



ROTARY INTERNATIONAL  
DISTRETTO 2060 ITALIA  
Governatore 2010-2011 - Riccardo Caronna



## ROTARY CLUB TRENTO

Presidente 2010-2011 - Giuseppe Angelini

Total Quality Management Rotarian Fellowship 2010 - "ECCELLENTE"



IMPEGNIAMOCI NELLE COMUNITÀ  
UNIAMO I CONTINENTI

Presidente internazionale 2010-2011  
Ray Klinginsmith

Bollettino n. 23 del 24-01-2011

Anno Rotariano 2010-2011

Redatto da Alberto Michelotti, Franco Merzliak, Mimmo Cecconi

### PARTECIPAZIONE

Percentuale presenze : 57,32%

### PROSSIME CONVIVIALI

**Lunedì 31 gennaio 2011 - sospesa.**

Quinto lunedì del mese.

**Lunedì 07 febbraio 2011 ore 20.00** - G.H.Trento.  
Conviviale breve - "10 anni da imprenditore in Cina" relatore Enrico Zobebe.

**Lunedì 14 febbraio 2011 ore 20.00** - G.H.Trento.  
Interclub con RC Fiemme Fassa, Trentino Nord e Valsugana "Trentino - ieri oggi e domani" - Prof. Antonio Frattari sul tema "L'ambiente sostenibile e la domotica" con signore/i.

**Lunedì 21 febbraio 2011 ore 20.00** - G.H.Trento.  
Conviviale breve - "Il volontariato del Rotary, i Service del Club di Melfi e del Distretto 2120 in Benin" - relatore Bruno Santo del RC Melfi.

**Venerdì 25 febbraio 2011 ore 14.30** - Valpolicella.  
Interclub con RC Riva del Garda e RC Rovereto con gita in Valpolicella con signore/i.  
Partenza da Trento, area Zuffo, alle ore 14.30.  
Prenotazione in segreteria 0461 233108.

**Lunedì 28 febbraio 2011 ore 20.00** - G.H.Trento.  
Conviviale - Presentazione del nuovo libro del Prof. Claudio Valdagni "Alla caccia del killer - 60 anni di ricerca scientifica" con signore/i.

### CICLO DI INCONTRI INTERCLUB "TRENTINO - Ambiente e sostenibilità"

**Mercoledì 16 marzo 2011 ore 20.00** - Levico  
Prime Rose. Interclub "Trentino - ieri oggi e domani" - Dott. Gianluca Salvatori sul tema "Manifattura Domani - spazi per la gestione dell'innovazione" con signore/i.

LEGENDA: G.H.Trento = Grand Hotel Trento



## ALTRI APPUNTAMENTI

**Venerdì 25 febbraio 2011 ore 14.30** – gita in Valpolicella - Fumane (VR).

Si organizza Interclub tra i RC Riva del Garda, RC Rovereto e RC Trento con gita in Valpolicella. Il programma prevede: visita alla **Villa della Torre**, degustazione presso l'**Azienda Agricola Allegrini** (€ 25,00), cena presso un'Enoteca della Valpolicella con i Presidenti dei RC veronesi (€ 45,00). Posti limitati quindi si richiede prenotazione alla segreteria 0461 233108 o via e-mail [rtrento@rotary2060.it](mailto:rtrento@rotary2060.it). Partenza da Trento, area Zuffo, alle ore 14.30. Maggiori dettagli nel bollettino n. 22 (\*1).

**Sabato 05 marzo 2011 ore 10.30** – Valles (Bressanone).

Appuntamento annuale sulla neve con il **Club contatto di Innsbruck** sabato 05 marzo 2011 a Valles (Bressanone). Conferma di partecipazione presso segreteria 0461 233108, oppure SMS al numero 335 6595811, oppure eMail: [rtrento@rotary2060.it](mailto:rtrento@rotary2060.it).

**Sabato 05 marzo 2011 ore 20.00** – Grand Hotel Trento (sala Clesio).

Inner Wheel Trento Castello organizza il giorno 05 marzo 2011 il “**Gran Ballo di Carnevale in costume**”, serata dedicata alla Belle Epoque per rivivere le eleganti atmosfere dei primi del novecento. Prenotazioni entro il 01 mar 2011 presso negozio Dal Sasso 0461 984024 o presso Grand Hotel Trento 0461 271000. E' richiesto l'abito elegante, facoltativo l'abito d'epoca. Costo della serata Euro 100,00.

LEGENDA: (\*1) Pullman organizzato per un minimo di 25 partecipanti.

## COMUNICAZIONI DEL PRESIDENTE

Lunedì 17 gennaio 2011 al Teatro Cuminetti di Trento i soci Angelini, Cecconi, Zobele e Stelzer hanno partecipato al concerto dell'**Orchestra JFutura** con l'amico Dini Ciacci che si è esibito come direttore d'orchestra ed anche come pianista. Programma molto interessante e vario con musica classica e musica jazz (D. Milhaud, W.A. Mozart, S. Barber, A. Copland, G. Gershwin). Prossimo appuntamento il lunedì **7 febbraio 2011**.

Venerdì 21 gennaio 2011 i soci Angelini, Cecconi, Francesconi e Pascuzzi hanno partecipato alla cena organizzata del **Rotaract Club Trento** sul tema “Autismo - patologie e problematiche della malattia”.

## Presentazione del nuovo socio arch. Cesare Micheletti

*Lunedì 24 gennaio 2011*

Dopo il saluto alle bandiere il Presidente Giuseppe Angelini presenta gli ospiti della serata, che sono il



nuovo socio arch. Cesare Micheletti, il dott. Giovanni Marcadella, direttore dell'Archivio di Stato di Trento e della soprintendeva. La serata inizia con la presentazione da parte del Presidente del nuovo socio arch. Cesare Micheletti che ricorda la recente illustrazione al club del progetto "Dolomiti Patrimonio dell'Unesco".

Gli amici Mott e Lorenz tratteggiano la figura. Molto simpaticamente il primo ricorda la figura del padre arch. Vittorio socio dal 71 al 84 al quale è stato dedicata la borsa di studio presso Istituto Alberghiero di Tesero ancora sotto la Presidenza Facchinelli e poi Osele per incoraggiare e sostenere i giovani. Lorenz pone l'accento sulla figura umana e

professionale, architetto per vocazione di famiglia, l'essere conta di più dell'apparire, impegno e determinazione del progettare lo contraddistinguono.

Dopo la spillatura da parte del Presidente e le parole di rito, l'applauso caloroso del club al quale segue i ringraziamenti del nuovo socio che si complimenta del clima sereno e umano trovato.

Il Presidente da poi la parola al Dr. Giovanni Marcadella direttore dell'Archivio di Stato e socio del club Bassano Castelli che ricorda la visita del club a Trento e il suo impegno nel conservare nell'archivio di Stato l'espressione culturale del Trentino; con lo scambio del guidoncino c'è l'impegno a maggiori contatti fra club vicini.

## **L'ascolto continuo del cliente: da 'atto dovuto' a fondamento della relazione il percorso di una local utility**

*Lunedì 24 gennaio 2011 ore 20.00 - relatore dott. Andrea D'Amico*

L'evoluzione, sia in termini tecnologici che di orientamento al servizio, dei call center di società di servizi "evolute" si è sviluppato nel corso di oltre 50 anni passando da "ufficio reclami" (con compiti ripetitivi, forte presenza di procedure burocratiche e scarsa competenza comunicativa) a "contact center integrato" (più servizi orientati al cliente, elevata competenza comunicativa, gestione distribuita della conoscenza, ruolo negoziale dell'operatore).

Il percorso "evolutivo" di Trenta (come per moltissime altre multiutility italiane) è stato invece caratterizzato da una accelerazione progressiva e "contratta" (meno di 10 anni) dovuta principalmente a:

- avvio della liberalizzazione del mercato GAS (2003) e successivamente EE (2007).
- spinta della normativa e costituzione di benchmark pubblici.
- evoluzione e crescita delle aspettative di servizio dei clienti/utenti.

Nel settore delle utilities, si è assistito in tempi recenti ad uno spostamento del focus da una impostazione "amministrativa" orientata all'adempimento a una cultura professionale e basata sempre più sull'erogazione di servizi verso un servizio ispirato dalla domanda.

Il cliente è quindi un soggetto che non subisce più passivamente le "violenze" di un mercato regolato "dall'alto", ma partecipa attivamente alla creazione di valore dell'impresa da cui acquista il servizio e di cui in un certo senso si senta "parte integrante", consapevole di costituire egli stesso una delle risorse aziendali più importanti (aumento delle esigenze e delle aspettative).

Dal lato dell'impresa, speculare a questa consapevolezza dell'utente (divenuto "cliente"), si sviluppa il riconoscimento che il cliente è la sua principale fonte di ricchezza e lo considera come una vera e propria risorsa aziendale (introduzione di indici come il Life Time Value o il Customer Retention Rate che trovano una nuova applicazione nel settore delle utilities).

La liberalizzazione sta spingendo anche le aziende di questo settore ad una maggiore cura ed attenzione al "cliente" (che acquisisce quindi tale denominazione) abbandonando sempre più il concetto di "utente" (destinatario passivo dei servizi, un mero fruitore senza possibilità di esercitare una scelta confrontando prezzi e qualità dell'offerta di altri fornitori).

In realtà, esistendo, per aziende come la nostra, ancora commistione totale di attività "liberalizzate" (EE e GAS), "tutelate" (EE e parzialmente GAS) e in concessione (ad esempio Acqua e Igiene Ambientale) tale transizione vede una oggettiva difficoltà nell'essere totalmente compiuta. Questo ancora di più agli occhi dell'interessato, che è sempre lo stesso indipendentemente dal servizio di cui usufruisce, ma che fatica a comprendere il perché di modalità differenti di natura procedurale e formale.

Inoltre, ad oggi ancora ben più di 1 cliente su 3 non sa di essere libero di scegliere il proprio fornitore a piacere (specie per il GAS) come evidenziato anche da ricerche nazionali (Bip-Nielsen) e locali (CAI). Proprio per questo, lo sforzo costante degli ultimi anni deve essere orientato a garantire, il più possibile, una modalità omogenea di relazione.

In questo contesto, la capacità di gestire le relazioni in modo efficace diventa un elemento cardine della differenziazione dalla concorrenza e, in particolare, il vero vantaggio competitivo sta nel produrre valore aggiunto per il cliente. Per quanto riguarda Trenta, un esempio concreto dello sforzo/orientamento all'incremento del valore per il cliente (misurato con ricerche ripetute) è rappresentato dalla risposta all'esigenza locale di garanzia/mantenimento del contatto fisico con l'azienda. Abbiamo stabilito infatti



che, a prescindere dalla diseconomicità, la nostra capillarità di sportelli fisici sul territorio sia un valore su cui continuare ad investire (oggi sono già 10 in aumento previsto a 12 entro pochi mesi).

Anche le Utility stanno finalmente realizzando che lo sviluppo della relazione si basa sulla soddisfazione dei clienti cumulata nel tempo, che si traduce in fiducia.

La fiducia costituisce a sua volta una fondamentale componente di immagine di marca, determinante per l'attivazione di nuove relazioni (effetto reputation), ma anche per rinforzare la fedeltà e, quindi, per lo sviluppo della customer loyalty (fidelizzazione del cliente).

Questo ciclo virtuoso, che è già attivo da decenni in altri settori, nel nostro settore ha preso un lento avvio basato specialmente sulla forza della presenza territoriale, sulla credibilità e fiducia costruita in tanti anni di servizio (che è un sicuro punto di forza delle local Utilities). Ma, come società di vendita, abbiamo dovuto partire da zero per la costruzione di una immagine di marca che inoltre è in costante trasformazione ed evoluzione (basti pensare a normative come quella dell'unbundling che prevedono la separazione dal Distributore ancora oggi estremamente "confusiva" per i clienti).

Inoltre, nel business dell'EE e del GAS le marginalità sono molto contenute e quindi i costi di acquisizione (o ri-acquisizione) di nuovi clienti si ripagano in non meno di 3 anni di gestione continuativa (payback period). Questo comporta che il valore primario che dobbiamo preservare e gestire come un tesoro prezioso è sicuramente la capacità di fidelizzare i nostri attuali clienti anche perché come noto, un cliente fedele genera effetti positivi sia a livello di costi sia di ricavi che di altri aspetti "intangibili".

Considerate queste premesse, in Trenta abbiamo stabilito di focalizzare lo sviluppo del nostro servizio e le nostre scelte strategiche su 3 semplici concetti (che possono apparire ovvi e scontati), ma che riteniamo "cardine"/basilari nella nostra politica di servizio, basati anche sulle rilevazioni eseguite negli anni passati e sulla identificazione di fattori chiave che ci sono apparsi come primari:

- L'ascolto continuo.
- La centralità delle risorse.
- La condivisione delle informazioni e della conoscenza.

### **1° "L'ascolto continuo",**

Il "contact center", visto nella sua accezione più ampia (di "sistema di ascolto"), è diventato nel corso di questi anni un insieme di strumenti e processi che hanno come obiettivo quello di:

- raccogliere nel modo più efficace,
- sintetizzare in forma interpretabile,
- studiare/comprendere e analizzare,
- tradurre in feedback operativi e di processo.

tutte le possibili "voci del cliente".

Un esempio concreto di "ascolto": l'analisi critica sulla leggibilità della nostra bolletta. Tramite sondaggio on line abbiamo rilevato le aspettative dei clienti e abbiamo avviato una azione di monitoraggio dei blog/forum oltre alla raccolta organica delle segnalazioni/ricieste pervenute agli sportelli/call center e all'analisi delle richieste di chiarimenti scritte (lettere, fax o altro).

Sulla base di tutti questi input, è stata eseguita una riprogettazione dei contenuti e della grafica (compatibilmente con la normativa vigente) che è stata proposta tramite strumenti di focus group/sondaggi on line ai clienti stessi.

Infine, grazie anche alle indicazioni ottenute, è nato uno strumento aggiuntivo (denominato "il Fogliofacile") e sono in corso di realizzazione sistemi di "education" che potranno essere utilizzati (web, brochure, video messaggi, ecc.).

### **2° "La centralità delle risorse".**

Un altro elemento indispensabile è quello dell'investimento nella crescita e nella qualità delle risorse umane coinvolte in quanto vero elemento rappresentativo dell'intera azienda in ogni singolo contatto con i clienti.

Questo implica investire in una serie di fattori:

- La cultura del servizio comincia con un buon colloquio di assunzione.
- I valori comuni devono essere comunicati e condivisi.
- La vicinanza dei managers a tutti i dipendenti e la gestione dell'informale giorno dopo giorno aiuta la raccolta delle informazioni e motiva i gruppi.

- L'esempio del servizio deve partire dal management nei rapporti interni.
- Il sistema degli incentivi deve essere orientato alla premiazione dei "campioni di servizio".
- La qualità della vita di lavoro nell'azienda deve essere sempre tenuta sotto controllo: le relazioni con i clienti rispecchiano le relazioni tra i dipendenti.

### 3° "La condivisione delle informazioni e della conoscenza".

I nostri operatori sono "multi servizio" e quindi offrono un approccio unico alla soluzione di qualunque richiesta/problematica (indipendentemente dal servizio e dall'esigenza).

All'avvio del progetto del nostro Customer Service, abbiamo scelto di non investire in uno strumento strutturato e soprattutto costoso (soluzione dedicata) di CRM. Abbiamo scelto invece di implementare quanto viene già fornito dal nostro sistema gestionale interno (SAP) realizzando in casa svariati



strumenti freeware basati su logica "wiki" perché adatti a strutturare e finalizzare la conoscenza senza imporre strutture e procedure a priori. La conoscenza è costruita, filtrata, catalogata, dalle persone stesse (che sono l'elemento centrale della KB) a prescindere dall'area/settore di appartenenza. In conclusione, l'evoluzione nel breve vede un coinvolgimento diretto dei clienti sempre maggiore ("Social Customer Service") e l'elemento strategico sarà sempre più quello della capacità di ascoltare/comunicare con i clienti e IMPEGNARSI con loro per scoprire come migliorare i servizi/prodotti e scoprire nuovi mercati che non sapevamo ancora che esistessero unitamente a un "utilizzo diretto" delle capacità dei clienti anche nella auto-

soluzione delle proprie esigenze (far parlare i propri clienti tra di loro). In particolare, alcune soluzioni di questo genere sono già in sperimentazione presso aziende di servizi (ad esempio telefonia, assicurazioni):

- Risparmiare tempo nei contact center – perché rispondere alle domande quando i clienti possono farlo per noi? (vedi caso di TIM).
- "Collaborative Self Service" - collegamenti a Forum, FanPage, Community (vedi VODAFONE).
- FAQs (domande/risposte frequenti) che si scrivono da sole.
- Brand Ambassadors.
- Utilizzo di tecnologie evolute di self service (es. Personal Virtual Assistant di TIM).

La relazione molto interessante e accalorata trova a seguire numerosi interventi dei soci Conci, Francesconi, Rigotti, Dini Ciacci, Pifferi Livio, Salvo ai quali Andrea offre ampie delucidazioni.

La serata si chiude ad ore 22,30 con ampia soddisfazione dei partecipanti."

## Visita agli Archivi di Stato a Trento

*Lunedì 24 gennaio 2011 ore 18.30*

Il nostro club ha visitato nella serata, guidati dal direttore dr. Giovanni Marcadella, rotariano del club Bassano Castelli, l'interessantissima mostra allestita negli uffici di via Maestri del Lavoro n.4.

L'Archivio di Stato dipende dal Ministero dei Beni Culturali, rappresenta la memoria storica del territorio ed è il punto terminale della documentazione statale (Commissario del Governo – Questura - Archivio Notarile). Raccoglie la documentazione di 1000 anni di storia da quella preunitaria, gli 800 anni di principato vescovile ai successivi 150 anni di unità d'Italia.



Il documento più antico conservato è il Diploma di Conferimento dei Poteri al Comitato Trentino del Principato Vescovile da parte dell'Imperatore Corrado il Salico del 1027; riguarda il conferimento dei diritti amministrativi, i diritti di alta e bassa giurisdizione e di richiedere i tributi confermato poi da Federico Barbarossa nel 1161.

Seguono altri interessantissimi ed unici codici come quello di Federico Vanga del 1185, codice miniato che rappresenta il vescovo nella sua funzione pastorale e nella sua funzione di principe con abito da crociato e spada. Altri documenti importanti che rivestono una particolare valenza storica sono il diploma originale di concessione dello stemma di Trento; l'aquila di San Venceslao da parte del Re di Boemia al Principe



Vescovo del 1339;

gli Statuti sinodali di Bernardo Clesio del 1538 e il Codice Clesiano rappresentato da 12 codici emanati sotto Udalrico III. Non mancano altri oggetti e documentazioni del tempo quali gli strumenti originali di scrittura, piccoli protocolli notarili, il diploma di conferma di nobiltà di Carlo VI a Francesco Lupis de Margon del 1721, il progetto di restauro del Duomo di Trento del 1858 e i progetti di deviazione del corso dell'Adige, tagli eseguiti poi nella seconda metà dell'800.

I documenti conservati dai contenuti giuridici ed amministrativi rappresentano la storia del nostro

Trentino, ora gli archivi coprono una superficie di ben 8,7 Km di scaffali di materiale già archiviato e purtroppo per motivi di spazio altri 7 Km di materiale stanno aspettando di entrare problema di grossa rilevanza organizzativa.