

LE BANCONOTE DIMENTICATE

Da questo numero prende il via una nuova Rubrica "Numismatica e dintorni", scritta dal Dott. Stefano Poddi, Studioso di numismatica ed esperto di circolazione monetaria.

Le 500.000 lire "Raffaello"

Vi ricordate il biglietto da 500.000 lire "Raffaello" ?

È stata l'ultima banconota emessa in lire. Infatti dal primo gennaio 2002 la circolazione monetaria in Italia, come dal resto nelle altre nazioni facenti parte della Comunità Europea, è garantita dall'Euro con l'obiettivo di unificare le nazioni aderenti ad iniziare dallo scambio monetale, sia per le grandi transazioni sia per i piccoli acquisti che facciamo quando siamo fuori dell'Italia.

Questa banconota, emessa dalla Banca d'Italia nel 1997, un vero capolavoro, sia dal punto di vista artistico che da quello della sicurezza contro le contraffazioni nummarie, è il punto più alto di una lunga catena esperenziale di disegni, bozzetti, prove di stampa e di banconote emesse.

Per quanto riguarda la sicurezza vennero utilizzate tutte le tecniche che nel momento della progettazione del biglietto di banca erano le più avanzate: filigrana a punto fisso, microscritture, calcografia, doppio effetto di colore, filo di sicurezza, registro di stampa e la combinazione alfanumerica, ecc.

Dal punto di vista artistico la celebrazione del genio pittorico di Raffaello Sanzio da Urbino (1483 - 1520), attraverso la riproduzione delle sue opere d'arte su delle banconote, le rende a loro volta veri e propri multipli d'arte.

Le banconote infatti oltre ad essere principalmente segno monetale, esprimono una serie di simboli e significati che vanno al di là della loro valenza economica. Tali segni riguardano la storia, l'arte, la scienza, la natura, l'economia, l'industria e la vita civile; in buona sostanza esse esprimono e documentano la nostra cultura. Analizziamo ora il 500.000 "Raffaello". A destra, sul fronte

della banconota, ci appare il ritratto di Raffaello ripreso da un autoritratto del 1506 conservato presso la Galleria degli Uffizi di Firenze, mentre al centro campeggia un particolare dell'affresco "Il trionfo di Galatea" conservato presso Villa della Farnesina a Roma.

Sul retro è riprodotto un particolare de "La Scuola di Atene" dell'Urbinate, un bellissimo affresco che impreziosisce la Stanza della Segnatura in Vaticano.

L'armonia delle forme e la ricchezza delle sfumature colorimetriche, il contrasto gentile fra il soggetto in primo

piano e lo sfondo, la generale gradevolezza dell'insieme unito all'intima percezione di trovarsi di fronte a qualcosa di prezioso, riescono a raggiungere in questo particolare biglietto vette che restano ineguagliabili.

La scheda

Bozzetto: Guglielmo Savini

Incisione: Trento Cionini (recto)

Giorgio Capponi (verso)

Stampa: Calcografia e offset, in tipografico ls numerazione

Carta: Lieve tonalità gialla

Circolazione: dal 15 settembre 1997 al 31 dicembre 2001

Firme: Antonio Fazio (Governatore) e Angelo Amici (Cassiere)

Contrassegno: Leone alato di Venezia sovrapposto agli stemmi di Pisa, Genova e Amalfi (in blu)

Decreti : 13.05.1997; 25.07.2001

Tiratura: 107.800.000 - 168.000



IL GARANTE PER LA PRIVACY MULTA I SUPERMERCATI SPIONI



Foto di Darko Jovanovic

Usare i dati delle "tessere fedeltà" per le proprie campagne marketing richiede l'approvazione esplicita dei clienti. [ZEUS News - 21-05-2008]

Quando il supermercato propone a un cliente abituale una tessera fedeltà tramite la quale accumulare punti non gli sta facendo un favore, ma probabilmente cerca di raccogliere informazioni che siano utili per migliorare i propri affari.

La cosa, in sé, potrebbe anche essere legittima se il cliente in questione venisse informato del destino dei dati che sta consegnando prima di firmare il modulo.

Se questo non avviene, il supermercato abusa della fiducia del cliente e il Garante per la privacy può anche multarlo, come

successo alla catena GS. Una sanzione da 54.000 euro è dunque stata inflitta "...per non aver informato correttamente la clientela dell'uso che avrebbe fatto dei dati forniti per l'adesione a un programma di fidelizzazione. Non veniva specificato che i dati personali sarebbero stati utilizzati anche ai fini di analisi delle abitudini, delle scelte di consumo e per strategie di marketing."

Gli altri ipermercati si ritengano avvisati e si mettano in regola prima di essere colpiti a loro volta dalle sanzioni: raccogliere informazioni sui prodotti acquistati dai clienti al fine di classificarli e "programmare le campagne promozionali o inviare comunicazioni commerciali mirate" non è accettabile se non viene offerta la possibilità di esprimere chiaramente la propria volontà: si può voler attivare una tessera fedeltà senza per questo desiderare di essere invasi dalla pubblicità o spiati quando si fa la spesa.



La giusta direzione ai tuoi studi :-)
Istituti Superiori Paritari Aniene
PREPARAZIONI UNIVERSITARIE



Via V. G. Galati, 99 - ROMA Tel. 06 40800908 - WWW.istitutoaniene.it - info@istitutoaniene.it