la *doppia di Genova* per 110: il *luigi d'oro* l'aveva testè per 32.

MONETE D'ARGENTO. Ci ha *pezzi di 4 franchi svizzeri* che sono in corso a lire 8 di Milano o sia di cassa, e ci ha le rispettiva *metà* (2 franchi) e i *quarti* (un franco). Sono stati conati nella zecca di Berna; il Cantone non avendo un tale stabilimento. Il titolo è quel federale (Concordato 14 luglio 1819). Il *napoleon d'argento* (fr. 5) si spende lire 6,15 di Milano (lire 8,2 del paese); il *crocione o scudo di Brabante*, comunemente 7,15; lo *scudo di Milano* lire 6 (del paese, 7,4).

MONETE EROSE O DI BIGLIONE E DI RAME. Ne abbiamo di nostre proprie e accettiamo quelle di molti paesi. I *pezzi da tre soldi cantonali* (soldi 2,6 di Milano), i *pezzi da mezzo franco* e da un *quarto di franco* sono di molta comodità. Vi sono inoltre i *pezzi da mezzo soldo* o *denari sei*, e da un *quattrino* o *tre denari*. Vi sono i *batz* e i *mezzi batz* di più Cantoni e i *plozerghi*; e vi sono monete piccole lombarde e piemontesi.»

(da «La Svizzera Italiana»  
di Stefano Franscini, pubblicato nel 1840)

## BUON UMORE



Durante la Rivoluzione Francese, un tale che abitava in un paesino vicino a Parigi incontrò un amico che veniva dalla capitale e gli chiese che cosa accadesse laggiù. «E' terribile» rispose l'amico di città «tagliano le teste a migliaia». «Per carità, le teste, no!» esclamò l'altro. «Io faccio il cappellaio».



Nell'odierna società dell'abbondanza, il consumatore, solitamente, non ha più bisogno di guardare al centesimo, nè di soppesare il pro ed il contro di ogni spesa; eppure, più spende liberamente e meno è indotto ad esercitare la propria libertà di scelta. Egli si lascia così andare alla MANIA DELLO SPENDERE, se non addirittura a quella dello SPANDERE, che è una delle malattie più pericolose, dato che in essa è insito, tra l'altro, il germe dello sfruttamento dei consumatori. Non lasciamoci guidare «ciecamente» (vedi vignetta) dalla seduzione pubblicitaria, ma comperiamo solo ciò che occorre e confrontando criticamente i prezzi!

### Messaggero Raiffeisen

<b>Editore</b>	Unione Svizzera delle Casse Raiffeisen Vadianstrasse 17, San Gallo
<b>Redazione</b>	Giacomo Pellandini
<b>Corrispondenza</b>	Messaggero Raiffeisen Casella postale 747 9001 San Gallo
<b>Telefono</b>	071 22 73 81
<b>Stampa</b>	Tipografia-Offset Gaggini-Bizzozero S.A. Lugano

# Il progetto di marketing di una Banca Raiffeisen

*Le ricerche di mercato (analisi riguardanti il settore di attività dell'impresa, le dimensioni aziendali, la struttura e competitività del mercato) sono parte del marketing che, nella sua definizione ufficiale, primitiva, consiste nella «razionalizzazione delle attività commerciali che dirigono il flusso delle merci e dei servizi dal produttore verso il consumatore». Schematizzando le relazioni intercorrenti tra impresa e mercato, l'impresa trasforma le informazioni raccolte in decisioni. Conseguentemente il marketing è l'insieme delle tecniche rivolte a questi processi conoscitivi e all'individuazione delle conseguenti azioni produttive e commerciali.*

*Nel piano di marketing elaborato dalla Banca Raiffeisen di Goldsbach Hösbach, nella Germania occidentale, i problemi aziendali sono affrontati in due momenti. Nel primo vengono presi in esame le misure per il miglioramento delle prestazioni bancarie. Nel secondo, dedicato alle misure concernenti la realizzazione di obiettivi di politica commerciale, vengono delineate alcune iniziative che hanno lo scopo di ampliare la sfera operativa della banca e di conferirle un carattere più dinamico e competitivo.*

*L'originale di questo articolo, che riproduciamo leggermente ridotto, è stato pubblicato dalla rivista «Bankbetriebliche Informationen».*

\* \* \*

In questo articolo ci proponiamo di illustrare il tentativo di avvalersi del marketing bancario, operato da una banca Raiffeisen e precisamente dalla banca di Goldsbach Hösbach. Il suo campo di attività abbraccia la parte periferica del territorio a nord-est della città di Aschaffenburg. In questa stessa sfera operano numerose agenzie di altri istituti bancari, mentre la Banca Raiffeisen dispone di 12 agenzie, due delle quali nella zona di Aschaffenburg (30 000 abitanti circa). Al 31 dicembre 1971 il numero dei soci raggiungeva le 8 400 unità e nel frattempo è salito a quota 9 800; inoltre, sempre alla stessa data, i conti di deposito dei clienti erano 38 000. Il personale impiegato — compresi gli apprendisti — non superava i 75 elementi e il totale del bilancio era di circa 80 milioni. La banca è aggregata alla Centrale Contabile delle cooperative bavaresi, che ha sede a Norimberga, per l'elaborazione e la registrazione della contabilità. Il ceto maggiormente rappresentato nella clientela della banca è costituito, a fronte del piccolo e medio settore commerciale e di un numero esiguo di agricoltori, da lavoratori dipendenti (operai, impiegati, funzionari) e da liberi professionisti. Particolarmente consistente è anche la rappresentanza del settore industriale, specie nel comparto dell'abbigliamento.

## Il problema

Naturalmente ogni azienda creditizia, e quindi anche la Banca Raiffeisen in questione, ha tutta una serie di problemi che vanno dalla ricerca di nuove forme di attività bancaria alla conoscenza della situazione del mercato, alla previsione del comportamento dei clienti o dei concorrenti. Finora però la Banca Raiffeisen non era in grado di risolvere questi problemi su base scientifica. Tramite l'utilizzazione di sistemi d'indagine, alcuni istituti di credito hanno invece potuto conseguire ottimi risultati per quanto concerne la corretta impostazione dei problemi di fondo cui si è fatto cenno. In Baviera il primo istituto ad avviarsi su questa strada è stata una banca regionale e i risultati positivi di tale iniziativa sono stati portati a conoscenza di altre banche, tra le quali la nostra.

Nel 1970 l'Associazione Raiffeisen Tedesca, la quale aveva promosso simili indagini, rendeva noti i risultati delle prime inchieste regionali. Quella relativa al Baden-Württemberg conteneva delle indicazioni davvero sorprendenti per la nostra cooperativa. Ciò spinse l'Associazione Raiffeisen della Baviera a condurre un'indagine sul gruppo «giovani»; le risposte non furono però incoraggianti e analogo risultato diede un'altra indagine, riferita all'intero territorio federale. Questi esiti negativi fecero emergere il problema del valore da attribuire ai giudizi espressi nelle interviste in merito alla validità del sistema cooperativo Raiffeisen. Si pensò di promuovere ricerche in un ambito molto ristretto, cioè a livello locale. A tale scopo fu elaborato un campionario di domande da utilizzare per ogni tipo di banca, e che, allo stesso tempo, consentisse l'inserimento di altre domande relative ai problemi peculiari ad ogni azienda creditizia.

La presidenza della nostra banca decise, nell'estate del 1971, di affidare l'incarico della ricerca all'Istituto per la Demoscopia di Allensbach. Al fine di rendere l'indagine meglio rappresentativa, il numero delle interviste programmate fu elevato da 400 a 600 e inoltre l'inchiesta fu svolta in quattro agenzie a differente struttura economica: da quella di Aschaffenburg a carattere urbano, a quella di Laufach prettamente rurale. Vennero effettuate distinzioni secondo il sesso, l'età degli intervistati (suddivisi in tre gruppi: dai 16 ai 30 anni, dai 31 ai 45, dai 46 ai 65) e inoltre secondo lo stato sociale, il reddito familiare, l'educazione scolastica, la professione, eccetera.

## Struttura dell'inchiesta

L'inchiesta è stata strutturata in modo tale da rendere possibili dei confronti con altri istituti creditizi: vi erano espressamente richiamate la Cassa di Risparmio, la Banca di Cambio e delle Ipoteche della Baviera e la

Banca Unionista Bavarese. Le domande specifiche per la nostra banca (5 ne sono previste nell'elenco fornito dall'Associazione Raiffeisen Tedesca) vertevano sui punti seguenti:

- settore immobiliare
- servizio informativo dei clienti
- servizio turistico
- visite a domicilio
- suggerimenti.

Questi problemi venivano ulteriormente analizzati in dettaglio, sicché dalle risposte poté emergere una gran quantità di informazioni.

## Sorprese nella valutazione dei dati

Al momento della valutazione dei dati ci furono molte sorprese, a cominciare dagli indici riguardanti la quota di mercato nell'ambito di ciascuna agenzia che oscillavano tra la punta massima del 55 per cento e la minima del 22 per cento; credevamo invece che in alcune agenzie la quota di mercato fosse decisamente più alta. Si poté constatare inoltre che la concorrenza aveva avuto una ripresa notevole in alcune zone, mentre nel settore urbano si registrava una espansione crescente della quota di mercato. E mentre l'inchiesta ci confermava un dato di fondamentale importanza e cioè che, per il successo di un'agenzia, è determinante la personalità del direttore, la sua preparazione e l'esperienza tecnica, ci forniva un'ulteriore osservazione critica: nei conti-stipendio la concorrenza esercita un peso decisivo. E' risultato infatti che il 22 per cento di tutti i clienti delle casse di risparmio e il 27 per cento dei clienti delle banche regionali hanno aperto presso questi istituti il proprio conto-stipendio su consiglio della loro azienda.

Un'indicazione che emerge dall'inchiesta riguarda la maggior stabilità dei nostri clienti: da noi solo il 7 per cento sarebbero disposti a cambiare il loro conto in banca, mentre la percentuale sale al 13-16 per cento presso le altre banche.

Risulta inoltre che l'iniziativa della negoziazione di immobili a mezzo della banca e l'altra riguardante il servizio turistico hanno incontrato vasto consenso da parte di clienti e non clienti del nostro campo di attività.

Per quanto riguarda le visite domiciliari si è potuto constatare che esse riescono gradite ai 2/3 circa dei nostri clienti. Quel che più meraviglia è che sono stati i giovani a richiedere una più frequente esplicitazione di questo servizio.

Un altro punto in cui abbiamo riportato un successo maggiore rispetto alle banche regionali è costituito dall'orario di apertura per il pubblico. Infatti più del 50 per cento degli intervistati avevano espresso il desiderio che, la sera, rimanesse aperto uno sportello un giorno la settimana per poter sbrigare gli affari. La Banca Raiffeisen soddisfa in pieno a questa esigenza poiché ha protratto l'orario di circa un'ora al giorno e la sera del lunedì e del venerdì resta a disposizione dei clienti fino alle 18.00. Si attendevano con una certa curiosità le

risposte relative al tipo di impiegati, dato che in una nostra agenzia alcuni collaboratori-capelloni ci avevano procurato grosse difficoltà. Ebbene fu sorprendente registrare che solo una minima percentuale dei clienti dimostrò di disapprovare quel «tipo» di impiegati. Ciò costituisce, a nostro parere, una conferma dell'assuefazione verso queste forme di comportamento sociale.

Anche per quanto concerne l'assetto strutturale dei locali della banca, grazie alla politica di ammodernamento perseguita sistematicamente durante gli ultimi 8 anni, le risposte dell'inchiesta ci hanno consentito di registrare un successo più marcato rispetto ai nostri concorrenti. Un caso interessante è rappresentato invece da una nostra agenzia che era stata ristrutturata nel 1964: gli intervistati che si trovavano nell'ambito operativo di questa ci accusarono di non salvaguardare la riservatezza dei colloqui e il segreto bancario. E in effetti durante questi ultimi tempi, dopo le rivelazioni dell'inchiesta, abbiamo dovuto constatare che il campo di attività di tale agenzia ha subito la più alta perdita della quota di mercato. La ragione del fenomeno consisteva in un fattore assai marginale e cioè nella disposizione poco felice delle attrezzature della banca. Proprio davanti all'entrata, infatti, il banco era talmente affollato che si formavano file di clienti i quali, nonostante fossero state approntate delle strutture divisorie mediante composizioni di fiori, ecc., si mostravano restii a girare attorno all'angolo e farsi servire dall'altro lato. Da questo stato di cose si diffuse tra i clienti la spiacevole sensazione che, potendo ognuno vedere al di sopra delle spalle di chi gli stava dinanzi, il segreto bancario e la riservatezza dei colloqui fossero compromessi. Pertanto una parte di essi finirono per abbandonarci. Questa spiacevole conseguenza, che evidenzia come da fattori talora irrilevanti possano dipendere le variazioni della quota di mercato, ci indusse ad apportare le necessarie modifiche ai locali della banca.

## Il piano di marketing

L'utilità riscontrata in questo esperimento ha costituito la spinta a varare altre iniziative aventi lo scopo di approfondire le ricerche e prospettare le soluzioni ai problemi riguardanti la nostra banca.

Come primo obiettivo ci prefiggemmo l'elaborazione di un piano di marketing. A tal fine venne costituito un gruppo di lavoro, di cui facevano parte, accanto ad un consulente, due esperti direttori di agenzia, il direttore dell'ufficio pubblicitario, il direttore del servizio interno, il revisore interno e il dirigente del settore del credito. Iniziati nel dicembre 1971, i lavori sono stati portati a termine alla fine del marzo 1972 con la redazione di un rapporto di 40 pagine dattiloscritte.

Il piano, impostato secondo una strategia di tempi successivi, si articola in due grandi parti:

- a) misure per il miglioramento delle prestazioni bancarie e dell'assetto strutturale esterno dei servizi;

- b) misure per la realizzazione degli obiettivi di politica commerciale.

Iniziando dalle misure del gruppo a), l'attuazione delle quali rappresenta la premessa indispensabile per conseguire gli obiettivi indicati al punto b), ci si propone qui di illustrare i problemi che esse comportano sul piano concreto.

### Problema n. 1: *valorizzazione del personale*

Nella fase d'indagine espletata dal «gruppo di lavoro per il marketing», era emerso, dai colloqui con i collaboratori della banca, un certo complesso d'inferiorità di questi nei confronti degli altri impiegati nello stesso settore e che si dimostrava soprattutto nella riluttanza a dichiarare di operare per il movimento Raiffeisen. Questo fatto, sulla base anche di indici riguardanti il basso livello d'informazione degli stessi impiegati sul significato e l'importanza del metodo cooperativo, fu collegato alla mancanza nel nostro personale della coscienza del proprio lavoro e dell'orgoglio per la propria banca. Pertanto le misure previste dal «piano» puntano alla valorizzazione dei nostri collaboratori, sia fornendo loro le necessarie informazioni sul significato delle banche Raiffeisen nell'intero settore del credito, sulla importanza del sistema cooperativo e sui modi nei quali esso si esplica nel territorio federale e in Europa, sia promuovendo una maggiore specializzazione in rami determinati con rilascio, al termine del ciclo di studi, dell'attestato di qualifica — «consulente in

materia creditizia», «consulente per i clienti» e simili — di cui gli impiegati possono giovare nei biglietti di presentazione. Nel prossimo futuro è prevista perfino una gara basata sul buon comportamento dei dipendenti. La banca esporrà un programma che sintetizza tutte le sue prestazioni nello slogan: «la banca vi offre la più completa assistenza con la massima cortesia».

### Problema n. 2: *spirito moderno e dinamico dei collaboratori*

Le statistiche hanno rivelato che, in confronto alle aziende di credito operanti nella nostra zona, disponiamo di un personale molto giovane la cui età media è di 23 anni. Il «piano» mira pertanto a sfruttare la posizione di vantaggio che abbiamo sui nostri concorrenti, facendo leva principalmente sui fattori di dinamismo e di modernità che contraddistinguono l'attività della banca. E così nel pubblicizzare i suoi diversi servizi si mette in risalto il fatto che sono svolti da dipendenti giovani, con spirito aperto e dinamico; inoltre si tende a conferire una forma agile e spigliata anche agli stampati, moduli e documenti di banca.

### Problema n. 3: *correttezza professionale*

Per quanto si riferisce al «lato umano» dei dipendenti, il «piano» mette in evidenza una serie di carenze soprattutto nel comportamento da tenere con il pubblico, nella opinione sul cliente, nella applicazione di un'efficace tecnica di consulenza, nell'esercizio ad un proficuo lavoro di gruppo, nel

---

## Il sistema bancario nell'India antica

In lontani tempi, i contadini indiani, per quanto analfabeti, avevano un proprio sistema bancario.

I mezzi di comunicazione tra i villaggi non erano facili; sovente non esisteva che una semplice pista ai piedi delle montagne e attraverso le foreste, infestate da serpenti, animali selvaggi e anche da briganti.

La moneta consisteva allora in pezzi d'oro e d'argento, che nessuno però si sarebbe azzardato a portare con sé, per tema d'essere derubato, magari massacrato a scopo di rapina. Lasciare il proprio villaggio, anche per affari, era considerato, ad un tempo, come una sfida ed una disgrazia. Venne allora ideato un mezzo per aiutare coloro che dovevano assentarsi per affari: dei messaggi su foglie di palma, indirizzati da un uomo ricco del villaggio ad una persona facoltosa, nella stessa posizione, di un altro villaggio. Tali «biglietti», prevedevano pure il vitto, una protezione o un aiuto finanziario, fino ad un limite preciso, a favore del portatore, il cui nome e le cui referenze erano pure indicati sulla foglia, ai fini d'identificazione.

La menzione del nutrimento e del ricovero per la notte su questi «assegni» si giustificava per il fatto che questi uomini non avrebbero accettato cibo dalle mani di perso-

ne sconosciute, per timore di essere avvelenati.

Non esisteva, inoltre, alcuna possibilità di ospitalità, anche nelle città; la vendita di cibo era considerata come un peccato mortale. Così i viandanti erano obbligati a cibarsi unicamente presso persone di loro conoscenza. La maggior parte dei pasti dati in contropartita delle foglie di palma erano tuttavia gratuiti, dato che le famiglie ricche seguivano il precetto di aiutare i viaggiatori bisognosi.

A quell'epoca tutto quello che i viandanti potevano fare era di stendersi sul pavimento, nella veranda di qualche casa del villaggio, sia per la notte, sia per una siesta pomeridiana. Gli abitanti non ponevano domanda alcuna.

In occasione di un raduno annuale dei ricchi possidenti — accompagnati da un seguito di servitori e di guardie del corpo — le foglie di palma venivano scambiate ed i conti pareggiati.

Successivamente, le foglie di palma furono sostituite dalla carta allorché questa divenne di uso corrente. Tale sistema bancario primitivo è comunque proseguito fino a poco tempo fa. Funziona d'altronde ancora in qualche villaggio remoto, nell'interno dell'India.



modo di rispondere al telefono o per corrispondenza, specie nei casi di reclami o proteste, e, infine, nel grado di sensibilizzazione verso i rapporti che intercorrono tra «pubblicità» e «vendita».

Come soluzioni a questo insieme di problemi il «piano» suggerisce la costituzione di seminari giornalieri come «training» nel comparto «vendita» e di seminari specifici per tutti i direttori di agenzia e il personale dirigente sul tema: «come accrescere il livello di redditività dei collaboratori», con particolare riguardo alle norme del comportamento della persona.

#### Problema n. 4: *preparazione tecnica*

Dall'inchiesta e dalle riunioni di lavoro è risultato che sia il personale dirigente, sia gli altri dipendenti presentano delle lacune nella loro preparazione tecnico-professionale. Poiché uno dei principali scopi di un piano-marketing consiste appunto nell'eliminare questa carenza, nel nostro caso sono previste le seguenti misure:

- a. elaborazione da parte di ciascun dipendente di una scheda relativa alle proprie lacune
- b. un periodo di addestramento e di «training» individuale tramite contatti privati
- c. un periodo di addestramento in gruppo per tutti i dipendenti.

#### Problema n. 5: *ambiente moderno e confortevole*

Il piano, nel rilevare lo stato soddisfacente dei locali e delle attrezzature della banca, prevede una serie di modifiche di alcune strutture che dovranno essere studiate e progettate dai componenti il «gruppo di lavoro per il marketing», con la consulenza di un esperto. In particolare si propone di creare: un isolamento acustico dei locali per permettere una certa riservatezza, un ambiente più accogliente, grazie, ad esempio, ad artistiche disposizioni di fiori, alla presenza di poltrone, di comodi divani, ecc.

#### Problema n. 6: *coordinamento nella attività commerciale*

Per quanto riguarda il settore commerciale, l'inchiesta Allensbach registrava l'esistenza di esigenze e indirizzi differenti tra le varie agenzie della banca. Nel «piano» si propone pertanto un'azione di coordinamento da perseguire tramite discussioni pomeridiane presso le agenzie con particolare riguardo ai seguenti temi:

- a. esigenze espresse dal direttore dell'agenzia
- b. qualificazione tecnica dei collaboratori dell'agenzia
- c. miglioramento della capacità di «vendita» del personale
- d. collaborazione con la sede centrale
- e. iniziative pubblicitarie nell'area di operazione dell'agenzia
- f. perfezionamento dell'assistenza ai clienti.

Tenendo presenti le indicazioni che emergono dalle discussioni, si stende un programma specifico ad ogni agenzia, il quale poi diventerà parte integrante del piano di marketing.

#### Problema n. 7: *pubblicità capillare e penetrante*

Poiché l'ausilio di un indirizzario risulta oggi indispensabile per svolgere un tipo di pubblicità moderna e persuasiva, nel piano di marketing è prevista la formazione di uno schedario dei clienti e uno dei non clienti. Si tratta di un compito a lunga scadenza, che richiede tra l'altro un continuo aggiornamento. Per la raccolta degli elementi necessari, da farsi nell'ambito di ciascuna agenzia, si può ricorrere agli indirizzi dei conti-clienti, e, per i non clienti, agli indirizzi contenuti in elenchi telefonici, guide generali, eccetera.

#### Azione n. 1: *accoglienza con cortesia*

Dall'inchiesta-Allensbach era emerso che la banca di Golsbach Hösbach esplica una gamma di servizi più ampia di quella delle altre banche operanti in Baviera, che l'assistenza prestata ai clienti è più efficiente e dinamica, e inoltre che i suoi locali sono giudicati maggiormente accoglienti. Al fine di mantenere e consolidare tali risultati positivi, l'azione n. 1, per la quale si richiede una specifica preparazione del personale che dovrà spiegarla, articolata in due parti, mira a destare la simpatia e l'attenzione di differenti categorie di clienti.

Nella prima parte, che va sotto il titolo: «noi vorremmo farlo per voi in modo ancora più confortevole», ci si rivolge principalmente alle casalinghe e ai lavoratori con un reddito basso o medio. E' importante offrire a questo tipo di clientela le coordinate relative alle distanze dall'agenzia, all'orario migliore per l'espletamento dei servizi bancari, alle forme e al tipo di assistenza prestata dagli impiegati, ecc.

#### Azione n. 2: *sensibilizzare i giovani in età scolastica ai problemi del risparmio e del metodo cooperativo*

E' documentato dall'inchiesta-Allensbach che un'alta percentuale dei giovani dai 16 ai 20 anni non dispongono di un proprio conto in banca.

Una delle possibili cause di questo fenomeno dev'essere ricercata nella mancanza di penetrazione all'interno della scuola, sia tra gli insegnanti che tra gli allievi, da parte del nostro movimento cooperativo. Anche in considerazione dell'influenza positiva che i giovani studenti, specialmente quelli appartenenti alle classi più elevate, possono esercitare sui loro genitori, si ritiene opportuno intervenire nell'ambito della scuola mediante la creazione, in collaborazione con il corpo insegnante, di strumenti didattici — ad esempio films illustrativi sul valore e sulla funzione del denaro, ecc. — adeguati ai livelli intellettuali degli allievi. Un'altra iniziativa prevista sarebbe quella della costituzione da parte della banca Raiffeisen, sempre con la collaborazione degli insegnanti, di un «club di investimento del denaro», il quale dovrebbe indirizzare i giovani soci verso moderne forme di risparmio, tramite discussioni su questi temi. Infine, allo scopo di stabilire un primo approccio con la classe dei più giovani, si dispone la diffusione di un opuscolo informativo dal titolo: «Consigli ai giovani per utilizzare bene il denaro».

#### Azione n. 3: *instaurare rapporti finanziari con il ceto impiegatizio e dei liberi professionisti ad alto reddito*

Poiché dall'inchiesta-Allensbach risultava che la categoria dei lavoratori aventi un alto reddito esegue operazioni bancarie di una certa consistenza preferibilmente con altre banche, siamo stati spinti a cercare le ragioni di questa «incomprensione» e i rimedi per ovviarla.

Tale azione si propone appunto di suggerire le forme per intensificare l'attività della banca con impiegati dirigenti, funzionari e liberi professionisti. Concretamente verrà predisposto un programma, nel quale saranno studiati e formulati vari tipi di prestazioni bancarie richieste da tali categorie di clienti. Per il momento il «gruppo di lavoro per il marketing» ha concluso la fase di indagini riguardante le esigenze finanziarie di questi gruppi sociali ed ha accertato che essi sono interessati a:

- a. ogni possibile forma di risparmio e di assicurazione
- b. forme di credito particolari (pur essendo facoltosi, essi non dispongono di liquidità sufficiente)
- c. servizio turistico adeguato (in conseguenza del più lungo periodo di ferie di cui godono rispetto ad altre categorie).

Per quanto riguarda le «Public Relations» è in programma un dibattito, al quale dovranno partecipare un rappresentante della categoria, uno dei sindacati, un imprenditore e, come moderatore, un noto personaggio della TV, sul tema: «Il ruolo dell'impiegato-dirigente nella nostra società».

#### Azione n. 4: *operazioni «giovani famiglie» e «abitare moderno»*

La Banca Raiffeisen intende attirare nella propria orbita le famiglie più giovani, e a tal proposito ha elaborato un'operazione chiamata «giovani famiglie», che sarà strutturata dettagliatamente negli anni a venire; per il momento, al fine di soddisfare alle esigenze dei nuovi nuclei familiari, è prevista la creazione di una particolare forma di credito: il credito-shopping.

Inoltre è in programma un'operazione congiunta tra la banca, una società di imprenditori edili che nel frattempo la banca stessa si preoccuperà di costituire, la Società edile-Raiffeisen Aschaffenburg srl, e i clienti, al fine di realizzare il piano edilizio già progettato da detta società. L'iniziativa che prende il nome «abitare in locali moderni è vivere in modo moderno» ha l'obiettivo di:

- a. offrire un'immagine dinamica della banca
- b. promuovere contatti con le nuove famiglie
- c. incrementare le relazioni economiche con il resto del paese
- d. promuovere l'acquisizione di abitazioni e provvedere al finanziamento
- e. incentivare l'erogazione dei crediti per gli acquisti e gli investimenti.

L'insieme delle iniziative suggerite necessita tuttavia di un ulteriore momento di elaborazione e di specificazione.

RICHARD MEIER

# Raiffeisen in Italia

## I — Origini e sviluppo del movimento

Le casse rurali sorsero e cominciarono a diffondersi in Italia nell'ultimo ventennio del XIX secolo, sull'esempio delle analoghe istituzioni che F.W. Raiffeisen aveva ideato e poi — a partire dal 1864 — validamente sperimentato in Germania come efficace strumento per fronteggiare il fabbisogno di credito dei piccoli agricoltori e per sottrarre questi alle morsa dell'usura, educandoli nel contempo alla solidarietà ed alla cooperazione.

La prima cassa rurale fu fondata a Loreggia, in provincia di Padova, nel 1883, per iniziativa di Leone Wollemborg, che divenne in seguito senatore e ministro delle finanze; ma l'impulso maggiore alla diffusione del credito cooperativo nelle campagne si deve all'opera convinta ed assidua di un sacerdote, don Luigi Cerutti, che fu ben presto imitato da molti parroci dei piccoli centri rurali. Contribuì notevolmente allo sviluppo del movimento l'Enciclica «Rerum Novarum» pubblicata da Leone XIII il 15 maggio 1891, che venne definita la «magna charta» delle rivendicazioni del proletariato e che dette un indirizzo religioso alla questione sociale.

In pochi anni le casse rurali si moltiplicarono numericamente: nel 1897 ne esistevano già 904. La maggiore densità numerica si registrava nel Veneto; seguivano, poi, le altre regioni dell'Italia settentrionale, quindi le regioni centrali ed, infine, le regioni dell'Italia meridionale ed insulare. Nel 1914, l'anno precedente l'entrata in guerra della Italia, le casse erano salite a 2279, distribuite geograficamente nel seguente modo: Italia settentrionale 1217, centrale 279, meridionale 254 ed isole 529 (in Sicilia il movimento aveva nel frattempo denotato un forte sviluppo). La minore diffusione nelle regioni centro-meridionali si spiegava in parte con ragioni ambientali, sia naturali che sociali, ed in parte con il fatto che nell'Italia meridionale erano sorte altre istituzioni di credito agrario, che avevano funzioni di organi intermediari degli enti speciali legalmente riconosciuti, i quali — però — non avevano veste cooperativa, né raccoglievano depositi.

Si erano intanto venuti costituendo i primi organismi federativi del movimento: nel 1905 fu costituita la Federazione italiana delle casse rurali, che però solo dal 1915 cominciò a svolgere in pieno la sua attività. Tale istituto promosse a sua volta la formazione delle federazioni locali, che nel 1918 risultavano in numero di 50.

La fine della guerra ebbe una influenza positiva sull'espansione cooperativa delle casse rurali e nel 1922 fu raggiunta la punta massima di diffusione: in quell'anno le casse rurali operanti in Italia erano 3540.

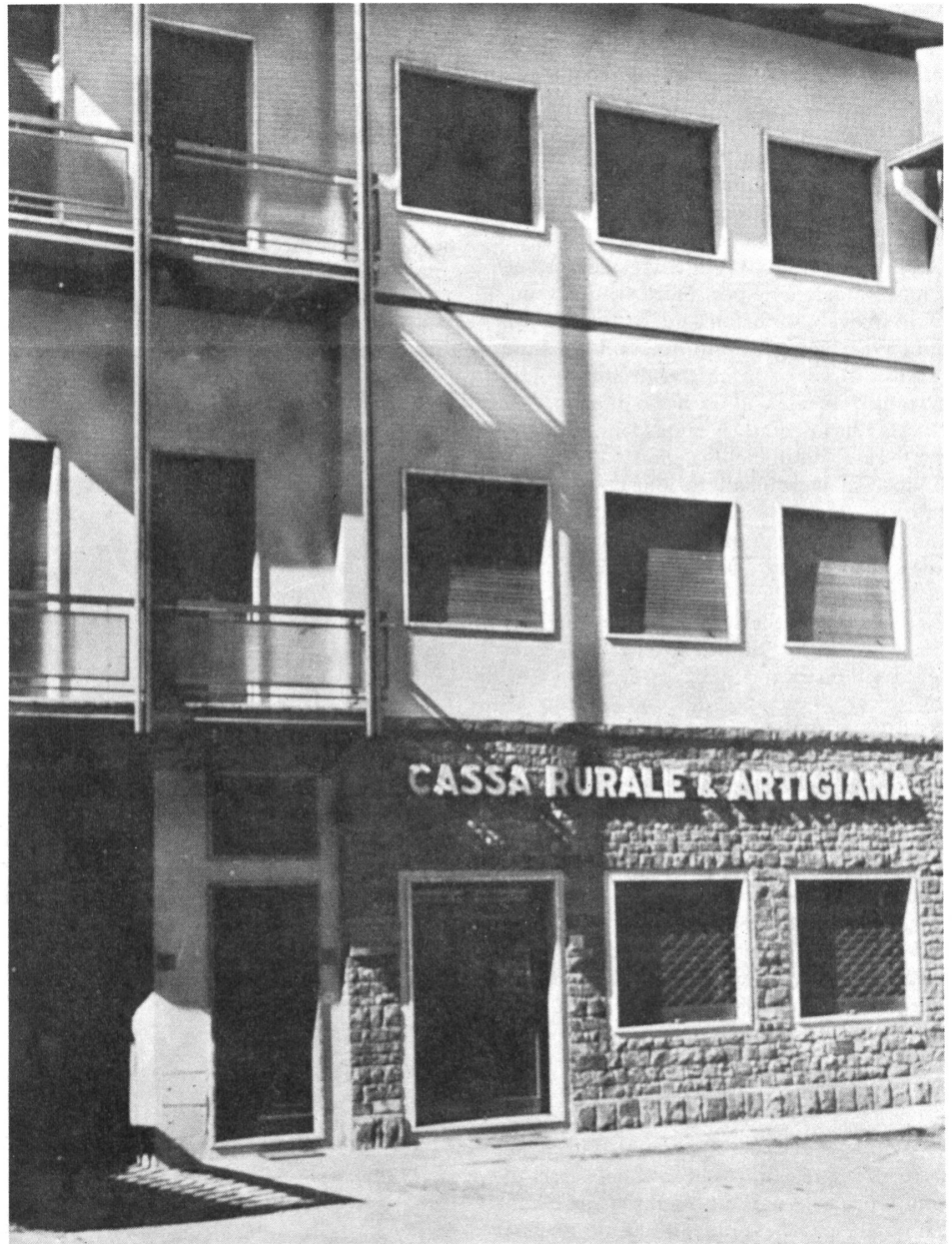
Negli anni successivi, sino alla fine della seconda guerra mondiale, mentre andava progressivamente formandosi una disciplina legislativa tendente a regolamentare l'orga-

nizzazione ed il funzionamento delle casse rurali, queste ultime registrarono un continuo regresso dal punto di vista numerico (nel 1947 le casse «sopravvissute» erano poco più di 800).

Le cause che nel periodo indicato — e cioè tra il 1922 ed il 1945 — hanno determinato la scomparsa di tante casse rurali sono di carattere politico e di carattere organizzativo bancario. Le autorità politiche del tempo vollero ravvisare nelle casse rurali una manifestazione del partito popolare e quindi adottarono nei loro confronti un atteggiamento tutt'altro che favorevole. Inoltre le disposizioni in materia di credito emanate dal governo italiano dal 1926 al 1936 portarono alla «riforma bancaria», con la conseguenza di concentrare il credito in

pochi e potenti istituti ed in tal modo le piccole banche vennero sacrificate alle grandi, mediante fusioni ed incorporazioni, spesso promosse d'autorità. Vittime di questa politica orientata verso la concentrazione, o monopolizzazione creditizia, furono specialmente le casse rurali.

Sempre in quegli anni si provvide a dettare una nuova disciplina normativa sulle casse rurali. Con R.D.L. del 19 novembre 1936, n. 2122, venne anzitutto creato l'Ente nazionale delle Casse rurali agrarie ed Enti ausiliari, fra i cui compiti principali figuravano quelli di curare l'assistenza tecnica delle associate e di contribuire al miglioramento ed incremento delle aziende stesse. Il 26 agosto 1937 veniva poi approvato — con R.D. n. 1706 — un Testo Unico sulle norme delle casse rurali, con il quale si disponevano nuovi criteri di disciplina delle casse che, tra l'altro, non erano più definite come «società cooperative aventi per principale oggetto l'esercizio del credito agrario», ma come società cooperative aventi per principale oggetto «l'esercizio del credito a favore di agricoltori e del credito a favore di artigia-



La sede di una cassa rurale italiana: quella di Signa, a pochi km. da Firenze. Lo stabile, oltre alla sala delle operazioni, gli uffici e gli archivi, ospita una bella sala per le assemblee generali.

ni, congiuntamente e disgiuntamente»: con questa legge le casse rurali furono inquadrare nel sistema bancario.

In seguito con il D.P.R. del 18 luglio 1949, n. 492, si provvedeva a modificare e perfezionare lo statuto dell'Ente nazionale delle casse rurali agrarie ed enti ausiliari, al fine di tutelare più efficacemente gli interessi e promuovere lo sviluppo della categoria. Il 27 aprile 1950 fu poi ricostituita la Federazione italiana delle casse rurali ed artigiane, alla quale vennero affidate funzioni di rappresentanza, di propaganda e di studio. La Federazione entrò a far parte della Confederazione Cooperative Italiane, insieme a tutte le altre federazioni cooperative. Nel 1955, infine, con la legge n. 707 del 4 agosto, furono apportate significative modifiche al

T.U. del 1937; la legge suddetta, pur lasciando invariata la precedente struttura giuridica delle casse rurali ed artigiane, tuttavia dettava norme che valevano a potenziare la base patrimoniale delle casse, a consentire l'estensione della loro compagine sociale e — in particolare — a conferire più ampio respiro alla loro attività.

Nei cinque anni che seguirono questo importante provvedimento legislativo, le casse rurali poterono registrare un discreto sviluppo operativo: nel 1960 le 750 casse esistenti amministravano 110 miliardi di depositi, contro i 20 miliardi del 1950. Nonostante tali progressi, però, molte energie venivano disperse dal movimento a causa di talune iniziative con tendenze centrifughe, promosse in sede regionale.

tanto che al 31.12.1973 essa consistenza incideva per il 17,7 per cento sulla provvista totale.

La massa fiduciaria in senso stretto, è salita a tassi eccezionali per cui è passata a rappresentare il 2,15 per cento del risparmio nazionale affluito alle banche, quando alla fine del 1963 era appena dell'1,37 per cento.

Così anche la dimensione economica di ogni sportello di cassa rurale è cresciuta sensibilmente: la raccolta dei depositi di ciascuna dipendenza di cassa rurale era 10 anni fa di 281 milioni ed oggi (1973) è addirittura di 1 732; ne consegue che mentre allora per ogni lira raccolta da un punto creditizio di cassa rurale, quelli delle altre banche ordinarie italiane ne ricevevano 6,3 nel recente anno il rapporto si è dimezzato (3,8).

## II — Lo Stato attuale del movimento

### a. La diffusione delle casse rurali

I più recenti dati disponibili mostrano per le casse rurali un numero pari a 651 unità alla data del 31.12.1973 e la loro incidenza sul sistema delle aziende di credito italiane è uguale a 59,1 per cento (in Italia a quella data vi erano 1102 aziende in esercizio).

Nel decennio 1964/1973 la categoria ha avuto una movimentazione in senso decrescente: nel periodo sono state cancellate dall'albo delle aziende di credito 163 casse rurali per vari motivi (liquidazione, fusione e incorporazione) e per contro sono avvenute 59 nuove costituzioni, quasi tutte nei tre anni 1964/1966 poiché in quest'ultimo anno fu posto il veto alla nascita di qualsivoglia azienda di credito sul territorio italiano.

Questa disposizione è stata tolta soltanto per le casse rurali, nel maggio 1971.

Il processo di razionalizzazione che ha investito oltre le casse rurali ogni altra categoria bancaria italiana si è verificato in concomitanza con quello dell'ampliamento della rete degli sportelli.

Al proposito le casse rurali avevano alla fine del 1973, 879 dipendenze pari al 7,8 per cento dell'intera rete italiana (11 276 in totale).

Dal 1964 al 1973 la categoria cooperativa ha segnato un complessivo aumento di 89 sportelli e le altre banche di 1234.

Lo sviluppo a forbice tra unità aziendale e loro filiali ha comportato ovviamente un aumento della dimensione territoriale media delle casse rurali ed infatti essa è salita da 1,05 sportelli per cassa al 1964, a 1,35 alla fine del 1973. Questa crescita del rapporto sportelli/casse rurali significa un incremento dimensionale pari al 30 per cento nel decennio considerato.

### b. I mezzi delle casse rurali

Lo sviluppo dei mezzi amministrati dalle casse rurali registra continuamente tassi di gran lunga superiori a tutto il sistema creditizio italiano. Ad esempio, il recente 1973 ha visto un aumento del 27,1 per cento contro il 22 per cento delle altre banche.

Questo ha fatto modo che la consistenza assoluta passasse via via dai 233 miliardi di 10 anni fa a ben 1578 della fine del 1973.

La composizione della provvista delle casse rurali vede inoltre una preminenza pressoché assoluta dei depositi fiduciari (essi rappresentano il 95,5 per cento dei mezzi a disposizione con un importo di 1522 miliardi). Minore rilevanza hanno le altre forme come i crediti ricevuti dalle autorità monetarie ed il patrimonio. Nulla è invece la consistenza della raccolta all'estero, in quanto alle casse tali operazioni sono vietate per legge, mentre per il sistema bancario italiano ha importanza crescente negli anni

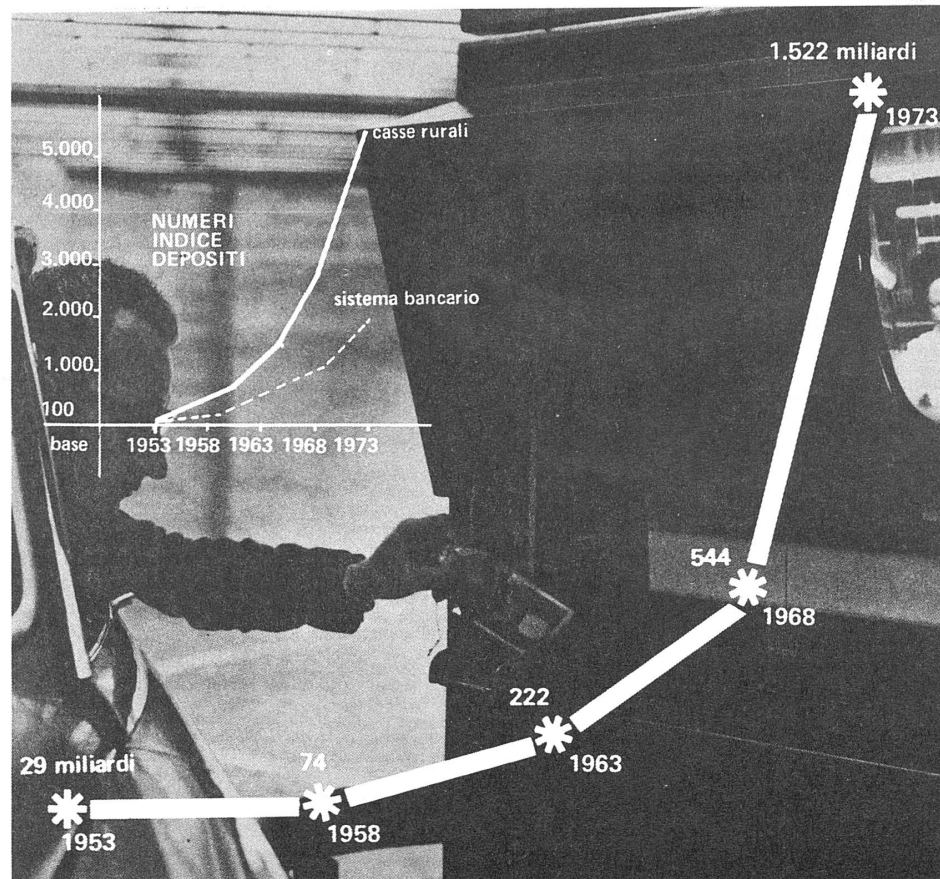
### c. L'attività creditizia delle casse rurali

Le riserve libere delle casse rurali al 31 dicembre 1973 sono ammontate a 1 293 miliardi di lire.

Le tre forme principali di utilizzo delle riserve delle casse rurali sono: disponibilità presso altre banche, proprietà di valori mobiliari e impiego vero e proprio a soci e clienti.

Gli ultimi dati mostrano la seguente distribuzione relativa: 34,3 per cento di disponibilità, 17,6 per cento di titoli di proprietà non a riserva obbligatoria ed il rimanente 48,2 per cento erogato alla clientela. Le consistenze sono rispettivamente 443, 227 e 623 miliardi di lire.

Per quanto riguarda i mezzi depositati a vista presso altre banche è da rilevare che il tasso globale di crescita è stato negli ultimi



I depositi presso le Casse Rurali in Italia.

anni di gran lunga superiore a quello delle altre banche italiane: eccezionale nel 1971 e 1972 (oltre il 40 per cento), è sceso però al 20,1 per cento nel recente esercizio quando le casse hanno usufruito di migliori e più redditizie possibilità di impiego quali la congiuntura italiana ha loro offerto.

Lo sviluppo di questa forma oltre a derivare dal generale allargamento del mercato della lira interbancaria, è dovuto essenzialmente alla presenza sempre più importante dell'Istituto centrale delle casse rurali (ICCREA). Invero, parte vieppiù crescente di riserve libere delle casse rurali con scarse possibilità di investimento, è affluita presso l'ICCREA: alla fine del 1969 questa amministrava il 34 per cento di quelle disponibilità, al dicembre 1973 si è arrivato al 42,8 per cento. La punta massima fu registrata tuttavia nel 1972 con il 54,6 per cento.

Per i titoli obbligazionari si ha che o per libera decisione di investimento o per obbligo di riserva, essi hanno avuto una consistenza nel recente esercizio pari a 484 miliardi con un incremento del 22,5 per cento nell'anno. La quota di questi dovuta a riserva è salita negli anni dal 12,5 rapportato alla massa fiduciaria del 1963, quando la maggior parte delle casse era a responsabilità illimitata, al 16,9 per cento del 1973, dopo che molte di esse si erano trasformate in cooperative a responsabilità limitata. Ciò per la diversa disciplina delle riserve: le casse rurali a responsabilità illimitata devono investire in titoli almeno il 10 per cento della massa fiduciaria le altre invece almeno il 20 per cento.

Infine l'attività creditizia in senso stretto (sconto di portafoglio, c/c attivi e mutui) è cresciuta nel 1973 di ben il 36,3 per cento contro una media del 17 per cento circa nel decennio.

Ciò denota un notevole recupero creditizio della categoria nei confronti del restante sistema creditizio italiano che infatti ha avuto un tasso di 19,1 per cento appena.

Tuttavia le casse rurali, come si inferisce dalla situazione illustrata, rimangono in uno stato di alta liquidità. Tale caratteristica

è il risultato di diverse cause di fondo concernenti e la piccola dimensione aziendale (la cui bassa movimentazione operativa richiede alti livelli di libere disponibilità), e la ristretta estensione delle aree di competenza con i connotati economico-sociali di queste ed infine la piccola gamma di operazioni creditizie che la legge permette loro. Nei fatti il rapporto di liquidità impieghi-

depositi dimostra ampiamente tali carenze: quasi sempre con circa 20 punti di meno alla fine del passato esercizio esso era del 40,9 per cento per le casse rurali e 62,5 per le altre categorie bancarie italiane.

T. Botteri,  
direttore Ente Nazionale  
delle Casse Rurali Agrarie  
ed Enti Ausiliari, Roma



#### DOMANDA

*Sono un vostro socio e vorrei domandarvi degli schiarimenti in merito a una corte promiscua: per due terzi è mia e un terzo d'un vicino. Questi ha un inquilino che posteggia sempre la sua auto e reclama se qualcuno ne lascia un'altra.*

*Inoltre quest'inquilino può tenere vicino alle case un grosso cane-lupo rumoroso?*

#### RISPOSTA

Nella corte comune nessuno può lasciare auto od altro se non a titolo molto provvisorio. Quindi Lei deve intervenire presso il comproprietario perché questi a sua volta ne renda edotto l'inquilino.

Circa il cane-lupo, se lo stesso reca molestia ai vicini, Lei può chiedere l'intervento del

Municipio per ottenere l'allontanamento dell'animale.

#### DOMANDA

*Ho costruito una casetta nel 1971-72. Ora essendo in fase di liquidazione coll'impresario, lo stesso chiede un aumento di circa il 12% sul suo lavoro in muratura. Faccio notare che il contratto, fatto e firmato a suo tempo da ambedue le parti, recita che nessun aumento di prezzi verrà tenuto in considerazione. La pretesa dell'impresario è legale o meno?*

#### RISPOSTA

A prima vista risponderei che la pretesa è infondata. Però è difficile esprimersi con assoluta sicurezza, poiché bisognerebbe poter esaminare il contratto stipulato e sapere perché mai, a distanza di due anni, si fa la liquidazione e quali sarebbero le poste maggiorate. Conseguentemente, per poter evadere completamente la richiesta, dovrei essere in possesso di elementi precisi.

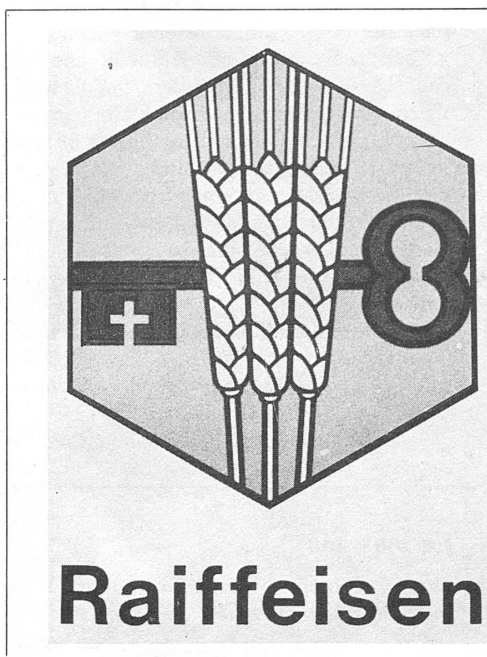
#### DOMANDA

*Voglio acquistare un piccolo pezzo di terreno intestandolo direttamente a mia figlia sposata senza figli.*

*Vorrei sapere se all'atto dell'acquisto ci vuole la firma del marito e l'eventuale sistema per escluderlo del diritto di proprietà su detto terreno in caso di scioglimento del matrimonio, morte della figlia, divorzio ecc., dato che il terreno come detto prima viene pagato interamente da me.*

#### RISPOSTA

*E' chiaro che, non esistendo separazione dei beni tra i coniugi, il marito deve intervenire a firmare per consenso. Ciò non sarebbe il caso se tra i due coniugi esistesse la separazione dei beni. In caso di premorienza della figlia, anche il marito ne è coerede e non può essere escluso. Nel caso invece di scioglimento del matrimonio si tratterebbe di un aumento di sostanza in costanza di matrimonio. Anche in tal caso il marito potrebbe rivendicare un tot. Ciò in linea di principio. Ed allora sarà bene che Lei si faccia firmare dalla figlia e dal genero un documento attestante e confermando che i soldi (fr. x) per l'acquisto del terreno in questione sono stati dati da Lei.*

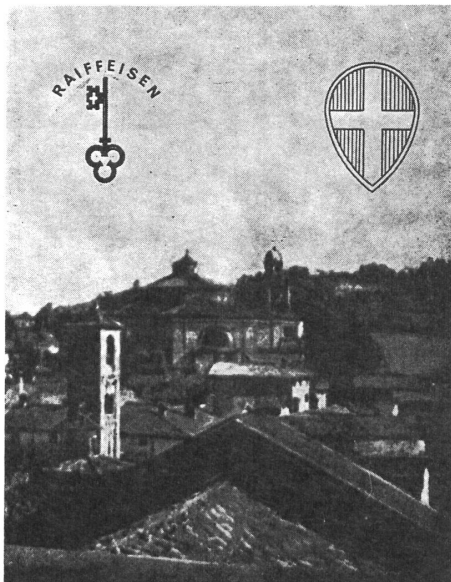


### Nuova insegna

Presso l'Ufficio degli stampati dell'Unione può essere ordinata la nuova insegna per le Casse Raiffeisen, da sistemare all'esterno. Si tratta di una placca rettangolare in metallo avente un'altezza di 55 cm. ed una larghezza di 42,5 cm. Il marchio è a tre colori. Viene fornita con quattro viti, per fissaggio al muro. Costo: fr. 165.—.

Presenta bene ed attira l'attenzione anche da lontano, per cui la consigliamo a tutte le Casse. Non vi si possono però fare aggiunte per quanto concerne orari ecc.

**Le domande per il Giurista o per il Medico, alle quali viene data gratuitamente risposta nel giornale, vanno inviate alla Redazione o alla Federazione delle Casse Raiffeisen del Cantone Ticino, Mesolcina e Calanca, Viale Villa Foresta 29, 6850 Mendrisio.**



## Da Mendrisio

Il signor Aldo Lurà, amministratore postale a riposo, noto appassionato di ricerche storiche, specialmente di sapore locale, ha steso l'articolo che pubblichiamo qui di seguito sulla famiglia Franchini, a suo tempo proprietaria dell'edificio ora sede della Banca Raiffeisen.

Ringraziamo il signor Lurà che ci fornirà altro materiale inedito interessante.

### I Franchini di Mendrisio

FRANCHINI



«La famiglia era già nota sin dal 1552 e compare fra i vicini (patrizi) verso la fine del cinquecento.

Esercì in principio la professione di mugnaio ed il commercio dei cereali.

Il mulino era situato in località la Valle, in

faccia al nuovo caseggiato che ospita attualmente il Bar Club, usando l'acqua ricavata da un canale derivato dal torrente Morè, recentemente coperto, ora via Lavizzari.

Già ricca di censo nel 1627 poté dotare cospicuamente le figlie che contrassero matrimonio con le principali famiglie della regione, quali i Guglielmetti di Mendrisio nel 1600, i Bosia pure di Mendrisio nel 1603, i Ceppi di Morbio Superiore nel 1642, i Sassi di Stabio nel 1647, i Torriani di Mendrisio nel 1678, i Quartironi di Mendrisio nel 1690, i Sala di Merate nel 1694.

Fra i maschi, notiamo un Giov. Battista figlio di altro Giov. Battista che imparò l'arte della pittura presso Nicolao Vigliacci pittore spagnolo dimorante a Mendrisio.

Dipinse con Joh. Jost Uf der Mur una Pietà per la cappella di Santa Maria a Sonnenberg (Uri) nel 1669.

Un altro Giov. Battista trovandosi a Strasburgo per impararvi il commercio si arruolò nel 1734 negli usseri francesi e diventato ufficiale passò al servizio dell'Impero.

Capitano nel 1741, si segnala alla battaglia di Campo Santo nel 1743; aiutante generale del principe Carlo di Lorena fece le campagne di Slesia nel 1745, presente alle battaglie di Friedberg e di Trautenau.

Comanda un corpo di Pandours ed è battuto

dai francesi a Tirlémont, ma li vince in seguito a Brecht.

Un Don Alessandro è eletto priore di S. Sisinio (alla Torre) nel 1721.

Fra i più noti avvocati e notai, citiamo Alessandro Franchini, deputato al Gran Consiglio (1830-31), Consigliere di Stato nel 1831, m. nel 1836, e un altro Alessandro, deputato al Gran Consiglio, presidente nel 1862, consigliere agli Stati nel 1865.

Don Giuseppe, prevosto di Mendrisio, morto nel 1861, contribuì con una forte somma alla costruzione della Chiesa parrocchiale beneficiando largamente la Parrocchia alla sua morte.

Il nome primitivo della famiglia era Della Franchina sino al 1593, indi Franchinettis fin verso il 1700, per poi diventare Franchini.

A Mendrisio la famiglia è attualmente estinta, ma un ramo di essa esiste in Lombardia ed in Austria.

Fra i vari immobili posseduti, vi era la casa in Piazza del Ponte recentemente divenuta proprietà della Cassa Raiffeisen, la quale sistemando modernamente l'interno per il proprio uso, ne conservò scrupolosamente la facciata con i portici stile lombardo ed i graziosi balconcini in ferro battuto.»

A. Lurà

## la colonna del presidente

### Coldrerio

Nello spazio di pochi mesi la Cassa di Coldrerio, la seconda del Ticino per bilancio, soci, movimento generale, ha mutato dirigenti al vertice.

All'Ing. Guarneri ritiratosi per impegni professionali, è subentrato, nell'importante carica di presidente della direzione, il signor Cedraschi Angelo.

Al dimissionario vanno i più vivi ringrazia-

menti per l'opera prestata con intelligenza e grande serietà, mentre al successore formuliamo voti per una feconda attività.

Egli sa fare, conosce bene gli statuti e gli ingranaggi della Raiffeisen, per cui non gli dovrebbero mancare le soddisfazioni.

Il gerente signor Stadler, passato alla U.B.S. dopo appena poco più di un anno dalla nomina, è stato sostituito dal signor Silvio Cereggetti.

Egli è entrato in funzione il primo di settembre, dopo un interregno di un paio di mesi da parte del validissimo titolare della Cassa di Morcote, il signor Tettamanti, al quale va un grazie particolare.

Il nuovo cassiere, immesso di colpo in una sede così sviluppata, avrà trovato duri i primi mesi, tuttavia, sorretto da un grande entusiasmo e dalla migliore buona volontà si va ben inserendo e non c'è dubbio che raccoglierà la fiducia dell'intera popolazione. Egli è già allenato al segreto e alla cortesia, nonché a consigliare e a mettersi a disposizione, in casi urgenti, anche fuori orario.

Le nostre Casse non hanno bisogno di grandi maghi della contabilità, ma piuttosto di gente semplice con una carica di umanità, di altruismo, qualità che il nuovo gerente possiede.

A lui ci torna gradito porgere auguri di buon lavoro.

Plinio Ceppi, presidente  
Federazione Raiffeisen  
Ticino, Mesolcina e Calanca

Caro Socio,

ha provveduto a ritirare il nuovo statuto ed il certificato di quota presso la Sua

## Cassa Raiffeisen?

In caso contrario voglia farlo subito, consegnando il vecchio statuto contenente l'attestazione del versamento della quota sociale. La sostituzione è necessaria in seguito alla revisione ratificata dall'assemblea generale della scorsa primavera.

### La massima

«Vivere a lungo è desiderio quasi di tutti, ma vivere bene è l'ambizione di pochi.»

J. Hughes