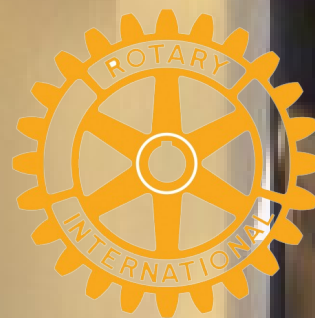


# Rotary Club Bergamo Sud



CONVIVIALE DEL 13 OTTOBRE 2016  
Kasanova  
incontro con l'AD e CFO Enrico CASIRAGHI

Appuntamenti da  
segnare  
pag. 7

Struttura – location -  
notizie dal Club  
pag. 8

Notizie dal  
DISTRETTO 2042  
pag. 11

Notizie dai Gruppi  
Orobico 1 e 2  
pag. 13

**PROSSIMA CONVIVIALE GIOVEDI' 20 ottobre – GRAFOLOGIA - relatrice dott.sa Mariacristina ASTORI**

pag. 14 version française - pag. 15 deutsche Version

*Una interessante e piacevole serata allietata dall'ingresso del nuovo Socio e dove abbiamo scoperto un diverso modo per proporsi alla clientela*

## Kasanova

*Enrico Casiraghi si presenta al Club come CFO di KASANOVA SpA, la grande rete di franchising di casalinghi.*

Parla molto brevemente di sè, definendosi uno che fin da ragazzo si vedeva direttore di banca, ma che poi, divenutolo molto rapidamente, ha capito che quella vita non faceva per lui.

Dalla banca è passato ad una realtà aziendale familiare, la F.lli Fontana srl di Arcore, che si occupava di vendite all'ingrosso di casalinghi.

Introduce quindi l'azienda, raccontandone la storia dalla fondazione ad , ed è subito evidente che i numeri della crescita sono stupefacenti.

Fondata nel 1968 da una donna imprenditrice, Giannina Fontana, l'azienda si colloca fra i grossisti destinati a rifornire i negozi di casalinghi "stile bazar". Siamo in un'epoca in cui nel settore ci sono due tipologie di negozi, quelli di "porcellane" e i bazar. Nel 1994, avviene il grande cambio e da grossista, l'azienda diviene catena di negozi in franchising.

Da quel momento la crescita è inarrestabile, seppure l'azienda mantenga una forte caratterizzazione di impresa familiare, infatti oltre alla fondatrice, vi lavorano il marito e i figli.

Oggi l'azienda fattura 270 milioni di euro e conta circa 1.800 dipendenti con negozi in tutta Italia.

Dopo la presentazione della storia e dei numeri, Enrico Casiraghi si sofferma sulle

ragioni del successo aziendale.

Il primo motivo di successo è senz'altro la sensibilità della signora Fontana di aver saputo capire e, sotto certi aspetti, anticipare la tendenza del mercato: non più un servizio di porcellana "per sempre", ma uno con un buon rapporto qualità/prezzo, colorato e da arricchire con tanti altri casalinghi da acquistare in negozi con una esposizione accattivante e frequentemente rinnovata.

Il secondo motivo è la gestione efficiente ed efficace di questo tipo di business, quindi la logistica, fatta di trasporto e riassortimento veloce, ma anche di flusso di informazioni costante e veloce dai negozi all'azienda, per gestire il riassortimento, ma anche per capire le esigenze del cliente finale e fargli trovare quello che cerca; in sintesi l'utilizzo delle tecnologie più avanzate ed integrate.

Il terzo motivo è l'investimento in capitale umano: la persona, dipendente o cliente, è al centro dell'azienda.

Enrico Casiraghi conclude il suo intervento, proprio su questo punto spiegando in cosa si concretizza l'attenzione alla persona: nei gesti quotidiani dei manager nei confronti dei dipendenti, nel cercare di costruire un ambiente sereno e di collaborazione, dove lavorare quotidianamente facendo del proprio meglio. Si parte da aspetti di gentilezza formale, "per favore" e "grazie" anche nei messaggi email, ad aspetti ben più sostanziali, manifestati attraverso la creazione di rapporti personali di chiara identificazione del collaboratore, sempre chiamato per nome, perchè "riconosciuto" fra i tanti.

Moltissime le domande al termine dell'intervento, fino a quando Clemente, prendendo nuovamente la parola, dice "adesso basta, andiamo a casa?" E tutti ringraziano il relatore e il Presidente per averlo fatto conoscere al Club.

(Anna VENIER)

# Rotary



**IL ROTARY  
AL SERVIZIO  
DELL'UMANITÀ**

**BENVENUTA TRA NOI**

## Roberta

Con piacevole ironia e molta simpatia il nostro socio Giorgio BERTA ha presentato la new entry illustrandone le qualità che lo hanno spinto a proporla al nostro Club.

### **Roberta CALDARA:**

#### **ISTRUZIONE E FORMAZIONE**

1994 Diploma superiore presso I.T.C. Vittorio Emanuele II, Bergamo

2000 Università degli Studi di Bergamo – Corso di Laurea in Economia e Commercio Concorso “Premio Philipp Morris per il marketing – Caso Hag” – Team 1° classificato

2002 Università degli Studi di Bergamo Discussione tesi “Studio di fattibilità per la realizzazione di una struttura ricettiva” Laurea in Economia e Commercio

luglio – agosto 2006 Bournemouth Business School International Corso di aggiornamento lingua inglese in marketing & communications.

#### **ESPERIENZA LAVORATIVA**

##### **Multiconsult Srl**

Marketing per l'impresa 1997-1999 *Junior area marketing e comunicazione* Partecipazione alle fasi di strutturazione dei progetti e supporto ai consulenti senior nella gestione operativa dei piani di marketing e comunicazione. 2000-2002 *Consulente senior - marketing Responsabile progetti di pianificazione strategica di marketing, analisi politiche* posizionamento di brand, consulenza marketing e comunicazione nelle fasi di acquisizione e fusione aziendale; gestione degli eventi speciali, analisi di scenario, competitività e attrattività. 2002-2004 *Consulente senior e Responsabile area marketing* Responsabile progetti e direzione area aziendale con responsabilità risorse e budget. 2004-2010 *Consigliere nel Consiglio di Amministrazione* Consulente senior e responsabile area marketing e comunicazione e consigliere nel Consiglio di Amministrazione

**Fondazione Museo di Palazzo Moroni - PM Servizi S.r.l.** Fondazione culturale 1997-1999 Fondazione Museo di Palazzo Moroni: Consigliere. PM Servizi S.r.l.: Amministratore unico Pianificazione, coordinamento e controllo attività organizzative e di promozione.

##### **Bergamo Formazione di CCIAA Bergamo e Custodia**

Formazione aziendale 2000-2010 Docente in marketing e comunicazione Relatore nei seminari dedicati al Business Plan e al Piano marketing e comunicazione

##### **Conf-Cooperative, Cna, Unione Artigiani, ecc.**

Associazioni di categoria territoriali 2002-2010 Consulente per aziende associate Ambito marketing e comunicazione

##### **Bergamo Convention Bureau**

BCB è un'associazione no profit specializzata nel fornire consulenza alle società di organizzazione di convegni ed eventi, nazionali ed internazionali, supportando il meeting planner dalla fase di progettazione a quella di



realizzazione del progetto. Bergamo Convention Bureau nasce dall'esperienza congiunta del Centro Congressi Giovanni XXIII e dell'Ente Fiera Promoberg ed ha l'obiettivo di promuovere Bergamo città e provincia proponendosi come interlocutore unico garante della qualità dei servizi congressuali locali. Settore di riferimento: Mice (meeting, incentive, conference, event).

2009-2015 Direzione e membro del Consiglio di amministrazione.

Direzione dell'associazione che si occupa di promuovere Bergamo in Italia e all'estero nel settore di riferimento: pianificazione attività, gestione risorse, rapporti territoriali, ecc..

#### **Webbergate Plus S.r.l.**

Sviluppo applicativi per il web, mobile e phone. 2013-2015 Membro del consiglio di amministrazione

#### **Centro Congressi Giovanni XXIII Bergamo**

Il Centro Congressi Giovanni XXIII di Bergamo ha sede nello storico Palazzo Rezzara in centro città e da oltre 20 anni rappresenta nel territorio la sede ideale per eventi, convegni, meeting aziendali. Il Centro Congressi Giovanni XXIII di Bergamo oltre ad ospitare eventi promossi da terzi si occupa di gestire eventi diretti gestendo la segreteria organizzativa e la comunicazione. Il Centro Congressi è provider ECM (Educazione Continua in Medicina) per il Ministero della Salute. **dal 2008** Direzione generale Direzione generale e coordinamento responsabili interni aree amministrativa, commerciale, marketing, logistica, controllo gestione, ecc..

#### **Bergamo Festival FARE LA PACE**

Bergamo Festival FARE LA PACE è un festival culturale che indaga e approfondisce il valore della pace, nodo nevralgico del nostro tempo. La formula della rassegna culturale negli ultimi tre anni si è trasformata adeguandosi alle necessità del presente e dell'attualità, dedicandosi ai temi dei processi di pacificazione, circoscrivendo meglio il proprio perimetro di azione, grazie anche alle particolari sensibilità della città di Bergamo per una partecipazione diretta alla costruzione umana del mondo. Soci dell'associazione sono Ente Fiera Promoberg, Gruppo Sesaab, Centro Congressi Giovanni XXIII. Il festival è promosso dall'Ufficio Cultura della Diocesi di Bergamo e dalla Fondazione Adriano Bernareggi.



#### **dal 2010**

Direzione generale.  
Direzione generale del festival (progettazione, coordinamento e organizzazione)  
Master in marketing e internazionalizzazione  
**Università degli Studi di Bergamo**  
dal 2013 Docente di marketing territoriale e degli eventi.

#### **Plus & Plus S.r.l.**

Attività di consulenza marketing e comunicazione: piani di marketing strategico, progetti di marketing territoriale, ricerche e analisi di mercato, check up aziendali, analisi di customer satisfaction,

internet marketing e media (PPC Management, SEO Advantages of Blogging, Online Reputation Management), product placement, lancio di nuovi prodotti, gestione delle politiche di Brand, piani di comunicazione, media relation.

#### **dal 2010**

Amministratore e consulente aziendale.

#### **Fondazione Adriano Bernareggi**

La Fondazione "Adriano Bernareggi" è uno degli strumenti pastorali della diocesi di Bergamo, gestisce il Museo Diocesano di via Pignolo (Bg) e il Museo della Cattedrale in Piazza Vecchia (Bg). Si occupa di progettazione culturale, organizzazione di mostre, convegni, eventi e progetti di didattica.

#### **dal 2015**

Responsabile di gestione. Coordinamento e ottimizzazione di tutte le attività progettuali, gestionali e di marketing e comunicazione.



# IL LIBRO DEL VENTENNALE



1996 - 2016



E' arrivato libro celebrativo del 20° anniversario di costituzione del Club e verrà distribuito a chi si è prenotato nelle prossime conviviali. (chi lo desidera lo possiamo spedire a mezzo corriere con addebito delle spese)

[Potete scaricare una copia eBook dal seguente link](#)

## Momenti di convivialità

reportage fotografico di Bruno BERNINI









**APPUNTAMENTI IMPORTANTI DA SEGNARE IN AGENDA**

**Lunedì 24 ottobre  
GIORNATA PER LA POLIO PLUS END**



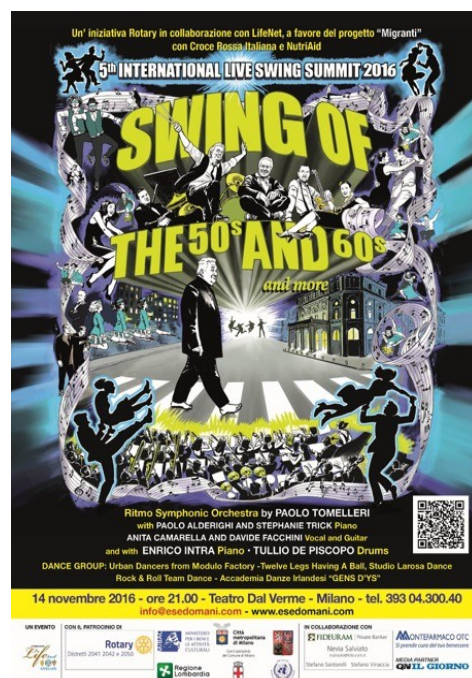
[CLICCA QUI](#) E VISITA IL SITO DEDICATO AL NOSTRO GRANDE PROGETTO MONDIALE PER L'ERADICAZIONE DELLA POLIOMIELITE.

Andrea VECCHI, responsabile del progetto LIFE NET comunica che sono aperte le prevendite per

**Galà Rotary "SWING OF THE 50s AND 60s"**  
**14 novembre 2016. Teatro dal Verme**  
(vedere locandina)

\*\*\*

Il Club intende prenotare 10 posti da mettere a disposizione dei Soci. Chi fosse interessato deve rivolgersi ad Andrea.



## STRUTTURA E LOCATION



IL ROTARY  
AL SERVIZIO  
DELL'UMANITÀ

### ROTARY INTERNATIONAL

*Presidente*

John GERM

### DISTRETTO 2042

*Governatore*

Pietro GIANNINI

*Segretario*

Edoardo GERBELLI

### GRUPPO OROBICO 1

*Assistente Governatore*

Nicoletta SILVESTRI

## IL CLUB

- **Si riunisce:** 1° - 2° - 3° giovedì del mese alle ore 20,00
- **Consiglio Direttivo:** 4° giovedì del mese
- **Presso il Ristorante:** "La Marianna" - Colle Aperto, 2 (Città Alta) Bergamo - tel. 035237027
- e-mail: rbergamosud@gmail.com

## CONSIGLIO DIRETTIVO

*Presidente*

Clementee PREDA

*Vice Presidente*

Giuseppe STEFANELLI

*Segretario*

Anna VENIER

*Past President*

Marco GHISALBERTI

*Tesoriere*

Corrado PEREGO

*Presidente Eletto*

Marco ROSSINI

*Prefetto*

Carlo GHEZZI

*Consiglieri*

Maria Grazia ARDITI - Paola BRAMBILLA - Federico CAFFI - Fulvia CASTELLI - Andrea CATTANEO - Alberto CIAMBELLA - Emanuele CORTESI - Edoardo GERBELLI - Carlo PEDRALI - Antonio PERCASSI - Alberto RAVASIO - Matteo ROTA

-----  
*Gruppo Redazione: Maria Grazia Arditi - Bruno Bernini - Paola Brambilla - Tinin Brizio - Fulvia Castelli - Matteo Ferretti - Edoardo Gerbelli - Emanuela Lanfranco - Alberto Ravasio - Nicoletta Silvestri - Beppe Stefanelli - Andrea Vecchi - Anna Venier*

## VITA DEL CLUB



A

- Bianchessi Eraldo 22 ott.
- Perego Corrado 23 ott.
- Ferretti Matteo 30 nov.

### le riunioni del mese

#### ottobre

20 **Grafologia** - rel. **Dott.sa Mariacristina ASTORI**

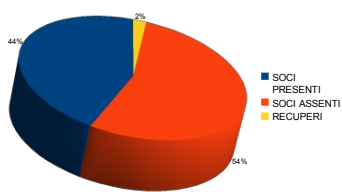
27 **Conviviale sospesa**

#### novembre

03 **I nostri services a favore dei giovani: Premio Gavioli (corti per scuole superiori) - Premio Martina (concorso per alunni delle scuole superiori). Saranno con noi per presentare la serata: Enrico Cavallini, prof.sa Aymon e prof.sa Salone -**



## presenze alla conviviale del 13 ottobre 2016

Soci presenti	25	
Coniugi	1	
Ospiti dei Soci	2	
Ospiti del Club – in visita da altri Club	3	
Totale	31	
Soci presso altri Club : Gerbelli presso il RC Meda e delle Brughiere	1	<b>TABELLA PRESENZE</b>

LA PERCENTUALE E' DATA DA: SOCI ATTIVI PRESENTI / (SOCI ATTIVI – SOCI DOF) X 100  
I SOCI DEL CLUB AL 01/07/2016 SONO 63 DI CUI: ATTIVI 60 – DOF (Dispensati Obbligo di Frequenza) 6 – ONORARI 3

Il Consiglio Direttivo nella riunione del 13 ottobre scorso ha confermato quali soci onorari:

MARIO BELTRAMI

CARLA MERCANTE

LILIANA ROTA

ed ha nominato quale nuovo socio onorario

BIANCA MARIA CAMPAGNA

## PREMIO CINEMATOGRAFICO “GAVIOLI”

ANNO 2016-2017

### “QUI COMINCIA L’AVVENTURA”

#### BANDO DEL PREMIO

Il “PREMIO GAVIOLI”, al 12°anno di programmazione, è un progetto dei Rotary Club dei Distretti 2041 e 2042, nell’ambito dei programmi per le nuove generazioni. È un concorso riservato agli studenti delle Scuole Medie Superiori.

Il progetto prevede la realizzazione di un soggetto e di un corto cinematografico a tema. A tutti i Rotary Club del Distretto, viene inviato il presente bando di concorso. Ogni club sceglierà l’Istituto Scolastico di riferimento, che una volta individuato, sarà segnalato alla nostra commissione.

#### REGOLAMENTO

1. Il tema del Premio Gavioli 2016-2017 è: “**Qui comincia l’avventura**”. **Saranno accettati solo corti inediti**
2. Ogni studente partecipante deve scrivere un soggetto aderente al tema.
3. I soggetti devono poi essere letti e scelti collettivamente dagli studenti.
4. Il soggetto ritenuto migliore va inviato alla Direzione del Premio Gavioli per la verifica della sua aderenza al tema al seguente indirizzo: **flavio-g@hotmail.it**
5. Il soggetto (approvato) deve essere trasformato in sceneggiatura.
6. La storia sceneggiata deve essere poi illustrata (storyboard).
7. Gli studenti devono costituire una troupe ed effettuare le riprese del cortometraggio.
8. Il cortometraggio non deve avere una durata superiore a sette minuti.
9. Non verranno accettati documentari, videomusicali, video pubblicitari.

10. Gli studenti, autori dei corti, dovranno seguire tutto il percorso formativo proposto dal Rotary Club sponsor e dovranno osservare il presente regolamento, e le scadenze previste
11. Non verranno accettati dalla giuria i cortometraggi ritenuti offensivi o lesivi del buon gusto e della moralità.
12. I cortometraggi iscritti al Premio Gavioli devono pervenire entro l'8 maggio 2017 al Distretto Rotary International Via Canova 19/A, 20145 Milano.
13. Il giudizio della giuria è insindacabile
14. Il montaggio sonoro potrà utilizzare una colonna musicale esistente o composta appositamente, con la clausola della non divulgazione al di fuori di eventuali utilizzi a scopi didattici nell'ambito scolastico se utilizzate musiche con diritti autoriali.
15. L'iscrizione al premio e la sottoscrizione della lettera di manleva vale come liberatoria per la diffusione del cortometraggio che rimane di proprietà della scuola e utilizzato per scopi didattici.

### **LO SVOLGIMENTO DEL PROGETTO PREVEDE NELL'ORDINE**

1. La scelta delle Scuole partecipanti. Verranno individuate dai Rotary Club quelle Scuole che vogliono aderire e seguire corsi e lezioni cinematografiche di primo livello sul linguaggio del cinema.
2. Gli studenti interessati parteciperanno ad un primo incontro "GAVIOLI-DAY" con esperti del settore messi a disposizione del Rotary Club sponsor.
3. Presentazione dell'iniziativa e del tema dell'anno.
4. Si procederà alla stesura del soggetto cinematografico secondo il tema prescelto, alla lettura in classe dei soggetti e alla scelta del soggetto migliore, alla stesura della sceneggiatura e successivamente alla stesura della "story board" previa verifica della sua fattibilità.
5. Realizzazione del cortometraggio da parte della equipe (eventuale possibilità di supporto esterno per ripresa e montaggio nel caso in cui la scuola non abbia adeguata attrezzatura )
6. I partecipanti al concorso potranno avere dei crediti formativi da parte della Scuola, se da essa previsti

### **SCADENZE**

#### **9 NOVEMBRE 2016**

I Rotary Club partecipanti, con le scuole aderenti al progetto, devono inviare l'iscrizione entro il 9 novembre 2016 per poter partecipare al GAVIOLI-DAY di sabato 12 novembre

**12 NOVEMBRE 2016.** "G-DAY – GIORNATA DI FORMAZIONE- (luogo da definirsi)) Giornata di formazione cinematografica, con fornitura del materiale didattico necessario, durante la quale verranno illustrati i vari momenti della "costruzione" del filmato all'interno del Laboratorio Cinematografico di classe. Saranno inoltre presentati i contenuti per lo sviluppo del tema dell'anno "Qui comincia l'avventura".

#### **15 DICEMBRE 2016**

La conferma delle scuole partecipanti dovrà avvenire entro il 15 dicembre 2016

#### **8 MAGGIO 2017**

I corti in DVD dovranno pervenire alla sede distrettuale entro l'8 maggio 2017. Le scuole produrranno i loro corti grazie alla sponsorizzazione e alla formazione degli studenti da parte dei Rotary Club.

### **QUOTA ISCRIZIONE**

La partecipazione delle scuole al premio è subordinata al versamento da parte del Club padrino della quota d'iscrizione pari a 600 € da versare entro il 31 gennaio 2017 Tale quota servirà alla copertura delle spese di sponsorizzazione, per l'eventuale produzione del

corto, per le spese generali della manifestazione e della serata evento. Per l'iscrizione va compilato integralmente la scheda allegata

### **PREMIAZIONE**

I corti in concorso saranno giudicati e premiati da una Giuria ufficiale, composta da rotariani e da professionisti del cinema, il cui giudizio sarà insindacabile. La proiezione e premiazione avverrà in data da definire nel mese di giugno. A tempo debito i partecipanti al Premio verranno informati circa luogo e data esatta.

**PER INFORMAZIONI RIVOLGERSI ALLA NOSTRA REFERENTE PER L'AZIONE GIOVANILE:  
MARIA GRAZIA ARDITI**

## DISTRETTO 2042



Pietro Giannini  
Governatore 2016-2017

*Segreteria Distrettuale*  
Via D. Cimarsa, 4  
20144 Milano  
Telefono: +39 02 36580222  
Fax: +39 02 36580229  
e-mail:  
governatore1617@rotary2042.it  
segreteria@rotary2042.it  
sito web:  
www.rotary2042.it  
Codice Fiscale: 97659930156

### Quarta Lettera del Governatore

#### Lettera del mese di ottobre

Lo sviluppo economico e sociale delle comunità è uno degli obiettivi più importanti del Rotary. Di quelle vicine, della propria area di insediamento o prossime ad esse, come di quelle lontane. La crisi economica del mondo occidentale sembra aver messo in ombra i problemi ben più complessi e drammatici, di tante altre aree del mondo dove non sono garantiti neanche i bisogni primari, la scolarizzazione, i servizi medici essenziali, perfino l'alimentazione e l'acqua potabile. Sono tematiche così complesse che una singola persona si scoraggia di fronte all'impossibilità di offrire un contributo efficace che, se non risolutivo, sia almeno utile. Certo, gli apporti di denaro, anche se singolarmente modesti, sono indispensabili, ma lo spirito rotariano ci spingerebbe a qualche cosa di più. E per fortuna, ma non per caso, l'organizzazione del Rotary ci consente di supportare, in vari modi, una struttura atta a incidere in tante situazioni difficili, lontane e meno lontane, sulla base di alcuni principi fondamentali che merita richiamare perché riflettono i valori della nostra Associazione.

Il primo principio che informa l'azione del Rotary verso le comunità, è il rispetto dei valori e della comunità stessa. Nessuna imposizione di modelli precostituiti, nessun trasferimento di peso di modelli ed esperienze altrove maturate, nessuna ripetizione di cliquè e format a stampone. Se aiuto allo sviluppo deve essere, allora non può che partire dall'individuazione delle aspirazioni di una comunità, dagli obiettivi che questa si prefigge e può sentire propri oppure no. Un aiuto che sembra tanto un accompagnamento mano nella mano nella direzione che quella comunità desidera, non verso la meta che noi, arbitrariamente e autoritariamente, sceglieremo per essa. Per questo parlo di rispetto: perché si deve partire proprio dalla libera determinazione di una comunità a tracciare il proprio percorso di sviluppo e di crescita, anche se è diverso da quello che a noi sembrerebbe desiderabile o preferibile.

Per questo ogni attività di intervento e di supporto deve partire dall'ascolto, dalla comprensione, dallo sforzo di interpretazione delle attese della comunità con cui si lavora. E naturalmente questo non è facile perché il sistema di valori è diverso, oltre che i registri di comunicazione e le metriche di valutazione dei diversi aspetti. Nel suo documento sul sostegno alle comunità locali(1), il Rotary sottolinea la centralità di questa fase iniziale ai fini del successo dell'iniziativa: se non si inquadra correttamente sin dall'inizio l'obiettivo, non si potrà conseguirlo anche perché non si otterrà la necessaria collaborazione della comunità e delle sue strutture che, per quanto essenziali o addirittura embrionali, sono decisive per il compimento di qualsivoglia progetto che le coinvolga.

Il secondo principio è quello della valorizzazione delle risorse della comunità e del donatore. Che a sua volta si declina in due aspetti: l'utilizzo il più possibile degli strumenti, delle persone e delle conoscenze locali e l'investimento delle risorse per generare nuovi processi virtuosi e non solo per soddisfare un bisogno di breve periodo. Dal primo punto di vista è evidente il collegamento con il primo principio, quello del rispetto e dell'aderenza del progetto alle caratteristiche e alle aspettative della comunità. Trasferire risorse, tecniche e logiche operative e produttive che non appartengono alla cultura e alla tradizione locale sarebbe quindi una forzatura, un'imposizione che non si adatta al richiamato principio di aiutare la comunità a individuare e a intraprendere il proprio percorso di sviluppo. In questo senso,



(1) "Economic and community development. Project, strategies", Rotary Foundation, Evanston, 2016



l'espressione valorizzare le risorse locali assume davvero significato letterale: utilizzare proprio quanto l'ambiente e la cultura offrono comporta l'attribuzione di valore a cose o comportamenti che altrimenti rimarrebbero inutilizzati, dispersi.

Dall'altro punto di vista, la valorizzazione delle risorse è da intendere come attivazione di qualche cosa che non cessi alla conclusione del progetto. Altrimenti è un mero sussidio non tanto distante dall'elemosina, che non ha nulla di male, ovviamente, ma non genera il risultato auspicato di innescare un processo capace di autoalimentarsi e di produrre benefici in via continuativa, possibilmente anche crescente. Quasi per paradosso, si potrebbe dire che ogni progetto tende a diventare inutile nel corso del tempo: quando ha attivato un meccanismo atto a procedere da sé, oppure, se ha fallito, diventa inutile perché non riesce a esplicare i suoi effetti propulsivi della capacità endogene della comunità. Non tutte le ciambelle escono col buco, dicevano le nonne.

Sussidiarietà: questo è il terzo principio. Nessuna ingerenza o sovrapposizione con altre iniziative e con le azioni che altri, soprattutto le competenti autorità locali, stanno predisponendo. L'intervento di supporto che un ente come il Rotary può allestire deve porsi in posizione non certo subordinata ma complementare con eventuali altre strutture o forme di supporto che siano in corso. Per comprendere come questo sia un valore, bisogna pensare al suo contrario, a quanto cioè risulterebbe arrogante un atteggiamento che volesse spazzare via, o anche solo imporsi rispetto ad altro. Solo inserendosi in modo rispettoso e coordinato nell'insieme delle condizioni, si può attuare un'azione efficace e durevole, efficace perché non duplica l'impiego di risorse, durevole perché può essere accettata dagli stessi destinatari.

Anche la componente finanziaria ha la sua importanza. Benché gli interventi di supporto del Rotary si indirizzino soprattutto in realtà poco sviluppate, con un utilizzo ancora marginale della moneta, le azioni che forniscono anche un sostegno finanziario alle attività imprenditoriali sono di importanza notevole. In questo senso i progetti di microcredito sono uno dei modi più diffusi e replicabili per attivare processi di sviluppo. Aiutano a fondare embrionali attività imprenditoriali come un piccolo laboratorio di sartoria e confezione di abiti e indumenti, modeste strutture artigianali o di coltivazione, fornendo gli elementi essenziali per partire a chi abbia sufficiente spirito d'iniziativa per far evolvere la propria condizione. Certo, non bisogna aspettarsi che le regole del credito funzionino come nel mondo più avanzato: la puntualità delle rate è a dir poco approssimativa e il rimborso del capitale ad alto rischio. Però che investe in questi impieghi ne è consapevole ed è quindi disposto a sopportarne il costo. Così si avvia la comunità verso un'economia monetaria che non vuol certo dire contaminarla con il vizio della speculazione, ma consente l'efficientamento degli scambi che è il primo e fondamentale contributo della moneta all'economia, affrancandola dai limiti stringenti del baratto.

Mi sembra importante sottolineare il documento citato sopra in cui il Rotary fornisce indicazioni e supporti metodologici per l'impostazione di interventi a favore delle comunità di cui i rotariani di tutto il mondo vogliono farsi promotori. È importante perché fornisce linee guida allineate con gli standard scientifici al riguardo e coerenti con i valori della nostra Associazione e quindi può davvero rappresentare una guida per definire almeno i primi passi di un percorso di aiuto vero chi ne ha bisogno, in linea del motto dell'a.r. in corso "Il Rotary al Servizio dell'Umanità". E come dicono i cinesi, ogni grande viaggio inizia con un piccolo passo.



Milano, 1 ottobre 2016

*P. Gerbelli*



## GRUPPO OROBICO 1

### AG Nicoletta SILVESTRI

#### RC BERGAMO



Lunedì 10 ottobre ore 12,45 Relatore il dott. Antonio Castaldello, Ospedale Papa Giovanni XXIII, sul tema: " Radiologia domiciliare al Papa Giovanni: stato dell'arte e prospettive "

Lunedì 17 ottobre ore 12,45 Relatore il socio onorario prof. Remo Morzenti, sul tema: " L'Università degli Studi di Bergamo: un nuovo rapporto con il territorio nella sfida della società della conoscenza "

Lunedì 24 ottobre ore 12,45 Relatore il dott. Girolamo Fabiano, Questore di Bergamo, sul tema: " Dibattito sulla sicurezza percepita e reale "

Lunedì 31 ottobre Riunione sospesa – V° lunedì del mese

#### RC BERGAMO NORD



Martedì 11 Ottobre, ore 20:00  
Conviviale sospesa e sostituita dall'interclub di giovedì 6 ottobre.

Martedì 18 Ottobre, ore 20:00  
Parliamo tra noi: i nuovi Soci si presentano al Club

#### RC BERGAMO OVEST



Lunedì 10 ottobre: ore 18:30 in sede Consiglio direttivo. A seguire ore 20,00 per soli soci "Parliamo tra NOI".

Mercoledì 19 ottobre: ore 20:00 con coniugi e amici in Interclub con il R.C. Treviglio e Pianura Bergamasca per l'incontro con il giornalista Magdi Cristiano Allam presso il Grand Hotel Zingonia. L'incontro sostituisce quello di Lunedì 17 ottobre.

#### RC BERGAMO CITTA' ALTA



Giovedì 13 ottobre alle ore 20,00 alla Taverna del Colleoni avremo ospite il campione bergamasco di golf Costantino Rocca.

Giovedì 20 ottobre alle ore 20,00 alla Taverna avremo ospiti relatori i maestri Bruno Bozzetto e Roberto Frattini.



## GRUPPO OROBICO 2

### AG Umberto ROMANO

NB – per maggiori informazioni sull'attività dei Club Orobici cliccate sul relativo nome

#### RC TREVIGLIO BASSA PIANURA BERGAMASCA



#### RC ROMANO DI LOMBARDIA



#### RC SARNICO E VALLE CAVALLINA



#### RC DALMINE CENTENARIO



#### RC CITTA' DI CLUSONE



## Club gemellati di Chalon e Offenbourg

*Une soirée intéressante et agréable  
applaudi de l'entrée du nouvel actionnaire  
et où nous avons trouvé une autre façon de  
se présenter à des clients*

### Kasanova

Enrico Casiraghi est présenté au Club comme Kasanova SpA CFO, le plus grand réseau de franchise à domicile.

Il parle très brièvement de lui-même, se faisant appeler un qui comme un garçon, vous pouvez voir le directeur de la banque, mais alors, devenu très rapidement, il se rendit compte que la vie ne lui appartenait pas.

La banque est allé à une réalité d'une entreprise familiale, Fratelli Fontana Ltd. Arcore, qui était en charge des ventes en gros de biens ménagers.

il introduit la société, racontant l'histoire de la fondation à l'endroit où il est rapidement évident que les chiffres de croissance sont étonnants.

Fondée en 1968 par une femme entrepreneur, Giannina Fontana, l'entreprise se classe parmi les grossistes destinés à alimenter les achats des ménages "style de bazar". Nous sommes dans une époque où l'industrie, il existe deux types de magasins, ceux de «porcelaine» et les bazars. En 1994, il a lieu le grand changement et grossiste, la société devient une chaîne de magasins de franchise.

Depuis lors, la croissance est imparable, bien que la société maintient une forte caractérisation d'une entreprise familiale, en fait, outre le fondateur, travaillera son mari et ses enfants.

Aujourd'hui, la facture de l'entreprise de 270 millions € et a environ 1.800 employés avec des magasins dans toute l'Italie.

Après la présentation de l'histoire et des chiffres, Enrico Casiraghi demeure sur les raisons du succès de l'entreprise.

La première raison du succès est sans aucun doute la sensibilité de Mme Fontaine avait

été en mesure de comprendre et, à certains égards, d'anticiper l'évolution du marché: plus un ensemble de porcelaine "pour toujours", mais avec un bon rapport qualité / prix de la qualité, coloré et enrichi avec tant d'autres la maison à acheter dans les magasins avec une exposition attrayante et souvent renouvelée.

La deuxième raison est la gestion efficace et efficace de ce type d'entreprise, la logistique, le transport et la reconstitution fait rapide, mais aussi du débit constant et rapide de l'information de l'entreprise magasins, de gérer la reconstitution, mais aussi de comprendre les besoins de l'utilisateur final et laissez-le à trouver ce qu'il cherche; en résumé l'utilisation des technologies les plus avancées et intégrées.

La troisième raison est l'investissement dans le capital humain: la personne, employé ou client, est la priorité de l'entreprise.

Enrico Casiraghi a conclu son discours, précisément sur ce point, en expliquant ce qui a conduit à l'attention de la personne: dans les actions quotidiennes des gestionnaires envers les employés, en essayant de construire un environnement serein et la collaboration, où travailler chaque jour pour faire de leur mieux. Il commence par les aspects formels de politesse, «s'il vous plaît» et «merci», même dans les e-mails, à des aspects beaucoup plus de fond, qui se manifeste par la création de relations personnelles d'identification claire de la co-travailleur, toujours appelé par son nom, parce que «reconnu» entre un grand nombre.

Beaucoup de questions à la fin de l'intervention, jusqu'à ce que Clément, parlant à nouveau, en disant "ça suffit, nous rentrons chez nous?" Et tout remercier le rapporteur et le président pour le faire savoir au Club.

(Anna VENIER)



*Ein interessanter und angenehmer Abend jubelten vom Eingang des neuen Aktionär und wo fanden wir eine andere Art und Weise selbst zu den Kunden zu präsentieren*

## Kasanova

Enrico Casiraghi wird dem Club als Kasanova SpA CFO, dem größten Netzwerk von zu Hause Franchise präsentiert. Er spricht sehr kurz von sich selbst, sich selbst ein Aufruf, der als Junge Sie die Bank-Manager sehen konnte, aber dann, divenutolo sehr schnell, erkannte er, dass das Leben war für ihn nicht. Die Bank hat zu einem Familienunternehmen Realität, Fratelli Fontana Ltd. Arcore gegangen, der verantwortlich für Großkunden-Vertrieb von Haushaltsgeräten war. dann führt er das Unternehmen, zu sagen, um die Geschichte von der Gründung, wo es schnell offensichtlich, dass die Wachstumszahlen sind erstaunlich. Gegründet im Jahr 1968 von einer Frau, Unternehmer, Giannina Fontana, zählt das Unternehmen zu den Großhändler sind die Haushalts Shopping "Basar-Stil" zu liefern. Wir sind in einer Zeit, in der Branche gibt es zwei Arten von Geschäften, die der "Porzellan" und den Basaren. Im Jahr 1994 nimmt sie die große Veränderung und Großhändler zu platzieren, wird das Unternehmen eine Kette von Franchise-Läden. Seitdem ist das Wachstum nicht mehr aufzuhalten, obwohl das Unternehmen eine starke Charakterisierung eines Familienunternehmens unterhält, in der Tat neben dem Gründer, wird ihr Mann und ihre Kinder arbeiten. Heute ist das Unternehmen Rechnung 270.000.000 € und beschäftigt rund 1.800 Mitarbeiter mit Filialen in ganz Italien. Nach der Darstellung der Geschichte und Zahlen, wohnt Enrico Casiraghi über die Gründe für den Erfolg des Unternehmens.

Der erste Grund für den Erfolg ist zweifellos die Empfindlichkeit der Frau Brunnen der Lage gewesen, in mancher Hinsicht, zu verstehen und zu den Markttrend vorwegzunehmen: nicht mehr eine Reihe von China "für immer", aber mit einem guten Preis / Leistungsverhältnis, bunt und angereichert mit so vielen anderen zu Hause in den Geschäften mit einem attraktiven und häufig erneuert Exposition zu kaufen. Der zweite Grund ist die effiziente und effektive Verwaltung dieser Art von Geschäft, dann ist die Logistik, Transport und Nachschub schnell gemacht, aber auch der ständigen und schnellen Informationsfluss von den Unternehmen speichert, um den Nachschub zu verwalten, sondern auch zu verstehen, die Bedürfnisse des Endverbrauchers und lassen Sie ihn finden, was er sucht; zusammenfassend die Verwendung der fortschrittlichsten und integrierten Technologien. Der dritte Grund ist die Investition in das Humankapital: die Person, Mitarbeiter oder Kunde, liegt der Fokus des Unternehmens. Enrico Casiraghi schloss ihre Rede, genau auf diesem Punkt zu erklären, was auf die Aufmerksamkeit der Person geführt: in Manager täglichen Handeln gegenüber Mitarbeitern, bei dem Versuch, eine ruhige Umgebung und die Zusammenarbeit zu bauen, wo jeden Tag ihr Bestes tun, zu arbeiten, . Es beginnt mit der formalen Höflichkeit Aspekte, "bitte" und "danke", auch in E-Mails, zu weit mehr inhaltliche Aspekte, manifestiert durch die Schaffung von persönlichen Beziehungen der eindeutigen Identifikation der Mitarbeiter, immer mit Namen genannt, weil "erkannt" zwischen viele. Viele Fragen am Ende der Intervention, bis Clement, wieder zu sprechen, zu sagen: "Genug ist genug, wir gehen nach Hause?" Und alle danken dem Berichterstatter und dem Präsidenten für die im Club zu wissen, zu tun.  
(Anna VENIER)