

ROTARY CLUB TRENTO
Fondazione: 5 luglio 1949
Distretto 2060

Anno Rotariano 2020-2021
Presidente: Disma Pizzini

Sede del Club: Grand Hotel Trento
Via Alfieri 1 - 38122 Trento (TN)
eMail: trento@rotary2060.org
Web: <http://trento.rotary2060.org>
Facebook: <https://www.facebook.com/rctrento>
Instagram: <https://www.instagram.com/rctrento>

Rotary Club Trento

PUBBLICAZIONE DI INFORMAZIONE ROTARIANA E CULTURALE RISERVATA AI SOCI

Bollettino N. 18 - 14 dic 2020

Redazione: Giuseppe Angelini, Fabio Bernardi

APPUNTAMENTO DEL GIORNO

"Turismo e Comunicazione in questi tempi difficili"

Relatore Maurizio Rossini

PROSSIMI APPUNTAMENTI

Lun 21 dicembre 2020 ore 20.15

Conviviale online di Natale

Lun 11 gennaio 2020 ore 20.30

Conviviale on line - "Crittovalute: un'invenzione geniale che quasi funziona" - relatore: Massimiliano Sala



Sommario

"Turismo e Comunicazione in questi tempi difficili"	2
Concerto di Natale 2020 e service dei Rotary Club del Distretto 2060	8
Un saluto da Roberto Codroico	9
Un saluto da Pier Luigi Bonora	9
Passeggiando tra le nativita' delle chiese di Vicenza	11
I fondamenti del Rotary	12
Notizie dal Web	12



Il Rotary crea opportunità

Consiglio Direttivo a.r. 2020-2021

Presidente	Disma Pizzini
Vice Presidente	Alessandro Passardi
Segretario	Fabio Bernardi
Tesoriere	Matteo Sartori
Prefetto	Ilaria Dalle Nogare
Presidente Eletto	Matteo Sartori
Presidente Nominato	Alessandro Passardi
Past Presidente	Andrea Pozzatti

Consiglieri

- Giuseppe Angelini
- Paolo Corradini
- Claudia Eccher
- Massimo Fedrizzi
- Stefano Hauser
- Birgit Pircher

Per contattare il Consiglio Direttivo inviare una mail all'indirizzo: trento@rotary2060.org

Auguri di compleanno a:

De Abbondi: 22 dicembre
Zobebe: 30 dicembre

Partecipazione conviviale online

Angelini A., Angelini G., Bernardi, Benassi, Codroico, Corradini P., Corradini T., Dalle Nogare, Dusini, Eccher Claudio, Endrici, Hauser, Manera, Merzliak, Passardi, Pircher, Pizzini, Pozzatti, Quaglino, Zobebe.

Ospite del Club

Relatore dott. Maurizio Rossini, Amministratore Unico di Trentino Marketing.

Percentuale presenze: 28%

L'apertura di questa conviviale *on line* avviene al suono della campanella *virtuale* e l'esecuzione degli inni.

Il Presidente Disma Pizzini introduce la serata comunicando alcune informazioni sulle attività che il club, anche in questo periodo travagliato, porta avanti.

Il Distretto 2060 ha inviato un'email che fa riferimento ad un concerto di Natale a cui è collegato un service a cui abbiamo partecipato donando una cifra vicina ai €3.000 per l'acquisto di buoni spesa che poi andremo a consegnare ad enti in contatto con i bisognosi della città di Trento.

L'amico Roberto Codroico in settimana ha partecipato ad una conviviale natalizia degli amici di Kempten; si è fatto portavoce dei nostri auguri e ci porta gli auguri degli amici che speriamo di vedere nel 2021.

Lunedì prossimo abbiamo la conviviale online natalizia; visto che siamo privati del piacere della convivialità abbiamo pensato, come Direttivo, di preparare un dono che tutti i soci potranno ritirare martedì e mercoledì prossimi dalle 17 alle 19 al Grand Hotel. Naturalmente, se qualcuno non potrà venire in quegli orari, ci può fare una telefonata e in ogni caso per il fine settimana verrà consegnato a casa. È un modo per essere un po' più vicini tra noi.



Presenta quindi il relatore della serata.



Maurizio Rossini nasce a Pinzolo il 17 gennaio 1962. Risiede a Trento, sposato e padre di tre figli.

Si laurea in Economia e Commercio presso l'Università degli Studi di Trento.

- Amministratore Unico di Trentino Marketing dal 2015 dopo esserne stato Direttore Generale dal 2014 e Direttore Marketing dal 2003.
- Vice Segretario Generale e Responsabile dell'Area Sviluppo e Promozione della CCIAA di Trento dal 2001 al 2003.
- Direttore Generale della Trentino School of Management (TSM) dal 2002 al 2006.
- Direttore Generale e Marketing del Consorzio Melinda dal 1997 al 2001.
- Direttore Generale di APOT dal 1993 al 1997.
- Direttore Generale e Marketing della Famiglia Cooperativa di Pinzolo-Madonna di Campiglio dal 1982 al 1993.

E' stato:

- Membro della Commissione della Comunità Europea per lo sviluppo e la promozione del consumo di ortofrutta in Europa (rappresentante italiano).
- Membro del Comitato Tecnico Regioni di Enit - Ente Nazionale Italiano per il Turismo.
- Vice Presidente del SAIT e componente di Comitati Tecnici della Cooperazione trentina e nazionale.

“Turismo e Comunicazione in questi tempi difficili”

Relatore Maurizio Rossini

È un errore ritenere che il turismo possa incidere solo sugli addetti ai lavori; sappiamo perfettamente che il successo economico di un comparto ha una ricaduta che va ben oltre il comparto stesso andando a sostenere buona parte anche delle risorse pubbliche che poi utilizziamo per i nostri servizi, non solo il welfare ma anche per tutti quegli aspetti che ne fanno una comunità con un buon tenore di vita complessivo.

In questi momenti nei quali il turismo, da locomotiva qual è stata per tutti questi anni, sta vivendo oggi un momento di scontata difficoltà. Il Covid va ad incidere

profondamente sulle relazioni e tocca uno degli aspetti fondamentali del tempo libero e della vacanza.

È giusto che un po' tutto il Trentino si interroghi e rifletta su tutti gli aspetti che possono rilanciare questo turismo per i prossimi anni.

La portata che questo comparto ha numeri importanti: quasi 480000 posti letto dedicati ai nostri ospiti su 525 mila abitanti.

In Trentino il turismo non è organizzato solo da strutture professionali (alberghi, residence, campeggi o B&B); abbiamo nei nostri 1500 alberghi circa 92-93 mila posti letto e 76.000 nelle altre strutture ricettive. Però ne abbiamo 113.000 in appartamenti privati che diamo in affitto e quasi 200 mila posti letto nelle seconde case.

L'ospitalità sviluppa in un anno quasi 32 milioni di presenze complessive e quindi il fatturato di tutto questo, pensando che ogni ospite più o meno spende circa €100, porta a 3,5 miliardi di euro.

Poi c'è tutta la ricaduta, tutto il lavoro che i nostri artigiani fanno non solo per la manutenzione ma anche per lo sviluppo degli alberghi.

Le assunzioni del dicembre scorso nei soli alberghi erano 13300 per il periodo di Natale per arrivare fino alla Pasqua; altri 4000 tra società impianti e servizi diretti e tutto quello che ruota poi attorno al turismo. Dietro a questo, come potete immaginare, ci sono tante famiglie trentine e non solo.

In questo momento c'è grandissima preoccupazione. Dopo la prima ondata dell'8 marzo abbiamo cercato di mettere in campo molte iniziative; il primo impegno è stato quello di creare alcuni momenti istituzionali a cadenza settimanale che potessero permettere a tutti gli attori, attraverso il loro rappresentante, di dire la propria e di essere aggiornati in diretta.

Questo aspetto si è rivelato estremamente importante se non decisivo nel corso della gestione della crisi. Il sistema ha saputo reagire proprio perché, settimana per settimana, ha vissuto tutto quello che stava succedendo e ha contribuito a definire cosa era opportuno fare.

Una sorta di *Task Force* che raggruppasse sia le associazioni di categoria nelle diverse anime sia tutto il comparto degli impianti di risalita, che per noi sono decisivi sia in estate che in inverno, le professioni e attraverso questo effettuare confronti continui con la sanità e con le varie istituzioni collegate alla provincia. In un primo momento si trattava di capire bene quali potessero essere le prospettive e immediatamente dopo lavorare su un aspetto che per noi è stato importantissimo cioè definire dei protocolli di riapertura.

Si è trattato di definire particolarmente due aspetti: la sicurezza da un lato e dall'altro lato la possibilità di riaprire le aziende in modo tale da riavviare un comparto economico.

In un primo momento i gestori delle nostre attività economiche vedevano come naturale poter riaprire con una modalità quasi normale; da parte della sanità era normale vedere in questo un rischio davvero elevatissimo.

Il Trentino è stata l'unica regione italiana che ha messo a punto una serie di protocolli davvero importanti che hanno toccato tutte le attività legate al sistema del turismo.

Dagli alberghi alla gestione di tutto il settore alberghiero, i campeggi, la ristorazione, i pubblici esercizi, il commercio al dettaglio e all'ingrosso, la gestione degli eventi piccoli o medi, la gestione dei musei, la gestione dei castelli, gli impianti a fune, i luoghi pubblici, gli impianti sportivi, i trasporti e avanti di questo passo.

Anche come una guida alpina poteva gestire il piccolo gruppo o la singola persona che doveva accompagnare facendolo in sicurezza e nel rispetto delle normative anti-Covid.

Per ognuna di queste strutture si sono messi a punto dei protocolli molto dettagliati che in parte sono stati poi utilizzati dalle regioni vicine e anche dall'autorità sanitaria nazionale.

Tutto questo lavoro è stato facilitato, in termini di comunicazione con gli operatori, dalla creazione di uno spazio digitale all'interno del sito di Trentino marketing e poi portato anche sui siti delle APT che giornalmente aggiornano i nostri operatori su come la situazione stava evolvendo, fornendo tutte le informazioni sui protocolli ma anche con servizi dedicati come la creazione di infografiche e di tutti quegli elementi che potevano permettere la realizzazione di una cartellonistica professionale e dedicata.

Ma anche informazioni precise rispetto a quanto stava accadendo sui mercati.

Vi sono sul territorio operatori bravissimi e aggiornati tutti i giorni perché lavorano con i grandi tour operator ma abbiamo anche molti operatori che non hanno questa possibilità. Quindi questo spazio digitale ha permesso ad ognuno di rimanere informato; dal numero delle visualizzazioni abbiamo capito che è stato particolarmente apprezzato.

Inoltre abbiamo cominciato a ragionare su come comunicare ai nostri potenziali ospiti e ai tanti amici che frequentano il nostro Trentino abitualmente.

Ci siamo posti questo interrogativo: *“Qual è la giusta comunicazione da fare in questi frangenti eccezionali?”*.

Nell'immediato, quindi marzo-aprile e per una parte di maggio, abbiamo sostanzialmente fatto informazione evitando qualsiasi tono promozionale o pubblicitario, qualsiasi elemento che potesse parlare di vacanza ma abbiamo mantenuto un rapporto stretto, soprattutto attraverso i canali digitali e attraverso attività di Pubbliche Relazioni, con i giornalisti. Abbiamo una mappa di più di 2000 giornalisti in tutta Europa in tutta Italia con un rapporto abbastanza stretto con noi.

Abbiamo voluto informare, nel modo più corretto possibile, rispetto a tutto quello che in Trentino stava accadendo e su tutti quegli aspetti sui quali ci stavamo preparando.

Questo è stato particolarmente apprezzato; abbiamo avuto migliaia e migliaia di conversazioni con persone che hanno frequentato e che volevano tornare a frequentare il Trentino, dalla Germania alla Polonia, dalla Repubblica Ceca all'Olanda e ovviamente moltissimi italiani.

La fase 1 era quella critica, l'Italia e non solo era in lockdown e quindi la strategia di comunicazione è stata di informazione. Abbiamo raccontato cosa stava succedendo in Trentino, abbiamo portato ad esempio la nostra agricoltura in primo piano per far vedere che, anche in un momento così difficile, una parte delle attività dovevano proseguire.

Nella fase 2 invece dovevamo trovare un nuovo linguaggio per riattivare una comunicazione con i possibili ospiti cercando di capire quali erano le priorità per queste persone e quale poteva essere il linguaggio da utilizzare.

L'OBIETTIVO:

Promuovere il Trentino con una campagna contestualizzata alla fase 2. In seguito all'emergenza, i bisogni delle persone sono cambiati. È importante che i messaggi di comunicazione del Trentino si adattino per rispondere a queste nuove priorità.

Ci rivolgiamo principalmente al mercato domestico ed ai mercati di prossimità (Germania, Austria, Svizzera, Olanda).



IL POSIZIONAMENTO: APERTO PER NATURA

Da un lato, già dalla fase 1, vuole accentuare il focus sul vero protagonista del territorio del Trentino.

È la **natura** che, più di ogni altra cosa, caratterizza il Trentino nell'immaginario delle persone e che, grazie alle ampie distese e agli spazi aperti, permette di dare valore e concretezza alla sua promessa.

Inoltre, "per natura" porta in vita il DNA sempre APERTO del Trentino e carica di universalità e valore un concetto - quello dell'apertura - che altrimenti verrebbe soltanto messo a confronto con la situazione attuale.

Al contrario, l'accoglienza fa parte del Trentino, ce l'ha nel cuore e per questo è un valore che rimane forte ieri, oggi e domani.

1. LA CULTURA UMANA: L'accoglienza guida il Trentino, terra di confine e di incontri, e lo porta a utilizzare tutti i mezzi disponibili, anche quelli digitali, per essere sempre aperto agli altri.
2. LA MONTAGNA: È una montagna aperta a tutti, accogliente, a misura d'uomo, con i suoi valori, ritmi e attenzioni.
3. LA NATURA: In un territorio dove ci sono 1000 alberi per abitante e 297 laghi, anche gli spazi sono aperti, a disposizione del singolo in modo attento e responsabile.

Il posizionamento verrà declinato in più modi:

1. Con contenuti coerenti nelle attività di **Media PR** e di **Influencer marketing**, con oltre 500 nuovi contenuti e sezioni sulla piattaforma digitale **visittrentino** (portali, social, canali di terzi), con trasmissioni **radio** e **TV** e con **speciali stampa**
2. Con la campagna pubblicitaria (advertising) **ADV estate 2020** il cui messaggio è contestualizzato al particolare momento che stiamo vivendo



Questi sono gli strumenti che abbiamo attivato; tutti quelli possibili ad eccezione degli Eventi. I grandi eventi generano non solo volumi economici ma sono diventati nel tempo un volano di comunicazione straordinario in Italia ma anche nel mondo.

In estate non si potevano utilizzare e quindi abbiamo insistito e spinto molto sul resto.

SPECIALI - MONOGRAFICI

Abbiamo realizzato grandi monografici in Italia e in Germania con racconti molto approfonditi del nostro Trentino.

- 5 guide monografiche e 1 magazine distribuiti con 25 testate: D La Repubblica, Dove, Traveller, Sport Week, Merian (Germania), Magazine Trentino (18 testate)
- 9 editoriali mono/multi - pagina: La Repubblica Weekend, Corriere della Sera, QN - Itinerari, Il Giornale, Il Messaggero, QN- Quotidiano Nazionale

Per un totale di 2.700.000 copie diffuse e 23.000.000 contatti previsti

SPECIALI-TV

Abbiamo fatto televisione con i grandi contenitori potendo raccontare in modo molto ampio e in qualche caso anche approfondito il nostro Trentino.

Linea Verde Radici

Audience media
1.600.000
Share 13%

LINEA VERDE RADICI

Nuovo format di RAI1 circa 50' on air il sabato

1a puntata dedicata al Trentino: 4 luglio
2a puntata: fine agosto (tbc)



Audience media
1.700.000
Share 13,2%



Partner: Apt Fiemme, Fassa, S.Martino, Non, Ledro

MELA VERDE

Canale 5
circa 50' on air la domenica
5 puntate in replica
2 puntate in registrazione

METEO MEDIASET

Mediaset
6 Settimane Cartoline
Meteo Cinema
Passaggi stimati da 30 secondi+ Brand video
10 secondi: 180
Emittenti: Canale 5, Italia 1, Rete Quattro, Canale 20, Iris

Contatti stimati: 34.000.000

TOTALE 46.800.000 CONTATTI PREVISTI

LA CAMPAGNA ADV: IL CONCETTO

La campagna pubblicitaria ha cambiato completamente registro rispetto alle classiche campagne degli anni degli anni precedenti. Gli ultimi tre mesi hanno cambiato così profondamente la nostra vita perché ci hanno obbligati a temere le cose più naturali: uscire di casa, incontrare le persone, sentirei liberi di andare dove vogliamo e persino respirare.

In Trentino, però, queste preoccupazioni svaniscono e possiamo ricominciare a respirare.

La campagna invita allora ad un respiro evocativo, coinvolgente: «*respira*», contestualizzato all'interno di immagini che comunicano gioia e voglia di vivere, va oltre l'atto fisico del respirare e invita le persone a venire in Trentino per recuperare il proprio tempo, allentare la tensione, ritrovare se stessi e riacquisire un nuovo equilibrio, in armonia con il verde dei boschi e l'azzurro dei laghi.

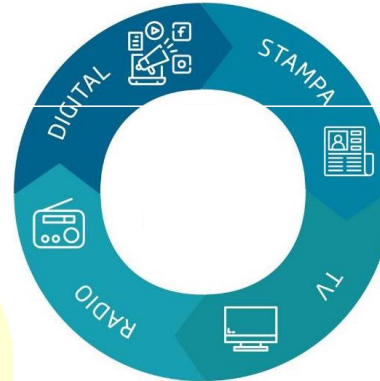
Perché respirare significa rilassarsi, lasciar scivolare via la tensione, sospendere ogni preoccupazione e godersi il momento.

Respira, sei inTrentino

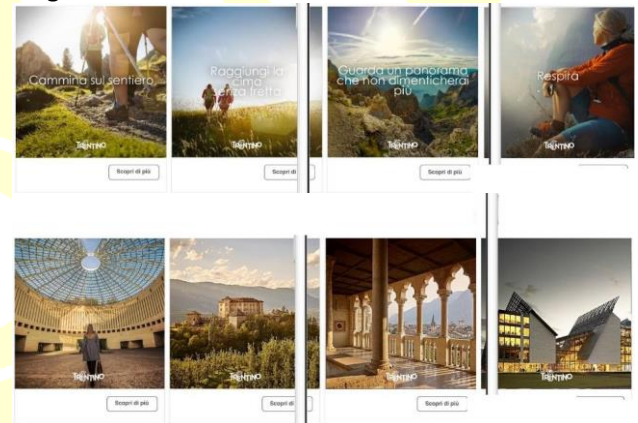
Ritroviamo un momento di equilibrio, ritroviamo un po' di serenità, la voglia di stare insieme magari con la nostra famiglia con i nostri cari e in questo *respira* c'era proprio il messaggio bello che ti invitava a fare tutto questo in Trentino dove abbiamo una natura e degli spazi davvero meravigliosi.

Spazi che danno non solo la sensazione di stare subito bene ma anche di farlo in sicurezza; nel primo periodo venivano in qualche modo messi a confronto con le

spiagge che venivano invece vissute come un luogo stretto con il rischio di trovarsi un po' tutti appiccicati.



Abbiamo potuto attivare una serie di campagne di comunicazione molto mirate soprattutto attraverso i canali digitali che hanno la capacità di arrivare con il messaggio giusto alla persona giusta per passione o per nucleo familiare o quant'altro corredate con le più belle immagini del nostro Trentino raggruppate in modo da rappresentare tante idee di vacanza a tanti target diversi.



Abbiamo fatto anche molti spot televisivi con un riscontro davvero molto bello:

- sulle TV: 1.300 spot da 15/30 sec. con 128 milioni di contatti lordi stimati.
- Sulle radio: 846 spot da 15 sec. con 18 mln di contatti stimati
- Sulla stampa: 35 uscite con 55 milioni di contatti

Sono state fatte anche sperimentazioni; ad esempio con Amazon abbiamo fatto un accordo già inizio estate che si è rivelato per certi aspetti anche efficace. Abbiamo abbinato all'acquisto fatte dalle persone (un certo tipo di calzature o un di attrezzatura) il tipo di vacanza che poteva essere ad esse più adatto.

Alla fine dell'estate il totale dei contatti è stato molto importante: abbiamo generato quasi un miliardo di contatti visivi e oltre 300 milioni di contatti nei quali l'utente ha manifestato una qualche forma di interesse.

Questo ha portato sulla stagione estiva ad un risultato che per noi è stato buono anche se con una perdita economica robusta.

Ricordiamo però come ad inizio giugno la previsione era di -72%; abbiamo chiuso invece l'estate a fine settembre con un -30% sul fronte dell'alberghiero fatto da un 10% di alberghi che hanno tenuto chiuso e il resto un numero di presenze inferiore rispetto all'anno prima.

Una parte di questa perdita l'abbiamo recuperata, non per gli albergatori ma per l'economia complessiva, dagli appartamenti privati e dalle seconde case. Secondo una serie di dati hanno mostrato in quest'estate un aumento tra il 10 e il 15% rispetto all'anno prima.

Abbiamo addirittura imprenditori che hanno fatturato più dell'anno scorso ma abbiamo imprenditori che hanno fatto invece molta fatica.

Questo dipende non solo dalla zona dove un imprenditore opera ma molto anche dal tipo di politica commerciale che ha attuato e quindi di clientela che arriva e che aveva magari in modo consolidato nel tempo. È chiaro che chi lavorava ad esempio sul Garda con la clientela inglese si è trovato da un momento all'altro a zero prenotazioni.

Quindi non è tanto l'incapacità dell'imprenditore ma anche la situazione di partenza che per molti era facilitata dall'aver clientela solo italiana da tempo fidelizzata e che quindi ha potuto, appena possibile, tornare a frequentare quelle strutture, quelle vallate. Situazione molto più complicata per chi aveva una clientela internazionale e che quest'anno non si poteva immaginare di avere di avere qui con noi.

Con l'autunno piano piano abbiamo cominciato a lavorare per quanto riguarda la stagione invernale.

Sapevamo già da luglio e agosto che sarebbe stata una stagione molto difficile ma forse non volevamo immaginarla così drammatica perché di questo si tratta oggi. La pandemia si mostra nuovamente con la sua faccia più aggressiva.

Abbiamo gestito due mesi estremamente complicati per quanto riguarda la parte dei protocolli di riapertura. Abbiamo elaborato i primi protocolli di riapertura degli impianti di risalita un mese e una settimana fa e siamo ancora oggi in assenza di un protocollo approvato. Col 7 gennaio le normative ci permettono di riaprire la stagione, di riaprire gli impianti risalita ma, in assenza di un protocollo, questo non potrà venire.

Ci siamo fatti capofila delle regioni italiane elaborando questi protocolli insieme, anche con le società impiantistiche e con la sanità Trentina; adesso

una versione ulteriormente rielaborata è all'attenzione dell'autorità sanitaria nazionale e del governo e speriamo, in questa settimana, di avere un'approvazione perché senza di questa non possiamo neanche immaginare la riapertura degli impianti.

Nel frattempo stiamo mettendo a punto tutti gli altri protocolli e quindi il nostro tessuto imprenditoriale è pronto è pronto a riaprire anche con degli investimenti importanti in sicurezza. Le stesse società impianti, forse per la prima volta, hanno cominciato a ragionare per una dotazione tecnologica che permettesse loro di offrire un prodotto in grande sicurezza quest'inverno con l'acquisizione on-line di tessere giornalieri e non solo ma anche la gestione delle code da effettuare con l'aiuto e il supporto della tecnologia e del telefonino sia per il primo accesso ma anche per orientarsi sulle piste e anche nei rifugi.

Tutto questo per dare le massime garanzie all'autorità sanitaria ma anche ai nostri ospiti.

Abbiamo messo mano alle campagne pubblicitarie per immaginare un messaggio completamente nuovo, diverso rispetto al *"respira sei in Trentino"*. Abbiamo immaginato un messaggio più in sintonia con il momento e cioè: *"Aspettiamo, ti aspettiamo"*.



Il messaggio è che *"aspettare non vuol dire stare fermi"*, non è nella nostra natura. Stiamo facendo tutto ciò che è necessario per farci trovare pronti ad accogliere in sicurezza.

In questi 10 giorni abbiamo portato questo messaggio sui principali quotidiani nazionali e sulle principali riviste ma soprattutto, con un piccolo film di 30 secondi, su Rai e su La7 per riavviare un rapporto con la nostra clientela.

Occorre essere consapevoli che ci vuole una buona preparazione fisico-atletica e conoscere la montagna per muoversi in questo contesto. Quindi benissimo le passeggiate con le ciaspole per percorrere un sentiero ma dobbiamo essere tutti molto cauti per evitare infortuni o recuperi da parte del Soccorso Alpino. D'inverno la montagna va bene per chi

realmente la conosce; l'invito è quello di farsi sempre aiutare nelle prime uscite dalle guide.

Questa nostra campagna l'abbiamo immaginata fino al 19-20 dicembre; poi dal 3 gennaio pensiamo di ripartire con una campagna di comunicazione che torni ad un messaggio positivo, quel *"Respira sei in Trentino"* in tante declinazioni che contemplano lo sci. Qualora ci fossero notizie negative da questo punto di vista andremo ad esaltare in un modo ancora più bello la nostra montagna invernale anche per chi vorrà solo rilassarsi, prendere il sole, fare delle passeggiate o qualcosa in più ma sempre assolutamente in sicurezza.

Sperando che la situazione migliori e in attesa di tornare sull'estate e sull'inverno prossimo a riavviare una relazione più vicina all'idea di vacanza.

Questo è il percorso che abbiamo fatto in questi in questi 8-9 mesi e adesso tutta la nostra organizzazione si sta preparando per la primavera-estate. Da gennaio saremo impegnati sulla promozione dell'inverno 2021-2022.

Il turismo cambia perché è strettamente legato al nostro stile di vita ed a come la società sta evolvendo. Si ragiona quindi sia rispetto ad una vacanza più classica ma anche a modalità diverse che le persone hanno imparato a vivere. Per esempio sempre più persone stanno frequentando le nostre vallate in un modo stabile, potendo lavorare da qui e contemporaneamente mantenere il proprio rapporto di lavoro con un'azienda magari a Milano o Londra.

Questo è un filone sul quale si sta ragionando per capire con quali servizi, con quali elementi possiamo consolidare dei rapporti e avere persone che piano piano diventeranno parte anche della nostra comunità non solo per una settimana ma magari per alcuni mesi all'anno.

Con il mio intervento ho cercato di portarvi una testimonianza del lavoro che è stato fatto in questi mesi e che, secondo me, ha avuto il pregio di essere fatto tenendo insieme tutto il sistema e facendo vivere questi passaggi a tutti gli attori del sistema del sistema turismo. Questo ha aiutato noi ma, credo, abbia aiutato anche loro.

Grazie per l'attenzione.

Il Presidente Disma Pizzini si complimenta, a nome di tutto il Club, con il relatore per l'interessante e avvincente esposizione sottolineando la complessità che hanno dovuto affrontare per la presenza di una moltitudine di variabili: aspetti normativi e psicologici, cautela a toccare la sensibilità del turista.

Questo probabilmente con pochi punti di appoggio dal punto di vista di ricerche di mercato; i dati pervenuti saranno stati del tutto variabili e imprevedibili.

Si apre quindi un interessante confronto con il dott. Maurizio Rossini. Intervengono, tra gli altri, Ilaria Dalle Nogare, Andrea Pozzatti, Enrico Zobebe, Antonio Angelini, Claudio Eccher e Franco Merzliak.

Disma Pizzini ringrazia nuovamente il dott. Maurizio Rossini per l'interesse che questo argomento ha suscitato con l'auspicio di poterlo ritrovare in presenza prima possibile.

A tutti i soci augura di rivedersi nei prossimi giorni a ritirare il dono in sede ed augura una buona serata.

Comunicazioni

Concerto di Natale 2020 e service dei Rotary Club del Distretto 2060

Riferimenti per collegamento Zoom (capienza massima 1000) - in caso di raggiunta massima capienza si potrà seguire l'evento dalla pagina Facebook del Distretto (<http://www.facebook.com/distretto2060/live>)
<https://us02web.zoom.us/j/89309321963?pwd=WTRsdINlBmordUcxdTJ1Zjk1bE55UT09>
 ID riunione: 893 0932 1963
 Passcode: 528994



Cari amici, carissimo Presidente,

ogni dicembre il Distretto ed i vari Club organizzano una Conviviale prenatalizia per lo scambio degli auguri e molto spesso per raccogliere fondi da destinare a coloro che ne hanno maggior bisogno, tramite, se necessario, un'associazione del territorio.

Il mio desiderio, in questo complicato momento, è quello di poter condividere con tutti Voi, per una serata, la gioia e la magia del Natale. È la festa, quest'anno più che mai, della rinascita e della speranza. Quella speranza che in molti ha lasciato lo spazio al timore di non riuscire a superare le difficoltà che ogni giorno devono essere affrontate.

E per noi festeggiare significa metterci a disposizione degli altri, porci al loro fianco, per percorrere insieme i tratti più difficili.

Per questo mi permetto di proporre di unire i nostri sforzi in un service condiviso che vada ad aiutare quelle famiglie che in questo particolare momento storico fanno fatica anche a soddisfare le primarie esigenze familiari.

Potremmo fare una raccolta importante di fondi dove ogni Club sarà libero di destinare la cifra che riterrà in base alle proprie disponibilità.

La mia proposta è che ognuno metta quello che avrebbe speso per la prenatalizia di club e doni vari che consuetamente facciamo in quell'occasione. Il Distretto metterà a disposizione del service quanto previsto per il tradizionale pranzo di Natale Distrettuale (€ 10.000), proponendo una gara

virtuosa: aggiungere il 10% di quanto versato dai club (fino alla cifra di ulteriori € 10.000). La somma così raccolta verrà proposta ad un soggetto della Grande Distribuzione Organizzata (DeSpar) con il quale negozieremo un contributo da parte sua per la messa a disposizione di tessere per l'acquisto di prodotti presso i diversi punti vendita. In questi mesi molti club si sono già impegnati in questo tipo di service, e so che alcuni di voi lo sta programmando per questo periodo e anche in futuro. Agire insieme ci permetterà di avere un impatto maggiore, coinvolgendo in modo più efficace il partner a cui intendiamo rivolgerci!

Per la distribuzione in tutto il Distretto nel modo più equo, in maniera che ogni club veda coinvolto il proprio territorio, le tessere verranno distribuite ai Club, i quali ne decideranno autonomamente la destinazione, sentendo le associazioni e gli enti che nel territorio possono individuare le famiglie in difficoltà (Servizi Sociali, Caritas, Croce Rossa ecc.) Siamo concordi che si tratta di un piccolo gesto, ma a Natale un momento di conforto e di festa fa bene a tutti, sia a chi riceverà un piccolo aiuto inaspettato, sia a noi che sapremo essere riusciti a regalare un sorriso a chi è in difficoltà.

Sarà bello fare un service tutti assieme e il risvolto mediatico con i nomi di tutti i Club e dei Presidenti partecipanti saranno segnalati a giornali e televisioni. Il tempo è poco e per riuscire nell'intento dobbiamo correre, pertanto attendiamo una Tua risposta entro il 07 di dicembre.

Potrete versare la cifra che deciderai all'IBAN del Distretto 2060 IT56Q0200812011000105724666 indicando nella causale il nome del tuo Club e Service Natale 2020.

Inoltre vorremmo festeggiare tutti insieme questa nostra iniziativa, con un brindisi virtuale la sera del 20 dicembre, durante il quale oltre ai saluti, assisteremo al concerto dei Ragazzi del Conservatorio di Trieste, accompagnato da immagini emozionanti che stiamo raccogliendo da tutti i Club, a testimonianza anche del grande e meraviglioso impegno di tutti i rotariani per rendere migliore la qualità della vita delle nostre comunità. Per ringraziare i ragazzi del Conservatorio verranno erogate loro anche alcune borse di studio.

Your In Rotary

DG Diego Vianello



Un saluto da Roberto Codroico

Caro Presidente, carissimi amici Rotariani, ieri sera ho partecipato alla conviviale in collegamento telematico con il Rotary Club Kempten, esprimendo in apertura della riunione gli Auguri per le festività di Natale e per un Nuovo Anno a nome del nostro Rotary Club.

Gli amici di Kempten mi hanno incaricato di trasmettervi i loro Auguri con la speranza di poterli incontrare presto.

La riunione, alla quale erano collegati 29 rotariani, è stata condotta da Hubert Lepperdinger, già consigliere ministeriale per l'istruzione nei ginnasi dello Schwaben.

Relatore il prof. Markus Wenninger, dirigente del Hildegardis Gymnasium di Kempten, che ha tracciato una profonda analisi sulla scuola di oggi con particolare attenzione all'attuale situazione. Altrettanto interessanti gli interventi degli amici rotariani che hanno messo in rilievo diverse posizioni ideologiche e filosofiche, di ieri e di oggi, in relazione ad una società in continua evoluzione.

Il relatore ha concluso con un saluto rivolto al sottoscritto e a tutti i rotariani di Trento, città della quale conserva un piacevole ricordo collegato all'esperienza di uno scambio tra il ginnasio di Kempten e quello di Trento. (un'esperienza che forse possiamo cercare di ripetere).

Colgo l'occasione di esprimere a tutti voi, alle vostre famiglie ed amici, gli Auguri per le prossime festività.

Roberto e Rosaria Codroico

Un saluto da Pier Luigi Bonora

Cari Amici Rotariani del Club ValSugana
Cari Amici Rotariani del Club Ferrara
Cari Amici Rotariani del Club Genova Sud Ovest
Cari Amici Rotariani del Club Trento

Quasi inconsciamente ho iniziato a scrivere questa estemporanea letterina di Natale indirizzata ai Club che, più o meno ufficialmente, ho frequentato nella mia vita. Diciamo, quelli che ho amato di più. L'occasione? Forse l'ansia da COVID19, il bisogno di comunicare nel forzato eremitaggio; forse una specie di riassunto delle puntate precedenti, in attesa del finale.

Nel 1950, a Ferrara, un caro amico di famiglia, il Prof. Felice Gioelli (poi Governatore del futuro nostro Distretto 2060, e mio Rettore da studente) invitò mio padre, l'ingegner Achille Bonora. ad entrare nel Club, dove restò fino alla fine della sua vita. Mi fece condividere il suo entusiasmo per il Service e per l'etica rotariana, assieme agli inviti per memorabili relazioni, alcune delle quali raccolte nella prestigiosa e, ahimè, scomparsa Rivista "Realtà Nuova", la voce colta del Rotary. Mio padre fu per anni Prefetto del Club. Eredità? Sono stato Prefetto sia al Genova Sudovest sia al Trento. Solo al Valsugana ho dovuto accontentarmi di essere il Presidente fondatore, con Prefetti nati per il ruolo...

Nel 1983, una Persona che non dimenticherò mai, il Dottor Bruno Robotti, mi presentò al Genova Sud Ovest dove ebbi l'opportunità di esprimere concretamente le mie idee e il mio entusiasmo. Come Prefetto di tre Presidenti, riuscii a stabilire il contatto fra Club con il provenzale Cassis, e ricordo poi come organizzai una fantastica visita alla Ferrari a Maranello, conclusasi in seguito con la spillatura dell'allora Direttore tecnico Andrea Catanzano che lasciò la Formula Uno per la sua Genova

Nell'85 vinsi la cattedra a Trento e, pendolare con Genova, frequentai da ospite il Club, finché un Presidente non mi disse che era ora di smettere di scroccare le cene e di associarmi al Club Trento. Furono quindici anni di intensa vita rotariana, grato dell'amicizia del past vice Presidente internazionale Giulio Venzo e di una vita di esaltanti intersezioni sociali, politiche, accademiche in una città che ho appreso pian piano ad amare finché ...

Va in trasferta, mi dissero, e prepara la formazione del Club Valsugana. Obbedisco. Trovai la fortuna di un manipolo di entusiasti soci fondatori e di individuare

il Club contatto in quello appena nato di Landshut Trausnitz: dopo vent'anni, l'amicizia fra i soci dei due Club è davvero fraterna, e tante le iniziative in comune. Sono orgoglioso di aver dato l'avvio ad una realtà viva e attiva in cui la conoscenza e l'amicizia fra i soci hanno trovato motivazioni nella comune volontà di ricomporre e consolidare molti aspetti del tessuto sociale della Valsugana, portando allo sviluppo di molte attività e service con forte ricaduta sulla comunità locale.

Perché questo autoritratto?

Manco dal Club da Febbraio, quando il Corona virus mi trovò in Polonia e qui mi sono adagiato in ritiro antivirale. Tempo, quindi, per meditare. Per esempio, sull'evoluzione del Rotary (e del contesto italiano) nei settant'anni della mia esperienza. Il Ferrara di mio padre, per cominciare, era in completa controtendenza rispetto allo standard USA, essendo formato soprattutto da persone che vedevano nell'appartenenza uno status symbol per livello culturale e non di censo, con poco interesse ad una posizione di privilegio per scopi professionali o commerciali.

Trent'anni dopo, in un contesto diverso, molto meno provinciale (Genova), lo status symbol ancora imperava, ma con finalità più legate alla visibilità sociale ed economica ed un minor interesse per le attività culturali, sostituito in parte dall'attività umanitaria (polioplus, disabilità...) L'etica rotariana era mantenuta evidente e condivisa, la fratellanza considerata garante di rapporti chiari e onesti, nella convinzione, vagamente massonica, di un possibile rapporto privilegiato. Così, ad esempio, un produttore di cemento del club di Vicenza visitava il grande imprenditore edile al Club di Milano, e così via. (In un mio viaggio in USA, a San Antonio, il Club era ospitato nel pianterreno della Cattedrale Massonica di Rito Scozzese).

Timidamente, iniziava inoltre quella rivoluzione, già cruenta in USA, sulle pari opportunità, ossia le Donne nel Rotary! L'appartenenza al Rotary cominciava ad assomigliare sempre più a quella che appare in USA (ed in Giappone ancora di più) Per fare un esempio, in un mio viaggio a Syracuse, (NYState) fui ospite al Club della Socia, moglie di un Professore Universitario che mai avrebbe considerato l'associazione, mentre lei, agente immobiliare, ne faceva un trampolino per attività commerciale. Quando l'apertura alle Socie fu ufficiale, so di Club che siglarono patti segreti per rendere l'eventualità puramente teorica. L'evoluzione, tuttavia, prese darwinianamente una

piega del tutto discosta da quella comportante una migliorata concorrenza. Oggi, più che l'ingresso al club, conta la frequenza all'Innerwheel. O al Soroptimist. O al Lions Club per sole Signore.

Dicono a Genova: "meglio testa di acciuga che coda di balena". Nella grande Genova il Sud Ovest era, se ben ricordo, l'ottavo in ordine di età. Il Trento, nel 1985, era unico. In effetti, il prestigio e la considerevole, meritata autostima del club Trento riverberavano su tutta la Città e Provincia. Attenzione: la parola Provincia a Trento ha ben preciso significato e "provinciale" significa funzionario della Provincia Autonoma di Trento, ossia del Regno. Qualunque riferimento alla contrapposizione con "metropolitano" sarebbe offensivo.

Ma tutto scorre e venne il Trento Nord e poi, per mio grande privilegio, il Valsugana a stemperare un principato ormai obsoleto. Ma in passato, per esempio, ricordo un Socio di una importante valle trentina che esigeva che nessun altro valligiano potesse entrare nel Club. Tutto scorre e il Rotary segue, come entità etica e laica, l'evoluzione della rappresentanza e delle priorità nel Service e pure quella del ruolo delle diverse "classifiche" legate alla tumultuosa tempesta tecnologica in atto. Ma i principi fondativi spero restino, nella fedeltà del Rotary all'amicizia, al service, alla convivialità (speriamo presto, speriamo, speriamo), alla laicità, all'apoliticità.

Sono stato allevato a pane e Rotary, che è stato per settant'anni il tessuto connettivo della mia partecipazione alla comunità, ha permesso di ampliare la mia visione del mondo e di conoscere persone indimenticabili. Oggi sono ben oltre gli ottanta, ho un affetto profondo accanto, oltre alla gatta, al caminetto, alle passeggiate nel bosco, alle infinite letture, qualche sollecitata attività professionale e un buon bicchiere di Amarone. Assieme compongono una sinfonia di vita che esalta un tramonto di una bellezza e di una inaspettata pienezza di gioia alle quali i ricordi, e quelli rotariani fra i più vivaci, fanno da contrappunto. Resteranno ricordi o un giorno forse non lontano ci diremo: allora, dove eravamo rimasti?

In questo strano clima estemporaneo di Avvento, sperando che sia unico ed irripetibile, sento di dover trasmettere l'augurio, il desiderio, il bisogno di normalità, così come imperativo è l'obbligo di astenerci da ogni possibile forma di socialità corporale, ma non dalle manifestazioni di affetto e di amicizia. Perciò auguri a tutti i Rotariani, a quelli dei

quattro Club più vicini al mio cuore, e a tutti coloro che ne condividono i principi e i valori.

Serock, (PL) 14 Dicembre 2020



Pier Luigi Bonora
PHF, past President e Charterer del Rotary Club
Valsugana

Passeggiando tra le nativita' delle chiese di Vicenza

Il Rotary Club Vicenza ti invita alla conferenza web su Zoom:

"PASSEGGIANDO TRA LE NATIVITA' DELLE CHIESE DI VICENZA"

con relatrice la prof.ssa Valentina Casarotto - Storica dell'arte e dottore di ricerca



Serata web aperta a tutti i rotariani, con gradita presenza di consorti, familiari e amici

GIOVEDI' 17 DICEMBRE ORE 21.00

La professoressa Valentina Casarotto ci accompagnerà virtualmente in una passeggiata all'interno di alcuni luoghi sacri che custodiscono importanti opere d'arte ispirate al tema del Santo Natale.

Entra nella riunione in Zoom, cliccando su questo link:

<https://zoom.us/j/94879058571?pwd=K3VkNk9QKzFqK005MkxwR3A3aDcwQT09>

ID riunione: [948 7905 8571](https://zoom.us/j/94879058571?pwd=K3VkNk9QKzFqK005MkxwR3A3aDcwQT09)

Passcode: 672302

Che questo Natale possa portarci tanta salute, amore e speranza.

Un caro saluto dal Rotary Club Vicenza.

I fondamenti del Rotary

Guida di riferimento per i soci

“A prescindere dal valore che il Rotary ha per noi, il mondo lo conoscerà per i suoi risultati”.

– Paul Harris, 1914

CIRCOLI ROTARY E GRUPPI D’AZIONE ROTARIANA

Gli interessi e gli hobby dei Rotariani sono tanti ed eterogenei quanto lo sono i nostri soci.

I Circoli Rotary e i Gruppi d’azione rotariana sono stati istituiti per consentire ai Rotariani di connettersi con altre persone che condividono i loro stessi interessi; mentre i circoli sono di natura ricreativa o professionale, i gruppi d’azione rotariana si occupano di specifiche aree di intervento umanitario.



Congressisti al Congresso del Rotary International 2016, Corea del Sud

Vi sono circoli dedicati a svariate attività ricreative, come la musica, il tennis e il canottaggio, e a un vasto numero di professioni, dalla medicina alla legge e alla fotografia. Informazioni a proposito si trovano sul sito <https://www.rotary.org/it/our-programs/more-fellowships>.

I Gruppi d’azione rotariana assistono i club e i distretti Rotary a pianificare e a realizzare progetti d’azione umanitaria nell’ambito delle loro aree di competenza. Ad esempio, il gruppo WASRAG ora WASH (*Water, Sanitation, Hygiene*) (<https://www.wasrag.org/>) svolge un’azione di consulenza nel settore dell’acqua e delle strutture igienico-sanitarie per massimizzare l’impatto dei progetti.

Il gruppo RFHA (*Rotarians for Family Health and AIDS Prevention*) <http://rfha.org/> assiste i Rotariani che vogliono aiutare le comunità economicamente e socialmente svantaggiate a ottenere servizi di screening e assistenza sanitaria a basso costo. Informazioni sono disponibili sul sito <https://my.rotary.org/it/take-action/empower-leaders/rotary-action-groups>.

Notizie dal Web

Newsletter del Governatore 2060: clicca [QUI](#)

Lettere Governatore 2060: clicca [QUI](#)

Eventi del Distretto 2060: clicca [QUI](#)

Archivio eventi Distretto 2060: clicca [QUI](#)

Rotary Oggi: clicca [QUI](#)

Rotary Magazine 2060: clicca [QUI](#)

Rotary Magazine Italia: clicca [QUI](#)

News e attualità: clicca [QUI](#)

Riviste ufficiali: clicca [QUI](#)

Voci del Rotary: clicca [QUI](#)

Rotary Leader: clicca [QUI](#)

Rotary Virtual Reality: clicca [QUI](#)