

Anno Year 6 n°11
Inverno Winter 2020-2021

CAMPIGLIO

PERSONE PEOPLE IDEE IDEAS STILI STYLE PASSIONI PASSIONS STORIE STORIES



OSPITALITÀ HOSPITALITY
*Campiglio e la Val Rendena
campionesse di ospitalità
con "Bruno Barbieri 4 Hotel".*

CAMPIGLIO AND VAL RENDENA
CHAMPIONS OF HOSPITALITY FOR
BRUNO BARBIERI 4 HOTEL.

INVERNO WINTER
*Come cambia il mondo della neve
ai tempi del Coronavirus?
Incognite e prospettive.*

HOW ARE WINTER VACATIONS CHANGING
IN THESE TIMES OF THE CORONAVIRUS?
UNCERTAINTY AND THE OUTLOOK.



SCOPRI

QUI È FACILE RESTARE SENZA PAROLE

Un nuovo tempo

DI/BY ALBERTA VOLTOLINI

VERRÀ IL TEMPO PER RINCONTRARE LA MONTAGNA

D'INVERNO:

il fascino del bianco paesaggio, il divertimento dello sci, l'avventura delle attività outdoor, la curiosità delle nuove esperienze, il calore dell'accoglienza alpina.

Verrà il tempo per tornare ad ammirare la bellezza silenziosa della natura vestita di neve.

Verrà il tempo per disegnare, di nuovo, sinuose curve sulle piste da sci. Verrà il tempo per ritrovarsi amici nella calda atmosfera di un rifugio alpino.

Verrà il tempo per regalarsi una buona cena nel ristorante preferito e ascoltare musica fino a tarda notte. Verrà il tempo per viaggiare, rivedere i luoghi amati e visitare nuove mete.

Verrà il tempo della vacanza, che avrà il gusto di un'attesa appagata e il sentimento di un abbraccio ritrovato.

Intanto, #CampiglIO tiene vivo il filo della comunicazione con i propri lettori. Approfondisce le luci e le ombre del presente

con l'intervento di autorevoli firme. Racconta storie di vita e di passione per il lavoro. Segue le tracce di avventure imprenditoriali che si nutrono di creatività, arte, design. Dà voce a progetti, innovativi e sostenibili, che valorizzano le persone e fanno bene all'ambiente.

Presenta la puntata di "Bruno Barbieri 4 Hotel": l'eccellenza dell'ospitalità e la maestria dei nostri operatori protagonisti dello show tv diventato un cult. Verrà il tempo per rincontrarci negli spazi liberi dei monti.

Intanto, la nostra destinazione è impegnata, ogni giorno, per preparare, con amore, cura e attenzione, questo incontro. Quando avverrà, sarà memorabile! •

New times

THE TIME WILL COME TO MEET AGAIN IN THESE SNOWY MOUNTAINS

the allure of a wintry landscape, the thrill of skiing, adventure in the great outdoors, the excitement of new experiences and the warmth of alpine hospitality.

The time will come when we can go back to admiring the quiet beauty of a snowy landscape.

The time will come to again carve flowing curves down a powdery slope. The time will come to

meet up again with friends in the warmth of an alpine chalet. The time will come to enjoy great food

in our favorite restaurants and listen to music late into the night. The time will come to travel to

our most loved places and to visit new ones. The time will come for vacation, which will feel like that

familiar embrace we have waited so long to receive.

Until then, #CampiglIO will be keeping the fire going for our readers, as we take a closer look at the light and shadow of the present through the eyes of the experts. In this issue, we tell the stories of passion for a lifelong pursuit. We follow the adventures of those who thrive on art, design and creativity in all its forms.

We give voice to innovative, sustainable projects that value both people and the environment.

And we present the excellence of the hospitality industry and the talents of local hoteliers on display for a popular Italian TV program.

The time will come to meet again in the wide-open spaces of these mountains.

Until then, we are committed, each and every day, to preparing for that meeting with loving care.

When the time comes, it will be truly memorable! •

Rivista semestrale edita dall'Azienda per il Turismo Madonna di Campiglio Pinzolo Val Rendena Spa.

The semi-annual publication of the Madonna di Campiglio Pinzolo Val Rendena Spa Tourism Board.

Autorizzazione del Tribunale di Trento
Authorized by the Trento Tribunal
n. 10/2016, 05.05.2016.

Redazione Editorial Staff: via Pradalago, 4
38086 Madonna di Campiglio (TN),
T. +39 0465 447501.

Amministrazione Administration:
piazza San Giacomo, 38086 Pinzolo (TN).
Direttore responsabile Managing Editor:
Alberta Voltolini.

Progetto grafico e illustrazioni Graphic design,
layout and Illustrations: PlusCo, Trento.

Foto di copertina Cover photo: Sky.

Traduzione Translations: Language Laboratory.

Stampa Press: Litografica Editrice Saturnia, Trento.

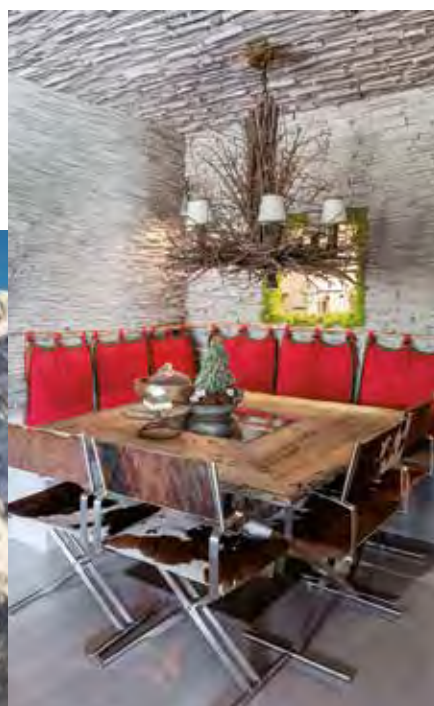
24

L'INVERNO CHE VERRÀ
THE COMING WINTER



CASE DI STILE, ALPINO
A LOVE FOR ALPINE DESIGN

30



56

REDO: UPCYCLING
È MEGLIO
THE REWARDS OF
UPCYCLING

76

LO SCI DI FONDO
CROSS-COUNTRY
SKIING



62

IL GIRO È TORNATO
THE GIRO D'ITALIA
HAS COME BACK

RIPARTIRE DALL'ARTE
STARTING ANEW
WITH ART

80



1 EDITORIALE / LETTER FROM THE EDITOR

4 PUNTI DI VISTA / VIEWPOINTS

"A piedi o sugli sci l'ispirazione
nasce dalle Dolomiti"

"ON FOOT OR ON SKIS, INSPIRATION
ARISES FROM THE DOLOMITES"

7 PUNTI DI VISTA / VIEWPOINTS

Il virus e il profumo di neve

THE VIRUS AND THE FRAGRANCE OF SNOW

10 PUNTI DI VISTA / VIEWPOINTS

La comunicazione di moda
diventa "virale"

GO WHERE FASHION TAKES YOU

13 PUNTI DI VISTA / VIEWPOINTS

Skipass Modena:
il punto sull'inverno

WINTER TOURISM: AN UPDATE

16 PERSONE / PEOPLE

Francesco Bosco:
il signore della neve

FRANCESCO BOSCO:
THE LORD OF THE SNOW

24 INVERNO / WINTER

L'inverno che verrà
THE COMING WINTER

30 PERSONE / PEOPLE

Stefania Sanna:
case di montagna e d'amore

STEFANIA SANNA:
A LOVE FOR ALPINE DESIGN

38 LUSO / LUXURY

Marinai tra i monti

SAILORS IN THE MOUNTAINS

44 CELEBRITÀ / CELEBRITIES

Campiglio & Friends

46 IN ONDA / ON AIR

Bruno Barbieri 4 Hotel

52 MODA / FASHION

"Mi chiamo Grimilde"

"MIRROR, MIRROR ON THE WALL"

56 ECONOMIA CIRCOLARE / CIRCULAR ECONOMY

REDO: il bello e il buono
di un marchio trentino

REDO: THE GOOD OF A LOCAL BRAND

62 EVENTI / EVENTS

Due giorni di Corsa Rosa

THE RACE FOR THE PINK JERSEY

66 SPORT

Tezenis, si parte in vetta

TEZENIS STARTS AT THE TOP

70 IMPRESE / HEROES

Runners da record!

RECORD-BREAKING RUNNERS!

76 OUTDOOR

Il fondo: sport dal cuore antico

CROSS-COUNTRY SKIING:
THE SPORT AND ITS HISTORY

80 ART'È

Ripartire dall'arte

STARTING ANEW WITH ART

86 LIBRI / BOOKS

La montagna stampata

THE MOUNTAINS IN PRINT

88 STORIA / HISTORY

La fine di un'era

THE END OF AN ERA

92 ARTE E CULTURA

Il "ballo della morte"
secondo Sgarbi

SGARBI ON THE DANCE OF DEATH

98 TERRITORIO / DESTINATION

Noi dell'alpe

"WE OF THE PASTURE"

102 PROGETTI / DEVELOPMENT

Primi tuffi nel Biologo

A DIP IN THE BIO-LAKE

106 ESPERIENZE / EXPERIENCES

Prove generali per l'estate 2021

SUMMER: DRESS REHEARSAL FOR 2021

111 TOP AGENDA

DI/BY SILVIA CANDIANI

LA MONTAGNA ISPIRA,
PROTEGGE, DÀ
SPERANZA.
SILVIA CANDIANI, AD
DI MICROSOFT ITALIA,
RACCONTA IL LOCKDOWN
TRASCORSO AI PIEDI
DELLE DOLOMITI DI
BRENTA LAVORANDO PER
UN GRANDE PROGETTO
DI INNOVAZIONE:
"AMBIZIONE ITALIA
#DIGITALRESTART".

“A piedi o sugli sci l’ispirazione nasce dalla magia delle Dolomiti”



“On foot or on skis, inspiration arises from the magic of the Dolomites”

The mountains inspire, protect and give us hope. Silvia Candiani, Ceo of Microsoft Italy, tells her tale of being locked down in the Brenta Dolomites working on a major innovation project: "Ambizione Italia #DigitalRestart".

Travel has always been a part of my life, an opportunity for professional and personal enrichment. For me, experiencing nature is an almost biological need to free my mind and find renewed inspiration. My favorite destinations - Levanto and Madonna di Campiglio - are spots in Italy that I have chosen for their natural landscapes, which are as stunning as they are irresistible.

These are special places where my family and I have decided to create our own havens for a bit of relaxation or for more extended getaways. Madonna di Campiglio in particular is one of my absolute favorites. The beauty of the World Heritage Dolomites welcomes me in and gives me renewed energy in both summer and winter as I stroll through the forests, ski the snowy slopes, and enjoy the pristine nature with my family.



Silvia Candiani

Silvia Candiani è Amministratore delegato (Ad) di Microsoft Italia dal 2017. In precedenza ha avuto esperienze in Vodafone, McKinsey e San Paolo Imi. Laureata alla Bocconi, ha un master in Business Administration presso l'Insead di Fontainebleau.

L'articolo di Silvia Candiani, "A piedi o sugli sci l'ispirazione nasce dalla magia delle Dolomiti", è stato pubblicato sul quotidiano economico-finanziario "Il Sole 24 ore" il 19 Agosto 2020.

Silvia Candiani has been the Chief Executive Officer (CEO) for Microsoft Italy since 2017. Her career has included positions with Vodafone, McKinsey and San Paolo IMI. She completed her undergraduate work at Bocconi University and has done postgraduate studies in Business Administration at INSEAD, Fontainebleau.

The article "A piedi o sugli sci l'ispirazione nasce dalla magia delle Dolomiti", by Silvia Candiani, was first published in the Italian financial-news daily Il Sole 24 Ore on August 19, 2020.

Il viaggio fa parte della mia vita ed è sempre stato un momento di arricchimento professionale e personale: vivere la natura è per me una necessità quasi fisica per liberare la mente e rinnovare l'ispirazione. Così, i miei luoghi del cuore sono località italiane che ho scelto per la presenza

di scenari naturali splendidi e allo stesso tempo prepotenti: Levanto e Madonna di Campiglio. Posti speciali, dove con la mia famiglia abbiamo deciso di crearci piccoli rifugi per i momenti di relax insieme o per vacanze più lunghe. In particolare, Madonna di Campiglio è uno dei miei

posti prediletti. La bellezza delle Dolomiti, patrimonio dell'Unesco, mi accoglie e mi rigenera d'estate e d'inverno. Passeggiate tra i boschi, sciare sulle piste innevate e natura incontaminata scandiscono le giornate con la famiglia. Mi piace molto camminare ovunque e in ogni stagione.

Adoro camminare in città, ad esempio mentre vado in ufficio o per rientrare a casa: mi dà l'occasione di riflettere sulle opportunità o di fare qualche chiamata lontano dai ritmi frenetici della giornata, per pianificare con i collaboratori più stretti qualche progetto a lungo termine.

Ovviamente mi piace ancor di più farlo nello scenario incontaminato delle Dolomiti: non ha prezzo e porta tanti benefici in termini di creatività e freschezza di idee. Inoltre, apprezzo moltissimo le passeggiate ai laghi Nambino o Malghette, le cascate della Val Genova, fino alle passeggiate più impegnative sotto il Brenta o le mitiche Bocchette. Tutto l'anno, con la mia famiglia, siamo pronti con scarponi e scarponcini per esplorare sentieri e piste. Un momento di libertà assoluta e

condivisione dove, circondati dalle vette, possiamo rilassarci, chiacchierare o provare l'ebbrezza di una discesa libera.

Madonna di Campiglio quest'anno ha rappresentato per me molto di più.

Abbiamo deciso di fermarci qualche giorno dopo le vacanze di Carnevale per valutare la situazione Covid-19 e alla fine siamo rimasti lì durante tutto il periodo del lockdown.

Periodo intenso in cui, chiusi in casa, abbiamo continuato a lavorare e studiare, grazie alla tecnologia e all'innovazione digitale, protetti dalle montagne che ci davano un senso di tranquillità e di speranza. Sono rientrata a Milano l'8 maggio per presentare il più ambizioso piano di investimenti di Microsoft in Italia –

Ambizione Italia, #DigitalRestart

per far crescere ancora più rapidamente l'Italia con l'innovazione. Quest'estate

per me sarà tutta italiana e alterneremo la villeggiatura a Campiglio con periodi a Levanto, con visita alle Cinque Terre sia a piedi, sia dal mare e fermandoci magari a Vernazza per un aperitivo con vista. Sarà un'estate tricolore dove continuerò a godermi le bellezze del nostro Paese, pensando cosa può fare il digitale a suo supporto, magari partendo proprio dal turismo per far raccontare le bellezze dell'Italia a un numero sempre più grande di visitatori in tutto il mondo. •

"ABBIAMO CONTINUATO A LAVORARE E STUDIARE, GRAZIE ALLA TECNOLOGIA E ALL'INNOVAZIONE DIGITALE, PROTETTI DALLE MONTAGNE CHE CI DAVANO UN SENSO DI TRANQUILLITÀ E DI SPERANZA".

"WE CONTINUED TO WORK AND TO STUDY WITH THE HELP OF TECHNOLOGY AND DIGITAL INNOVATION, PROTECTED BY THE MOUNTAINS, WHICH GAVE US A SENSE OF TRANQUILITY AND HOPE."

I love walking everywhere in every season. Walking in the city on my way to and from work, for example, gives me a chance to reflect on opportunities or make a few phone calls away from the chaos of a busy day in order to make plans with my closest colleagues for one long-term project or another. Of course, I love even more to walk through the pristine landscapes of the Dolomites. Walks like these are priceless and bring a great many benefits in terms of creativity and fresh ideas. I also very much enjoy strolls around Lake

Nambino or Malghette, or the Val Genova falls, and even a more challenging hike in the Brenta Dolomites or up to the legendary Bocchette. All year round, my family and I have our boots ready for a ski or a hike, moments of absolute freedom and sharing in which we can relax, enjoy each other's company, or experience the thrill of a snowy slope beneath these beautiful spires. Madonna di Campiglio, this year, means quite a bit more. We had decided to extend our trip for a few days after the Carnival holiday to take stock

of the COVID-19 situation, and we ended up staying here throughout the lockdown. During this intense period, bunkered in our home, we continued to work and to study with the help of technology and digital innovation, protected by the mountains, which gave us a sense of tranquility and hope. I returned to Milan on May 8 to present Microsoft's most ambitious investment plan for Italy - Ambizione Italia #DigitalRestart - to help Italy grow even faster through innovation. This summer for me will be an all-Italian affair, as

we alternate between periods in Campiglio and periods in Levanto, visiting the Cinque Terre both on foot and by sea, and we might even make a stop in Vernazza for cocktails with a view now and then. It will be a summer in which I continue to enjoy the beauties of this nation as I wonder what digital technology can do to help, such as starting with tourism in order to tell the tales of these wonders to increasing numbers of visitors from around the world. •

Il virus e il profumo di neve

DI/BY ROBERTA RAFFAETÀ

QUALI CONNESSIONI CI SONO TRA UOMO, AMBIENTE E MICROBI? L'ARGOMENTO, AI TEMPI DEL CORONAVIRUS, È PIÙ CHE ATTUALE, DIROMPENTE.

È l'inizio di novembre: le temperature scendono, si accende la stufa, le giornate si sono accorciate, ma il tempo ricomincia a dilatarsi nell'intimità della propria casa e della valle. Ecco, io in questi momenti comincio a sentire il profumo di neve. Quel leggero pizzicore che ti solletica il naso, rinfresca la mente e rallegra il cuore. Un profumo che non senti solo con il naso, ma che è anche una sensazione, un'emozione, dei ricordi. Anche quest'autunno sento il profumo di neve. Forse lo sento ancora di più di altri anni perché non è scontato che potremo salire in cima e ritrovarci a tirar curve. Questa incertezza pone per molti un pesante interrogativo economico: che ne sarà della nostra economia basta sul turismo e in particolare sul turismo invernale che richiede una programmazione accurata e tanti investimenti? lo purtroppo non ho risposte, né tantomeno soluzioni pronte all'uso. Mi limito a cercare di comprendere ciò che sta succedendo dalla mia prospettiva.

Sono un'antropologa che studia cosa significa essere umani in un mondo più grande di noi, un mondo popolato non solo da esseri umani, ma anche e soprattutto da microbi. Il termine 'microbi' include i virus che, a differenza di altri microbi, hanno bisogno di "attaccarsi" a una cellula – per esempio quelle del nostro corpo – per vivere e riprodursi. Le origini della vita sulla Terra si devono ai microbi, gli unici suoi abitanti fino ad un tempo relativamente recente se considerato in un'ottica geologica. La biodiversità del nostro pianeta è perlopiù garantita dai microbi, nonostante la maggior visibilità di animali e piante. Ciò portò il biologo Stephen Jay Gould ad affermare che la Terra sia sempre stata – e sempre lo sarà – nell'"epoca dei microbi". I microbi si trovano nelle nuvole e fino a 50 chilometri sopra la crosta terrestre. Andando invece verso le profondità della Terra, essi si trovano a diversi chilometri di profondità e negli oceani più bui. Possono sopravvivere ad altissime temperature ma anche nel

ghiaccio dove vivono per milioni di anni in uno stato dormiente. I microbi sono tra gli organismi più adattabili perché possono riprodursi a velocità altissime e cambiare forma e funzione a seconda dell'ambiente in cui si trovano.



Roberta Raffaetà

Maestra di sci, Roberta Raffaetà vive a Carisolo. Professoressa di Antropologia Culturale all'Università Cà Foscari Venezia (dal 2021), si occupa di salute, scienza e ambiente. Nel 2020 ha pubblicato il libro "Antropologia dei microbi. Come la metagenomica sta riconfigurando l'umano e la salute" (Cisu).

Roberta Raffaetà is a ski instructor who lives in Carisolo. She is also a professor of Cultural Anthropology at Venice's Cà Foscari University (beginning in 2021), where she specializes in health, science and the environment. In 2020, she published the book Antropologia dei microbi. Come la metagenomica sta riconfigurando l'umano e la salute (CISU).

The virus and the fragrance of snow

What is the connection between man, microbes and the environment? An earth-shattering question in these times of the Coronavirus.

It's the beginning of November. Temperatures are falling as the days grow shorter, and wood-burning stoves are being lit, but time begins to slow in the intimate comfort of the home and of this valley. It is in these moments that I begin to sense the fragrance of snow — an almost imperceptible tingle in my nose that enlivens the mind and lifts my heart. It is a fragrance you sense not just with your nose. It is a sensation, an emotion, a memory.

This fall, too, I sense the fragrance of snow. I may sense it even more strongly than in previous years because there's a chance we won't be able to hit the slopes and carve the snow. For many, this uncertainty raises a weighty economic question: What will become of our economy based on tourism, particularly winter tourism, which

Per questo motivo, si sta pensando di colonizzare altri pianeti partendo da forme di vita microbica e, all'inverso, probabilmente la prima forma di vita aliena che verrà scoperta sarà microbica.

I microbi sono fondamentali per la vita e la salute del pianeta, ma non solo: lo sono anche per noi. In cielo ci sono circa 100 miliardi di stelle, ma solo nel nostro intestino ci sono 40.000 miliardi di cellule microbiche

così come il 50-90% delle cellule del nostro corpo. La composizione e l'attività dei microbi sono aspetti centrali per lo svolgimento di processi che coinvolgono la salute come il metabolismo, la regolazione del peso, l'attività del sistema immunitario, le reazioni allergiche e le reazioni allo stress, arrivando a influenzare persino l'umore e la personalità. Il nostro modo di vita dà forma e cambia i nostri microbi, così come questi contribuiscono a configurare chi siamo noi e la nostra salute. I virus, grazie alla loro straordinaria capacità di riproduzione, vengono utilizzati per trasportare all'interno del corpo umano pezzi di DNA o farmaci per la cura e la prevenzione.

I virus, quindi, non devono essere associati solo alle malattie: essi sono alla base del processo stesso di evoluzione della nostra e di altre specie e della nostra salute.

Allora perché Sars-CoV-2 sta provocando malattia e morte?



above the Earth's surface. Down beneath the Earth's surface, microbes can be found at depths of several kilometers and in the darkest depths of the ocean.

Micro-organisms are essential to the health of our planet as well as to our own health. There are about 100 billion stars in the night sky, but there are 40 trillion microbial cells in our intestines. Our lifestyle gives form to and changes our micro-organisms, in the same way that they contribute to our health and making us who we are. Because of their extraordinary ability to reproduce, viruses are used to carry drugs or pieces of DNA into the body, so viruses should not only be associated with illness. They also underly the very process of evolution of the human race and of other species, as well as of our health. So

why does SARS-CoV-2 cause illness and death? A virus isn't inherently good or bad. Its effects depend on the familiarity between a virus and its host. The epidemics of the modern world have all been zoonotic, i.e. diseases caused by a virus that is normally found in animals in a given environment and then, for some reason, makes the transition to humans and spreads rapidly. Many scientists believe that pandemics will be increasingly common as a result of our intensive exploitation and violent devastation of nature. To this, we could add the fact that our lives now are organized on a global scale, which helps viruses to spread quickly throughout the world. So we can see why this pandemic has come about and understand the need to protect ourselves and each other with face masks, good hygiene and, unfortunately, restrictions to our movement.

requires accurate planning and a great deal of investment? Unfortunately, I don't know how to answer that question, and I certainly don't have a solution at the ready. All I can do is try to understand from my own point of view. I am an anthropologist who studies what it means to be human in a world that is larger than us, a world populated both by humans and, above all, by microbes. Viruses, too, are microbes, but, unlike other microbes, they need to "attach" to another cell - such as those of our body - in order to live and to reproduce. We owe the origin of life on Earth to microbes, which were the only inhabitants of the planet until relatively recent times on a geological scale. Micro-organisms are in the clouds and up to 50 kilometers (30 miles)

Un virus non è cattivo o buono di per sé, ma i suoi effetti dipendono dalla familiarità che esiste tra un virus e il suo ospite. Le epidemie del mondo moderno – dalla Spagnola all'Ebola, dall'Hiv all'Aviaria – sono tutte zoonosi, ovvero malattie provocate da un virus che normalmente coabita con animali in un determinato ambiente e poi, per una qualche ragione, transita agli esseri umani in maniera abbastanza repentina.

Molti scienziati ipotizzano che le pandemie saranno sempre più frequenti perché legate allo sfruttamento intensivo e alla devastazione violenta della natura.

A ciò si va ad aggiungere il fatto che la nostra vita è organizzata su scala globale e ciò ha

l'effetto di diffondere il virus in tutto il mondo in tempi brevi. Comprendiamo quindi il perché di questa pandemia e della necessità di proteggerci attraverso mascherine, norme igieniche e, ahimè, restrizioni. Alla luce di tutto ciò, la cosa che mi pare sensata fare, seppure difficile, è cogliere l'incertezza che questa pandemia sta provocando per trasformare ciò che davamo per scontato, rendendo la crisi un'eccezionale opportunità di crescita per il nostro territorio sul medio e lungo termine. Questa incertezza, mi rende conto, pesa come un macigno, soprattutto di fronte ad alcune contraddizioni che stanno emergendo nella gestione della pandemia a livello statale. Mi riferisco al fatto che,

in alcuni casi, cosa sia rischioso e cosa no viene definito in maniera contraddittoria e poco razionale. Ma se guardiamo la situazione sul lungo termine, la situazione appare più promettente. Alla luce del fatto che esiste un'interconnessione fondamentale tra esseri umani, microbi e ambiente, ci troviamo in una posizione strategica dato che il nostro è un ambiente ricco di biodiversità. Questa biodiversità è arrivata fino ai giorni nostri anche grazie allo stile di vita adottato dalla nostra comunità nei secoli, all'insegna della convivenza sostenibile tra gli esseri umani e la natura. Questo, se valorizzato, è potenzialmente capace di ispirare altre persone, gli ospiti che frequentano le nostre montagne.

Da maestra di sci, la mia mia speranza – e il mio augurio – è che si attui una valorizzazione e trasformazione del turismo invernale in quanto attore fondamentale per la creazione di un rapporto più equilibrato con la natura. Sciare non è solo una performance sportiva, un capriccio o una moda: è un'esperienza particolare di immersione e partecipazione attiva ad un determinato ambiente, sia culturale che materiale. Ecco da dove viene il profumo di neve che mi piace tanto. •

In light of all of this, it seems best to me, although difficult, to take advantage of the uncertainty being caused by this pandemic to transform that which we used to take for granted in order to turn this crisis into an exceptional opportunity for long-term growth for this territory. I do realize that this uncertainty weighs on us like a boulder, particularly given certain contradictions that are emerging in how the country is managing the pandemic. In certain cases, for example, what is risky and what isn't is being decided in a contradictory manner that is not particularly rational, but if we look at the long-term situation, things begin to appear more promising. Given this fundamental inter-connection between humans, micro-organisms and the environment, we find ourselves in a strategic position in that ours is an environment of great biodiversity. This biodiversity has endured to this day thanks, in part, to the lifestyles we have adopted over the centuries, lifestyles marked by the sustainable co-existence of humans and nature. If this is properly appreciated, we have the potential to inspire others, including those who come to visit these mountains of ours. As a ski instructor, it is my hope that winter tourism can be transformed and made to be a key player in creating a more balanced relationship with nature. Skiing is not just a sport or a trend. It is a special experience of immersion in and active participation with a particular cultural and physical setting. And it is from this that the fragrance of snow I love so much comes. •

Come la comunicazione di moda si adegua alla crisi sanitaria per diventare “virale”

DI/BY ANNA LOCATELLI

CREATIVITÀ, ANALISI, INTUIZIONE, RIFLESSIONE, EMPATIA SONO LA CHIAVE DI UN ACCOMPAGNAMENTO STRATEGICO SU MISURA E A 360 GRADI PER TRASFORMARE PROGETTI IN SUCCESSI.

Go where fashion takes you

Creativity, versatility, digitalization, solidarity and responsibility are the new pillars of fashion marketing. The pandemic brings about change, and major fashion brands are becoming more socially aware and are experimenting with new ways of interacting with increasingly aware consumers.

Creativity, analysis, intuition, reflection and empathy are the keys to a full range of tailor-made strategies aimed at transforming projects into success stories. The result of an experienced team and the union of complementary talents, the primary goal of marketing is to increase the visibility of a brand. Knowing how to adapt a message for the target audience and for the channel selected is the core of that mission. The global health crisis has inevitably led us all to ponder how we consume and, consequently, how we communicate. We have had to bring to bear a great deal of creativity and, above all, versatility in processes. Prestigious fashion houses such as Valentino have been able to respond to the limitations brought about by social distancing with remotely produced content. #ValentinoEmpathy, for example, is a project dedicated to their Fall-Winter 2020-21 campaign, which involved celebrities and other spokespeople wearing the

company's fashions from the fall-winter collection, photographed voluntarily by their loved ones as a sign of solidarity and empathy. Valentino then donated the budget that would have gone into these photo shoots to Rome's Lazzaro Spallanzani Hospital. The **digitalization** of events immediately arose as the most appropriate solution to minimize the consequences of health restrictions. In the fashion industry, Fashion Week is the main event of the season. Buyers, journalists, celebrities and other opinion leaders and influencers come together in the leading fashion capitals to share, discover and experience the latest fashions. With the help of digital platforms and other technologies, a large part of these events were still able to be held. In Italy specifically, established brands and young designers also demonstrated great solidarity and social responsibility by offering creatively innovative digital experiences such as virtual showrooms, phygital fashion shows, Zoom dinners, music videos and short-subject films. These unprecedented times have also turned our attention to important issues such as overproduction, the fast pace of collections and the value of time and money generally, while significantly accelerating the debate surrounding our responsibility to our planet and to future generations. **Giorgio Armani** has been well aware of this issue for some time,

La comunicazione, frutto di un'esperienza condivisa di equipe e dell'incontro di talenti complementari, ha come obiettivo principale lo sviluppo della visibilità del marchio. Saper adattare il messaggio a seconda del destinatario e del canale di comunicazione scelto è il cuore della missione. La crisi sanitaria mondiale ci ha portati inevitabilmente ad una riflessione importante sul modo di consumare e di conseguenza sul modo di comunicare. Abbiamo dovuto fare prova di grande **creatività** e soprattutto di **flessibilità** nei processi. Maison prestigiose come Valentino hanno saputo far

fronte alle limitazioni imposte dal distanziamento sociale attraverso contenuti realizzati da remoto: #ValentinoEmpathy è un progetto dedicato alla campagna Autunno Inverno 2020-21 che ha visto personalità e super star vicine al marchio indossare i look della collezione invernale e farsi fotografare dai loro cari senza nessun compenso, sotto il segno della solidarietà e dell'empatia. La maison ha deciso di devolvere il budget che avrebbe investito negli scatti della campagna all'ospedale Lazzaro Spallanzani di Roma. La **digitalizzazione** degli eventi è immediatamente parsa come la risposta più





Anna Locatelli

Cresciuta a Campiglio, da tredici anni si occupa di comunicazione e relazioni pubbliche nella moda, nel lusso e nel lifestyle. Con una laurea in "Letterature Generali e Comparative" alla Sorbona, un'esperienza nell'ufficio stampa di Parigi della maison FENDI, dal 2015 è partner e codirige, al fianco del suo fondatore, Angelo Sensini Communication. L'agenzia, con base a Parigi ma con uno sguardo all'internazionale, è stata fondata da Angelo Sensini nel 2004 con la missione di affiancare maison prestigiose, designers emergenti, start up, hotel cinque stelle nel processo di posizionamento, nella costruzione della loro immagine e nello sviluppo della loro visibilità.

Tra i clienti rappresentati emergono grandi nomi delle eccellenze Made in Italy, come Loro Piana, Moncler, Marco De Vincenzo, Borgo Egnazia, Valentino, Ermenegildo Zegna, Safilo Group, Alberto Biani e Falconeri; ma anche maison internazionali come Delvaux, Mossi, Azzaro, Alexander Blanc, Bally.

Having grown up in Campiglio, she has been involved in communication and public relations in the world of fashion, luxury and lifestyle for 13 years. With a degree in General and Comparative Literature from the Sorbonne and experience working in the Paris press office of FENDI, since 2015 she has been a partner and co-director of Angelo Sensini Communication alongside the company's founder. Based in Paris, but with an international bent, the agency was founded by Angelo Sensini in 2004 with the mission of assisting prestigious fashion houses, up-and-coming designers, startups and five-star hotels in brand positioning, image building, and the development of visibility.

Their clients include leading Italian names such as Loro Piana, Moncler, Marco De Vincenzo, Borgo Egnazia, Valentino, Ermenegildo Zegna, Safilo Group, Alberto Biani and Falconeri, as well as international fashion houses including Delvaux, Mossi, Azzaro, Alexander Blanc, and Bally.

adeguata per limitare le conseguenze delle restrizioni sanitarie. Nell'industria della moda, la Fashion Week rappresenta l'appuntamento chiave della stagione; gli addetti ai lavori (buyers, giornalisti, opinion leaders, VIP, influencers...) si riuniscono nelle principali capitali del fashion per un momento di scoperta, scambio ed emozione. Grazie alla tecnologia e alle piattaforme digitali, una grande parte degli appuntamenti ha potuto essere mantenuta.

In Italia in modo particolare,

MARCHI AFFERMATI E GIOVANI DESIGNERS HANNO SAPUTO DIMOSTRARE ANCHE GRANDE SOLIDARIETÀ E RESPONSABILITÀ OFFRENDO ESPERIENZE DIGITALI CREATIVE E INNOVATIVE

tra showroom virtuali, phygital show, zoom dinners, video musicali, cortometraggi.

Questo momento inedito ha inoltre messo l'accento su temi importanti come la sovrapproduzione, il ritmo sostenuto delle collezioni e, più in generale, sul valore del tempo e del lavoro, dando una notevole accelerazione al dibattito sulla **responsabilità** verso il nostro pianeta e le generazioni future. Ne era consapevole già da tempo il maestro **Giorgio Armani**, che chiamava il mondo della moda, e soprattutto quello del lusso, a stoppare i ritmi forsennati in nome di un'eleganza senza tempo.

"LA MODA ORA DEVE RALLENTARE IL SUO RITMO INSOSTENIBILE. QUESTA CRISI È UNA MERAVIGLIOSA OPPORTUNITÀ PER RIDARE VALORE ALL'AUTENTICITÀ".

"THIS CRISIS IS AN OPPORTUNITY TO SLOW DOWN AND REALIGN EVERYTHING; TO DEFINE A MORE MEANINGFUL LANDSCAPE. [...] THIS CRISIS IS ALSO AN OPPORTUNITY TO RESTORE VALUE TO AUTHENTICITY."

Ed ora lo ha messo nero su bianco con una lettera alla rivista americana WWD Women's Wears Daily, un titolo di riferimento nel settore. Ha sfilato per primo a porte chiuse, ha donato agli ospedali più impegnati nella ricerca, ha convertito la sua produzione per fornire camici monouso. Ecco che la moda, così come

having called upon the fashion world, and high-end fashion in particular, to put a stop to the frenzied pace in the name of timeless elegance. Armani has now also put this call in black and white in an open letter to the prominent U.S. fashion magazine Women's Wear Daily (WWD), writing, "This crisis is an opportunity to slow down and realign everything; to define a more meaningful landscape. [...] This crisis is also an opportunity to restore value to authenticity." He was the first to do closed-door runway shows.

il turismo per Madonna di Campiglio, è intrinsecamente legata alla nozione di esperienza fisica e sensoriale e ci mette ancor più alla prova per esplorare nuove strade dove lo spettatore, seppure in via digitale, possa rimanere parte attiva dell'evento. **L'autenticità** delle esperienze proposte può essere una prima risposta... •

He has donated to the hospitals most engaged in research, and he has converted his production in order to provide disposable gowns for healthcare workers. As it is for tourism in Madonna di Campiglio, fashion, too, is intrinsically linked to the concept of a physical, sensory experience and puts us to the test to explore new ways in which the audience can remain an active participant in the event, even if only digitally. The authenticity of the experience being provided can prove to be one initial solution. •

Skipass Modena: il punto sull'inverno

DOPO L'ANNULLAMENTO DI SKIPASS A CAUSA DEL DPCM GOVERNATIVO DEL 26 OTTOBRE, FACCIAMO IL PUNTO SUL PROSSIMO INVERNO ATTRAVERSO LA RICERCA CHE, OGNI AUTUNNO, SKIPASS PANORAMA TURISMO ELABORA SULLE PREVISIONI E LE TENDENZE DEL TURISMO MONTANO.



Che inverno attende il turismo bianco, motore economico della montagna italiana e del sistema Alpi? La stagione si avvicina a passo veloce e le incertezze si fanno ogni giorno più profonde. Come ogni autunno, importanti dati per analizzare e prefigurare i mesi che verranno li fornisce Skipass Panorama Turismo con rilevazioni statistiche effettuate su 61 destinazioni della montagna bianca italiana, indagini e interviste rivolte agli appassionati degli sport invernali, e altro ancora. Quali sono gli orientamenti degli italiani nei confronti delle vacanze in montagna? Quali le attività outdoor emergenti, i nuovi profili di turisti e i nuovi trend? Premesso che nell'evoluzione della pandemia da Sars-CoV-2 tutto cambia repentinamente, compresi i dati e le previsioni sul turismo, riceviamo da Skipass Panorama Turismo, e comunichiamo, per prima, la buona notizia.

NELLA CLASSIFICA GENERALE DELLE DESTINAZIONI, CHE VALUTA I FATTORI LEGATI ALL'IMMAGINE, AI SERVIZI E AL VALORE DEL BRAND DELLE LOCALITÀ, MADONNA DI CAMPIGLIO CONQUISTA IL PRIMO POSTO ED È LEADER, INOLTRE, DELLE CLASSIFICHE PIÙ SPECIFICHE "ALBERGHI" E "SERVIZI".

Si colloca, inoltre, dietro a Cortina d'Ampezzo e prima di Livigno nella categoria "famosa".

È ancora tra Cortina e Courmayeur se si valutano le località più "trendy" e al secondo posto, tra Corvara e Ortisei, prendendo in considerazione le "migliori piste". Nella categoria "family" si colloca al terzo, alle spalle di Folgarida-Marilleva e Ortisei. La classifica generale sui demani sciabili vede invece Madonna di Campiglio-Pinzolo scendere di una posizione, attestandosi al quinto posto dietro Val di Fassa, Val Gardena, Alta Badia e Plan de Corones. Nel ranking che riguarda il "migliore innevamento" è seconda solo alla Val Gardena. "Per la stagione 2020/2021 – spiega poi Massimo Feruzzi – le previsioni e gli indicatori di Skipass Panorama Turismo permettono di stimare il fatturato del sistema nazionale della montagna bianca, nonché i dati relativi ad arrivi e presenze degli ospiti, italiani e stranieri, nel loro complesso". I dati, finiti di elaborare a fine ottobre, indicano che il sistema dell'ospitalità subirà un decremento del -31,1%, il fatturato dei servizi collegati alla pratica delle discipline sportive sulla neve (maestri di sci, noleggi, skipass e impianti di risalita) registrerà un -27% mentre l'ulteriore fatturato generato da altri servizi quali ristorazione, commercio, attività ricreative e di divertimento, segnerà un -42,3%. "Il fatturato complessivo del sistema – sottolinea Feruzzi – scivolerà a quota 6 miliardi, segnando una riduzione di ben 2 miliardi, con un decremento totale del -30,6%.

Per quanto riguarda le presenze si prevede un -33,1% (italiani +6,6% e stranieri -72,8%). Alcuni spunti sulle tendenze e gli indicatori delle discipline sportive. Si segnala l'incremento dello sci alpinismo, del winter trekking, con lentezza, e della richiesta di lezioni singole. "Le due "vocazioni" del prossimo inverno – aggiunge il responsabile di Skipass Panorama Turismo – si identificano con una particolare sensibilità al sé, inteso come una ricerca che oscilla tra il solidale e l'ideale". Un settore che non conoscerà alcuna crisi sarà invece quello dello ski luxury. C'è una quota di clientela che è disposta a spendere – anche di più rispetto al passato – per trascorrere un periodo di vacanza in montagna. A patto che sia di lusso". Il report previsionale è stato presentato l'11 novembre 2020 nel corso di un evento digitale. "L'edizione annullata, che avevamo chiamato Skipass Restart – commenta Marco Momoli, direttore di Modenafiere – avrebbe avuto un significato particolare, di ripartenza dopo mesi di difficoltà per tutti, ma le difficoltà stanno continuando. Con questa iniziativa abbiamo voluto mettere a disposizione digitalmente i contenuti che avevamo preparato e che non possiamo condividere fisicamente in quartiere. È stata il primo passo di un cammino che spero ci porti nuovamente e fisicamente tutti a Modena nel 2021". •

Winter tourism: an update

Following the cancellation of Modena's winter Tourism Show, Skipass, due to Covid-19, here is an update on the coming winter season based on the study that Skipass Panorama Turismo conducts each year on trends in alpine tourism.

What can we expect from the winter season, driver of the alpine economies in Italy and abroad? The winter tourist season is fast approaching, and the uncertainty is only getting greater. As they do every year, Skipass Panorama Turismo has released important statistics for 61 mountain destinations in Italy, based on surveys and interviews of winter-sports enthusiasts, in an effort to analyze and forecast trends for the coming months.

How are Italians thinking about vacationing in the mountains? What are the emerging outdoor activities and other trends in tourism? Although everything is changing rapidly, including the numbers and forecasts on tourism, as the situation related to the SARS-CoV-2 pandemic evolves, there is some good news to report in the data recently released by Skipass Panorama Turismo.

In the overall ranking of destinations, which assesses factors related to image, services and brand value, Madonna di Campiglio takes the top spot and also leads in the categories

of hotels and services. Campiglio is also right behind Cortina d'Ampezzo and in front of Livigno in the ranking of most "famous" destinations and between Cortina and Courmayeur for "trendiest" location.

And in the ranking of best ski runs, we come in second between Corvara and Ortisei. In the category of best family destination, Madonna di Campiglio ranks third, behind Folgarida-Marilleva and Ortisei. However, in the general ranking of ski areas, Madonna di Campiglio-Pinzolo has slipped one position, to fifth place behind Val di Fassa, Val



Massimo Feruzzi

Responsabile di Skipass Panorama Turismo, il Centro di ricerca specializzato sul mercato del turismo e degli sport invernali all'interno di Skipass, Massimo Feruzzi è amministratore unico di Jfc, società leader in Italia in management e marketing turistico delle destinazioni, con specifiche competenze nel settore ricerche, marketing, programmazione e pianificazione territoriale.

Director of Skipass Panorama Turismo, a research center within the scope of Modena Skipass specialized in winter tourism and winter sports, Massimo Feruzzi is the sole director of JFC, an Italian leader in destination-tourism management and marketing specialized in research, marketing and planning services for travel destinations.

Gardena, Alta Badia and Plan de Corones, but in the ranking for "best snow", we come in second behind Val Gardena. "For the 2020-2021 season, the forecasts and indicators released by Skipass Panorama Turismo make it possible to estimate revenues nationwide from winter tourism and to forecast the number of foreign and domestic tourists overall," explains Massimo Feruzzi. The numbers, which they finished calculating in late October, indicate that

(including both hotels and vacation rentals) will see a decrease of 31.1%, while revenues from services related to winter sports (e.g. ski instruction, equipment rental, ski passes, and lift tickets) are expected to fall by 27%. Revenues from other services, such as restaurants, retail sales and other recreational activities, are expected to decline by 42.3%.

SKIPASS È IL PIÙ IMPORTANTE SALONE DEL TURISMO E DEGLI SPORT INVERNALI D'ITALIA.

MODENA SKIPASS IS ITALY'S LEADING TRADE SHOW FOR WINTER SPORTS AND TOURISM.

"Total revenues are expected to fall to €6 billion, a decrease of €2 billion, or 30.6%," Feruzzi notes. "Number of visitors is expected to decrease by 33.1% (domestic: +6.6%; international: -72.8%)."

Of note in terms of trends and indicators for the various sports disciplines are the increases in demand for ski mountaineering, winter hiking to a lesser extent, and for individual lessons. "The two 'vocations' for the coming winter season share a particular self-awareness,

in the sense of a quest that oscillates between solidarity and ideals," adds Feruzzi, director of Skipass Panorama Turismo. One segment that will not feel the effects of the crisis is that of luxury travel. There is a segment of the population that is willing to spend - even more than in the past - in order to enjoy a period of vacation in the mountains, so long as it's luxurious.

The provisional report was presented during a digital event on November 11, 2020. "The cancelled edition, which we had named 'Skipass Restart', would have had special meaning after months that have been challenging for us all, but these challenges continue," says Marco Momoli, director of Modenafiere. "With this initiative, we wanted to provide digitally the content that we had prepared and that we can no longer share with you in-person at the exhibition center. It was the first step on a road that, I hope, will bring us all back to Modena [for the trade show] in 2021." •



Marco Momoli

Da luglio 2019 direttore generale di Modenafiere, Marco Momoli inizia il suo percorso professionale in Unilever e Henkel Chimica, nell'area marketing. Nel 1991 entra a far parte di Bolognafiere con l'incarico di project manager e, da allora, svolge tutta la sua carriera all'interno dell'area commerciale della società ricoprendo ruoli di sempre maggiore responsabilità. Attualmente è direttore Business unit Cultura di Bolognafiere.

General manager of Modenafiere since July 2019, Marco Momoli began his career in marketing with Unilever and Henkel Chimica. In 1991, he joined Bolognafiere as a project manager and has continued rising up the ranks of the company's marketing and sales area since then. He is currently the director of Bolognafiera's Culture unit.

Francesco Bosco, 70 anni, bergamasco, è stato direttore generale di Funivie Madonna di Campiglio Spa dal primo gennaio 2009 al 31 luglio 2020. Oggi in pensione, è tornato con la moglie Piera a Temù, dove aveva iniziato la sua carriera. Continua a collaborare con la società impianti della "Perla delle Dolomiti".

Francesco Bosco (70), a native of Bergamo, was general manager of the lift operator Funivie Madonna di Campiglio S.p.A. from January 2009 to July 2020. Now retired, he has returned with his wife, Piera, to Temù, where his career began. He continues collaborating with the Campiglio lift operator.

(S. Palfrader)

FRANCESCO BOSCO IL SIGNORE DELLA NEVE

DI/BY ALBERTA VOLTOLINI

AL MONDO DELLA NEVE, DOVE HA COSTRUITO UNA STORIA DI SUCCESSO, FRANCESCO BOSCO È APPRODATO PER INTUIZIONE. IL MANAGER DI BERGAMO, TALENTO INNATO PER LE PUBBLICHE RELAZIONI, RACCONTA LA SUA CARRIERA E LA SUA VITA.

C'è un prima della sei nella vita di Francesco Bosco?

Ero un buon ciclista. Ho

gareggiato fino ai Dilettanti dove ho vinto sei gare, prima di dovermi fermare per un problema di salute poi risolto. La passione per il ciclismo ce l'ho ancora e fino a poco tempo fa, ogni volta che iniziava il Giro d'Italia, avevo un posto garantito nella carovana della Corsa Rosa, in ammiraglia, come autista.

Ciclismo, sei e neve. Come si sono combinati nella sua vita? Può raccontarci qualche aneddoto?

Quando ero a Ponte di Legno-Tonale ho cominciato a portarci le squadre di ciclismo per fare gli allenamenti in quota. Tra queste la Supermercati Brianzoli di Francesco Moser e Gianni Bugno con general manager Gianni Stanga, che aveva corso con me. Un pomeriggio, raggiungo la squadra e trovo Gianni arrabbiatissimo. Gli chiedo, in bergamasco, "Cosa ghe?". E lui, sempre in bergamasco, mi risponde che Axel Merckx, uno dei suoi corridori, era stato convocato urgentemente a Bruxelles.

The lord of the snow

Francesco Bosco came to this snowy world a bit by intuition and wrote a story of managerial success. With a keen talent for public relations, this businessman from Bergamo talked to us about his career and his life in general.

What came before skiing in the life of Francesco Bosco?

I was a cyclist. I raced at the amateur level and won six races before I had to quit due to a health problem that has since been resolved. I still love cycling and, until recently, always had a guaranteed spot in the Giro d'Italia as a driver for one of the teams.

How have cycling and skiing interacted in your life? Any stories to tell?

When I was in Ponte di Legno-Tonale, I started bringing the cycling teams here for altitude training. This included

the team of Francesco Moser and Gianni Bugno, Supermercati Brianzoli, along with the team's general manager, Gianni Stanga, who raced with me. One afternoon, I met up with the team and found Stanga furious. I asked him, in the Bergamo dialect, "Cosa ghe [What's up]?" And he replied, in dialect, that Axel Merckx, a member of his team, had to get to Brussels right away.

It was an hour and a half drive to Mezzolombardo to catch a train to Belgium. I told them to jump in the car, and I took them to the station, just in time for the train. "You always drive like this?" Stanga asked me.

"Eh, more or less. I drive a bit aggressively," I replied. As a way of thanking me, he said I have a guaranteed spot as a team driver for the Giro d'Italia. I would have liked to take him up on it, but I never had the time; I was always working. I was fortunate for two reasons: I had a job that excited me a lot and an amazing family.

I kind of set everything else to one side, because you can't be everywhere at once.

C'era un'ora e mezzo per raggiungere Mezzolombardo e prendere il treno che lo avrebbe portato in Belgio. Li ho fatti salire subito in macchina e portati in stazione, giusto in tempo per partire. "Tu guidi sempre così?", mi chiese Stanga. "Beh, più o meno, ho una guida un po' spinta", gli risposi. Per ringraziarmi mi assicurò un posto di autista in ammiraglia al Giro d'Italia. Mi sarebbe piaciuto, ma non ho mai avuto tempo, ho lavorato sempre e tanto. La mia fortuna è stata doppia: un lavoro che mi ha coinvolto molto e una bella famiglia. Il resto l'ho lasciato un po' andare perché non si può arrivare dappertutto.

Quando e come è iniziata la sua carriera?

Tutto è nato da un taglio di piante, guardando il Monte Calvo. Frequentavo Temù, il paese di mia moglie Piera, che avevo conosciuto a Bergamo dove studiava, ma lo sci, imparato sotto naia, alla Scuola militare alpina di Aosta, non mi interessava. Ero ancora nel mio mondo del ciclismo e con un posto fisso, di un certo rilievo e con prospettive di carriera, in Enel dove ero entrato dopo il diploma di geometra. Un giorno, mio suocero chiese a me e a mio cognato Enrico di aiutarlo a tagliare alcune piante in un podere proprio di fronte al Monte Calvo. Per la prima volta osservai veramente quel posto, che mi piacque tantissimo, e dissi a mio cognato: "Perché non prendiamo in gestione gli impianti?". Pochi giorni dopo ero a Milano dal proprietario, il professor Lauro Orizio, che faceva non poca soggezione. Ci siamo parlati per tre ore e alla fine mi disse: "Non le nascondo che lei mi è simpatico". Poi, prese un pezzo di carta e ci scrisse sopra un accordo. Cinquecento lire per ogni persona che saliva, la sua richiesta. "Per il primo anno mi accontento di questo – aggiunse – lei mi faccia vedere di che stoffa è, poi possiamo parlare di contratto". E così fu. Era il 1976, avevo 26 anni, mio cognato 23, nessuno dei due aveva esperienza nel settore neve.

Da quel momento, per quasi dieci anni, siamo stati i gestori degli impianti a fune del Monte Calvo, di un rifugio in quota e di un hotel a Temù.

Guardando al passato, come legge, oggi, quell'inizio?

È stata una scelta improvvisa, come tante volte la vita ti porta a fare, ma anche qualcosa di più, direi un'illuminazione. Per come ci sono arrivato, credo di essere stato un predestinato al settore del turismo. Facevo l'impiantista, il gattista, il manovratore di seggiovia, l'operatore di skilift, l'albergatore e, soprattutto, il manager turistico perché avevo capito di non poter rimanere a Temù ad aspettare la clientela. Dovevo andare a cercarmela. Allora ho cominciato a mettere insieme un'offerta turistica completa, con piccoli pacchetti, a proporre le settimane bianche, anche per gli studenti, e a girare la Lombardia alla ricerca di possibili nuovi ospiti. È stata una bella esperienza, molto forte. Quella vita mi piaceva e mi ha permesso di acquisire nuove competenze che mi sono venute buone più tardi.

Cosa è successo dopo?

Nel 1982, nel giro di quattro mesi, mi sono morti improvvisamente il papà, che aveva 60 anni, e la mamma, che di anni ne aveva appena 57. È stata una botta incredibile. Ero a fine contratto e decisi di smettere con il Monte Calvo per dare una mano a mia sorella Antonella, che aveva 21 anni, nel proseguire l'attività commerciale dei nostri genitori a Bergamo.

Quando sono iniziati gli anni di Ponte di Legno-Tonale?

Sei mesi dopo è arrivata la chiamata da Ponte di Legno-Tonale. Mi si chiedeva di seguire alcuni aspetti dell'attività commerciale. Due anni dopo, nel 1985, ho accettato l'incarico di direttore commerciale del Consorzio Skirama Ponte di Legno-Tonale. Qui è nata la grande esperienza. Su mia sollecitazione, il consorzio impiantistico è stato trasformato in un consorzio di stazione con l'ingresso dei comuni dell'alta

Val Camonica più il Comune di Vermiglio, le associazioni albergatori e le scuole sci. Da quel momento ho cominciato a fare un bel lavoro che comprendeva la promozione, la commercializzazione, l'immagine, il marketing, l'attività di ufficio stampa e le pubbliche relazioni.

La soddisfazione più grande di quel periodo?

La realizzazione del grande sogno, come lo avevo battezzato, del collegamento Ponte di Legno-Tonale, inaugurato nel 2006, e l'ampliamento del demanio sciabile su Temù. Ero convinto di terminare la mia vita professionale all'interno di quello che è poi diventato il Consorzio Adamello Ski, perché cose da fare ce n'erano ancora tante. Improvvisamente, però, nel 2008 si è rotto qualche meccanismo. Il collegamento e l'ampliamento li avevo intesi come punto di partenza per far diventare Ponte di Legno-Tonale una grande stazione sciistica. La politica locale lo ha invece considerato un punto di arrivo e non ha capito il mio intento. A giugno, dopo 23 anni, ci siamo salutati. Non nego di averci lasciato un pezzo del mio cuore, ma sono andato via sereno. Oggi sono nuovamente lì, ho scelto di viverci.

Quali sono state le basi per il suo arrivo a Madonna di Campiglio?

La voce che avevo lasciato Ponte di Legno si era sparsa. L'ingegner Marcello Andreolli, allora presidente di Funivie Madonna di Campiglio, che conoscevo da tempo, mi chiamò chiedendomi di assumere la direzione della società, anche perché l'allora direttore Domenico Schiavon sarebbe andato in pensione. Per Campiglio ho declinato altre 19 proposte di lavoro ricevute dalle più importanti stazioni dell'arco alpino. Non mi sarei mai aspettato di riceverne così tante a 58 anni.

I colloqui li feci con Marcello Andreolli e Alessandro Bleggi, consigliere nel Cda di Funivie che il settembre dell'anno successivo sarebbe diventato il nuovo presidente. "Chi stai cercando?", chiesi a Marcello. "Francesco

Sotto, con il conduttore televisivo Massimiliano Ossini.

Below, with the television presenter Massimiliano Ossini. (P. Bisti)



Francesco Bosco al lavoro in Funivie Madonna di Campiglio.

Francesco Bosco at work in the offices of Funivie Madonna di Campiglio (S. Palfrader)

When and how did your career start out?

It all started when cutting down some trees, overlooking Monte Calvo. I used to spend a lot of time in Temù, the hometown of my wife, Piera, whom I met in Bergamo, where she was studying. I learned to ski when I was at alpine military school in Aosta, but it didn't interest me much. I was still wrapped up in cycling, with a guaranteed spot of certain importance and career aspirations on team Enel, which I had joined after finishing high school. One day, my father-in-law asked me and my brother-in-law, Enrico, to help him cut down some trees on a property across from Monte Calvo. That was the first time I had truly seen that place, and I loved it. I told my brother-in-law, "Why don't we start running the lifts here?"

A few days later, I was in Milan meeting with the owner, Prof. Lauro Orizio, who looked more than a little uneasy. We talked for three hours and in the end he said, "I have to be honest, I like you."

Then he grabbed a piece of paper and wrote out an agreement. Five hundred lire per person to use the lift was his request, adding, "For the first year, I'll be happy with this.

Show me you've got what it takes, and then we can talk about a contract."

And so it was. It was 1976. I was 26 and my brother-in-law was 23. Neither of us had any experience in the skiing business. For the next ten years, we managed the Monte Calvo lifts, a mountain lodge and a hotel in Temù.

Looking back, what are your thoughts on that start?

It was an on-the-spot decision, like so many others that happen in life, but it was also something more, like a flash of inspiration. Given how I got here, I believe I was destined for the tourism industry. I've worked on systems, groomed slopes, operated and managed lifts, run a hotel and, above all, been a tourism manager, because I knew that I couldn't sit in Temù and wait for customers to come to me. I had to go out and find them. So I started putting together a full tourism offering with small package deals and offering snow vacations of all kinds, even for students. I would travel around the Lombardy region to find potential new customers. It was a great, really cool experience. I enjoyed that life and it enabled me to learn new skills that came in handy later on.

What happened then?

In 1982, in the space of about four months, my dad died suddenly at the age of 60, followed by my mother, who was just 57. It was an incredible shock. I was at the end of my contract, so I decided to quit at Monte Calvo and go help my sister, Antonella, who was 21 at the time, with our parents' business in Bergamo.

When did your years in Ponte di Legno-Tonale begin?

Six months later, I got a call from Ponte di Legno-Tonale asking if I would oversee certain aspects of the business. Two years later, in 1985, I accepted the position of commercial manager for the Ponte di Legno-Tonale Skirama consortium. That's where a great experience began. Based on my input, the lift-operator consortium was transformed into a ski-area consortium with the addition of the municipalities of the upper Camonica Valley, plus the municipality of Vermiglio, along with the hotel associations and the ski school. From that point on, I started a great career that included marketing, commercialization, image promotion, press office, and public relations.

Bosco”, mi rispose Andreolli. E io: “Guarda che se vengo a Campiglio, vengo con le mie idee e il mio modo di fare”. Il mio arrivo è stato la risposta alla volontà di Funivie di guardare oltre la parte esclusivamente impiantistica nella consapevolezza che una grande società impianti, in una grande stazione, in un grande contesto, deve svolgere anche altri compiti.

Quali sono stati i capisaldi della sua strategia di manager?

Premesso che dal punto di vista professionale, la mia fortuna è stata di nascere mentre il turismo nasceva e di crescere mentre il turismo cresceva, credo nella validità di un’offerta globale, alla quale concorrono tutte le categorie economiche legate al turismo, da proporre su più mercati. Sono stato tra i primi a fare promozione all’estero. L’anno dopo la caduta del muro di Berlino, io e Enio Meneghelli, a quel tempo presidente dell’Azienda per il Turismo Garda Trentino, eravamo gli unici presenti alle fiere di Praga e Budapest. Da lì ho cominciato a impostare un grande progetto promo-commerciale che ha fatto prosperare Ponte di Legno-Tonale e che poi, con le dovute differenze, ho portato a Campiglio dove, nell’inverno 2008/2009, il turismo straniero rappresentava solo l’8% delle presenze. Devo essere sincero, far capire che andare sui mercati non avrebbe compromesso l’immagine della località, non è stato facile. Per un paio d’anni, come Funivie, abbiamo operato sul fronte promo-commerciale in maniera quasi clandestina poi, con la nuova presidenza di Marco Masè, abbiamo cominciato a operare insieme ad Apt, che è il tavolo di regia delle operatività turistiche presenti sul territorio. I risultati sono arrivati e la stazione è cresciuta moltissimo sotto questo aspetto.

Come vede il ruolo di una società impiantistica all’interno della destinazione?

In una località turistica, piccola o grande che sia, l’operatore con più potenzialità è



Insieme al Comitato organizzatore 3Tre.
Together with the 3Tre Organizing Committee.
(P. Bisti)



la società degli impianti che deve mettere a disposizione il proprio management per permettere alla località di crescere ulteriormente. Bisogna camminare nella stessa direzione, crescere a 360 gradi in numeri e, soprattutto, in qualità. Per fare questo è necessario un colloquio costante e continuo tra le parti. Questa è sempre stata la mia filosofia che, bene o male, sono riuscito a portare avanti anche a Madonna di Campiglio.

Quali sono stati i progetti più importanti della sua direzione campigliana?

Si è iniziato subito con seri ragionamenti sulla sostituzione di alcuni impianti, la realizzazione di nuove piste, l’allargamento di quelle esistenti e, soprattutto, su un nuovo sistema per l’innnevamento programmato. A segnare la svolta è stata l’idea del lago Montagnoli. Abbiamo dovuto lottare contro tutto e tutti, ma siamo stati molto determinati. Ci siamo impegnati a rendere il lago Montagnoli il più bel lago di Madonna di Campiglio e i risultati, oggi, sono sotto gli occhi di tutti, anche dei più scettici. È stato dimostrato che ogni volta che mettiamo mano alle piste

lo facciamo con testa. Lo dico sempre, i più interessati alla natura siamo noi impiantisti perché senza ambiente non possiamo fare e vendere turismo di qualità.

E poi c’è stato il ritorno, atteso e cercato, della Coppa del Mondo di sci alpino...

Con Lorenzo Conci, che si è dato un gran daffare, ci siamo messi di buzzo buono, sfruttando le nostre conoscenze, per lavorare ai fianchi delle persone che decidevano. Da parte mia avevo conosciuto molto bene l’ambiente della Fisi che frequentava il Tonale e il ghiacciaio Presena. Il problema più grosso era Günther Hujara, il responsabile della Coppa del Mondo maschile di sci che aveva il dente avvelenato con Campiglio per vicissitudini che non ho mai capito fino in fondo. Dico che siamo stati bravi nel riuscire ad avere l’assegnazione di uno slalom (2012), ma senza illuderci sul futuro. Dai vertici ci dissero chiaramente che, se andava bene, la gara si sarebbe tenuta ad anni alterni. Quando c’è stato il passaggio da Hujara a Markus Waldner (precedentemente allenatore nella Nazionale italiana e responsabile della Coppa Europa),

What were your greatest sources of satisfaction then?

The realization of a great dream, as I called it, of the Ponte di Legno-Tonale connection in 2006 and expansion of the interconnected ski area to Temù. I was sure that I would finish out my career at what would then become the Adamello Ski consortium, because there was a whole lot to be done there. Suddenly though, in 2008, something broke.

In June, after 23 years, we went our separate ways. I can’t deny that I left a piece of my heart back there, but I left contentedly. Now, I’m back there again and have decided to live there.

How did you end up in Madonna di Campiglio?

Word had spread from Ponte di Legno. Marcello Andreolli, chairman of the Madonna di Campiglio lift operator and longtime acquaintance of mine, called to ask me to take over management of the company, in part because the director at that time, Domenico Schiavon, was about to retire. I had interviews with Marcello Andreolli and Alessandro Bleggi, a member of the board who would go on to become the new chairman in September

of the following year. “Who are you looking for?” I asked Marcello. “Francesco Bosco,” he replied. To which I said, “Look, if I come to Campiglio, I come with my own ideas and my own way of doing things.”

What were the cornerstones of your management strategy?

I should first say that, professionally speaking, my good fortune was to come up when tourism first arose and to develop as tourism was developing. I believe in the validity of a global offering that engages all industries related to tourism that can be offered to multiple markets. I was one of the first to promote internationally.

I started to set up a major marketing plan that enabled Ponte di Legno-Tonale to prosper and then, with the right adjustments, I brought it to Campiglio, where, for the 2008-2009 winter season, international tourism accounted for just 8% of the total. For a couple of years, we did our marketing at the lift operator almost entirely in secret. Then, when Marco Masè became president, we began to work together with the tourist association, the command center that needs to bring together all the tourism operations throughout the territory. The results began coming in and the location grew a great deal in this regard.

How do you see the role of a lift operator within a tourist destination?

Within a tourist destination, small or large, the operator with the most potential is the lift operator, which needs to make its management available in order to allow the location to grow further. We need to all move in the same direction and grow in both numbers and, above all, in quality in all areas. To do this, there needs to be constant dialogue among the parties. This has always been my philosophy, which I have, for better or for worse, been able to pursue here in Madonna di Campiglio, too.

What have been the most important projects for you here in Campiglio?

It began right away with serious thought given to the status of certain lifts, the creation of new runs, the widening of existing runs and, above all, to a new system for artificial snow. The turning point was the idea for Lake Montagnoli. We had to fight everyone and everything, but we were very determined. We were committed to making Lake Montagnoli Madonna di Campiglio’s most beautiful lake, and the results are there now for all to see, even the most skeptical.

Then there was the much-awaited and sought-for return of the Alpine Ski World Cup.

With Lorenzo Conci, who really worked hard, we did all we could to take advantage of our knowledge to work alongside the decision-makers. The biggest problem was Günther Hujara, the men’s Alpine World Cup chief race director, who had it in for Campiglio for reasons I never fully understood. I say that we did good to be able to get a slalom race (in 2012), but without fooling ourselves about the future. Those at the top told us clearly that, if all went well, the race would be held every other year. When race direction changed hands from Hujara to Markus Waldner (who was head coach of the Italian national team and director of the European Cup), with whom we already had a good relationship, things changed and we were able to establish a dialogue. The work done by Conci and the skill demonstrated by the organizing committee did the rest, and the World Cup again became a fixture in Madonna di Campiglio.

What is your assessment of the Pinzolo-Madonna di Campiglio lift connection?

It fell into my lap ready to go. I didn’t have to say a word. I see it as a great opportunity, in part because, from my point of view, the bigger we are, the better it is. Or better, it’s an opportunity for Campiglio, a great opportunity for Pinzolo, which has grown immensely, and, above all, an opportunity to promote a ski area with 150 km of runs, which is not a little.



3th
3tre
 FIS Ski World Cup
Madonna di Campiglio
The Night Slalom
 22 December
 2020
3trecompiglio.it

con il quale c'era già un grande feeling, le cose sono cambiate ed è stato possibile costruire un dialogo. Il lavoro di Conci e la competenza dimostrata dal Comitato organizzatore hanno fatto il resto e la Coppa del Mondo è tornata in pianta stabile a Madonna di Campiglio. È stato un bel risultato dal quale è nata una serie di esperienze e di situazioni che mi hanno fatto crescere ulteriormente come uomo e addetto del settore.

Il suo giudizio sul collegamento impiantistico Pinzolo-Madonna di Campiglio?

Me lo sono trovato bell'e pronto, non ci ho messo una parola. Lo considero una grande opportunità anche perché la mia mentalità mi porta a dire che più grandi si è meglio è. Specifico, un'opportunità per Campiglio, una grande opportunità per Pinzolo che è cresciuta moltissimo e, soprattutto, un'opportunità per vendere sul mercato una Skiarea di 150 km di piste, non poco. Poi poteva essere fatto in maniera diversa? Forse sì. Poteva essere realizzato anche per i non sciatori? Forse sì. Allora credo fosse l'unica possibilità, ed è stata colta al volo.

Un rammarico?

Oggi, se c'è un rammarico, è che nel nostro settore servono manager, ma il mercato non ne offre perché mai nessuno è stato in grado di formarli. L'università si è accorta troppo tardi di questa necessità e gli impiantisti, un po' "condizionati" dal predominio del Dolomiti Superski all'interno dell'Anef (Associazione italiana esercenti funiviari), non hanno mai avuto il coraggio di affrontare questo problema. Alla direzione di una grossa società impiantistica, serve più un manager, con capacità di dialogare con il territorio, che un tecnico. Su questo tema sono stato ascoltato poco.

Qual è il suo ruolo attuale in Funivie Madonna di Campiglio?

Il finale è stato preparato per tempo e il 31 luglio 2020, con serenità e tranquillità, ho salutato Funivie Madonna di Campiglio e

sono andato in pensione. A settant'anni credo sia giusto. Mi è stato chiesto di rimanere vicino a Funivie, fornendo i consigli che mi sono richiesti data l'esperienza e quarantacinque anni di neve che ho pestato in lungo e in largo. Un giorno a settimana torno in ufficio a Campiglio.

Quali sono, secondo lei, i punti di forza e debolezze di Campiglio?

I punti di forza sono la posizione, l'eccezionale contesto ambientale in cui è inserita e un demanio sciabile all'altezza con 150 km di piste. Nessun'altra grande stazione sciistica al mondo che io conosca ha impianti e

piste che partono e arrivano, sci ai piedi, nei quattro punti cardinali del paese. Qualche debolezza la vedo nelle proposte apres ski, che potrebbero essere di più, e negli ambienti in grado di ospitare avvenimenti culturali, molto apprezzati da un certo tipo di clientela. Anche questi sono pochi. Aggiungo, inoltre, che ci vorrebbe una maggiore disponibilità, da parte degli operatori, a portare il meglio delle loro competenze all'interno di Apt e a conoscere i mercati e le loro esigenze. Se tu conosci il mercato o hai la percezione di quello che il mercato ti chiede, sarai sempre all'altezza di anticiparne le richieste e di farti trovare pronto all'evenienza. Se aspetti, c'è il rischio di arrivare di corsa e in ritardo.

Il futuro, Covid-19 permettendo?

Risolto il problema del Covid-19, se le cose rimangono così, vedo un futuro roseo per Madonna di Campiglio. È una grande stazione turistica e c'è ancora possibilità di crescere. Se ci lasciano ampliare il demanio sciabile diventerà davvero una grandissima destinazione. •

PERSONE
PEOPLE

"VEDO UN FUTURO ROSEO PER MADONNA DI CAMPIGLIO".
 "I SEE A ROSY FUTURE FOR MADONNA DI CAMPIGLIO."

Any regrets?

Today, if I have any regrets, it would be that we need managers in our industry, but the market doesn't have any to offer because nobody has been able to train them. A manager able to work with the community, more than a technician, is needed at the helm of a major lift operator. I haven't been listened to enough in this regard.

What is your current role at Funivie Madonna di Campiglio?

The final act was prepared ahead of time, so I said my goodbyes to Funivie Madonna di Campiglio on July 31, 2020, with full peace of mind, and went into retirement. At 70, I think it was time. I was asked to stay close in an advisory capacity

when needed, given my 45 years of experience pounding the snow far and wide.

What are Campiglio's strengths and weaknesses in your view?

Its strengths are its location, the stunning landscape in which it is situated, and a quality ski area with 150 km of runs. No other major ski resort in the world that I know of has lifts and runs that start and finish in the four corners of the town. I see some weakness in the after-ski offering, which could be better, and in the venues able to host cultural events, which are an important draw for a certain type of clientele and are too few.

I would also add that there could be a greater willingness among the local operators to give their best to the local tourist association and to understand the markets and their needs.

And the future, COVID-19 permitting?

Once the problem of COVID-19 has been resolved, if things stay as they are, I see a rosy future for Madonna di Campiglio. It's a great ski resort and there's still room for growth. If they let us extend the ski area, it will become a truly exceptional ski destination. •

DI/BY SABRINA FRIZZI

COME SARÀ IL PROSSIMO INVERNO? IN ATTESA CHE L'EMERGENZA PANDEMICA RITORNI SOTTO CONTROLLO, LA DESTINAZIONE SI PREPARA A GARANTIRE MASSIMA SICUREZZA SULLE PISTE E SUGLI IMPIANTI DI RISALITA E A VALORIZZARE LE ATTIVITÀ NELLA NATURA.



L'INVERNO CHE VERRÀ

L'inverno è alle porte, con la neve che ha fatto le sue prime incursioni in un paesaggio ancora vestito d'autunno. Con i tramonti che colorano di rosa le Dolomiti di Brenta già dal pomeriggio. Con l'acqua dei torrenti e dei laghi in quota che inizia a lasciare lo spazio alla magia dei cristalli di ghiaccio. Sarà sicuramente un inverno diverso dai soliti quello che ci aspetta, ma la bellezza che ci circonda sarà la stessa di sempre. Le montagne, i paesaggi innevati, i boschi, gli ampi spazi del Parco Naturale Adamello

The Coming Winter

What will the coming winter season be like? As we await getting the pandemic back under control, Campiglio is preparing to ensure the utmost safety on the slopes and in the lifts and to promote outdoor activities.

Winter is fast approaching, and the snow has made its first appearance in what is still an autumn landscape, with sunsets now coloring the Brenta Dolomites pink earlier in the afternoon and magical crystals of ice beginning to form on the mountain lakes and streams.

This upcoming winter will certainly be different from what we normally expect, but the surrounding beauty will be the same as it always is. The snow-topped mountains, the alpine forests, and the wide-open spaces of

the Adamello-Brenta Nature Park will continue to be the highlights of outdoor activities and relaxing at the spa in this ideal setting in which to discover new ways to experience nature.

The winter version of **Dolomiti Natural Wellness** has been designed, or redesigned, with the environment front and center, offering a series of sensory experiences that make use of typical elements of winter to rediscover wellness through nature. Another experience you won't want to miss is Andrea Bianchi's innovative **Hot mind** technique to achieving increased energy, wellness and vitality through the regenerative power of cold and of being in harmony with the elements of nature.

In addition to **snowshoeing** and **hiking** through snow-covered alpine forests and pastures (with 15 routes marked and mapped throughout the area), there is



Inverno 2020/2021:
un'opportunità per scoprire
gli sport all'aria aperta.

(D. Molineris)

Winter 2020/2021:
an opportunity to discover
new outdoor sports
immersed in nature.

Brenta continueranno a essere i protagonisti di momenti di benessere e svago all'aria aperta e i luoghi ideali per scoprire nuove attività a stretto contatto con la natura. Partendo, o ripartendo, dall'ambiente è stata pensata la versione invernale del **Dolomiti Natural Wellness**: una serie di attività sensoriali che utilizzano gli elementi tipici della stagione fredda per ritrovare il benessere proprio attraverso la natura. A queste si aggiungono delle esperienze imperdibili con l'esperto Andrea Bianchi basate sull'innovativo metodo "**Hot mind**", che dona salute, vitalità ed energia grazie al potere rigenerante del freddo e alla sintonia con gli elementi del paesaggio. Alle **escursioni con le ciaspole** e alle **passeggiate a piedi** tra boschi e prati d'alta quota coperti di neve (sono 15 i

percorsi mappati e segnalati presenti sul territorio), si aggiunge la nuova esperienza "**Snowmoon**". Nelle notti di luna piena si potrà vivere la suggestione di una passeggiata sulla neve accompagnati dai giochi di luce regalati dalla luna, da musica in cuffia e da esperte guide locali. Per chi ama lo **sci alpinismo**, sono molti i percorsi all'insegna della natura e del silenzio, scegliendo tra quelli classici, illustrati nelle guide, e quelli meno battuti, nelle Dolomiti di Brenta come nel gruppo dell'Adamello Presanella. Senza dimenticare la possibilità di praticare questo sport anche in notturna, sotto le stelle, lungo tracciati dedicati che garantiscono salite e discese in sicurezza, accompagnate magari da golose soste in rifugio.

now also the new experience known as Snowmoon. On the nights of the full moon, you can experience these stunning landscapes, moonlight reflecting off of the snow, as you listen to music and the expert words of local guides. For those who love ski **mountaineering**, there are a great many opportunities in the silence of nature, from the traditional itineraries you find in the guidebooks to less common routes in both the Brenta Dolomites and the Adamello-Presanella group. There is also the possibility to enjoy ski mountaineering at night, under a starry sky, along routes that ensure safe climbs and descents, and don't forget to stop for a bite or a drink in a ski-in lodge along the way.

100% bontá sublime delle nostre mele alpine!



LENI'S È UN MARCHIO VOG PRODUCTS

lenismele.it



Solo mele del Trentino Alto Adige, coltivate dalle nostre 13.500 famiglie di frutticoltori e spremute con tutto il nostro **Liebe!**



Leni's mele with Liebe

Tra le attività outdoor da vivere negli spazi aperti apprezzando le magiche suggestioni dell'ambiente invernale, non può mancare lo **sci nordico**. Nei boschi e nelle radure innevate di Campo Carlo Magno oppure lungo l'anello di Carisolo, dove si può sciare anche di notte grazie all'impianto di illuminazione di cui è dotata la pista. E poi ancora emozionanti escursioni in carrozza lungo la strada che attraversa il bosco tra Patascoss e Ritorto, **horse trekking** nella natura maestosa del Parco Naturale Adamello Brenta, **escursioni su slitte trainate dai cani husky**



Of course, **cross-country skiing** is an ideal way to experience the great outdoors and to enjoy the magic of a winter landscape. Choose from the snowy forests and pastures of Campo Carlo Magno or the Carisolo track, where you can even ski at night thanks to the facility's lighting system. Or what about an exciting **carriage ride** through the forest along the road from Patascoss to Ritorto? Or **horseback riding** in the majestic Adamello-Brenta Nature Park? Or even **dog sledding** as a team of huskies pulls you across the pure-white snow of the Nambino highlands? To discover the world from a bird's-eye perspective, try **paragliding**. Take off from Pinzolo's Doss del Sabion or from Monte Spinale or Pradalago in Madonna

di Nambino. Per scoprire il mondo da un'altra prospettiva, c'è invece il **volo in parapendio**. Partendo dal Doss del Sabion a Pinzolo, dal Monte Spinale o da Pradalago a Madonna di Campiglio si potrà quasi toccare il cielo con un dito al fianco di esperti, abilitati al volo in tandem. Il **mondo dello sci** sarà invece all'insegna della

Lo sci e altri sport nella natura. Skiing and other sports in nature. (D. Molineris, D. Lira, A. Polla)



di Campiglio to touch the sky in a tandem flight in the safe hands of a certified instructor. If it's **skiing** you're looking for, digital technology will help keep you safe with the ability to purchase **ski passes**

tecnologia, del digitale e della sicurezza. Grazie a delle applicazioni sarà possibile acquistare lo **skipass online**, gestire al meglio l'accesso agli impianti di risalita, ai rifugi sulle piste e ai noleggi. Nuovi impianti di risalita e interventi sull'innevamento programmato renderanno inoltre ancora migliore l'esperienza sci nella Skiarea Campiglio Dolomiti di Brenta. •

online and with apps to help regulate access to lifts and to ski-in lodges. New lifts and upgraded snow cannons will make your skiing experience at the Campiglio Dolomiti di Brenta ski area better than ever. •

La cigar room
al Bio Hotel Hermitage
di Campiglio.
The cigar room
of Bio Hotel Hermitage
in Campiglio.
(M. Salani)



STEFANIA SANNA: CASE DI MONTAGNA E D'AMORE

DI/BY ALBERTA VOLTOLINI

UNA STORIA DI PASSIONE SMISURATA
PER L'ARREDAMENTO. STEFANIA SANNA PROGETTA
INTERNI IN TUTTA ITALIA E A MADONNA DI
CAMPIGLIO. ARTE E NATURA ISPIRANO IL SUO STILE
CHE SORPRENDE PER CREATIVITÀ E STRAORDINARIA
CAPACITÀ DI REINVENTARE I MATERIALI.

L'interior designer è una
professione creativa,
affascinante e, nello stesso
tempo, complessa. Quando ha compreso
che sarebbe diventato il lavoro della sua
vita?

La passione, grande, per l'arredamento mi
caratterizza da sempre, accompagnata, fin
da giovanissima, dal piacere di apparecchiare
la tavola e consultare riviste specializzate
sul design, la casa e gli arredi in tutte le
declinazioni. Alla professione di interior
designer ci sono arrivata dopo il liceo
classico e una laurea in filosofia.
Mentre frequentavo l'università, e
contemporaneamente collaboravo
con una bottega di antiquariato, ho
capito che la mia strada sarebbe

Stefania Sanna. (F. Veronesi & S. Pesaro)



stata un'altra e ho cominciato a interessarmi di questa figura e di un percorso formativo che andasse in questa direzione. Allora non c'erano scuole specializzate in questo ambito ma, a Firenze, l'Istituto per l'arte e il restauro di Palazzo Spinelli rilasciava il diploma di interior designer che ho conseguito dopo un triennio di frequenza obbligatoria.

Come è iniziata la sua carriera?

Da libera professionista, il giorno dopo essermi diplomata. I primi passi non sono stati facili. Intanto che poche riviste di settore, come AD, raccontavano le storie e le esperienze di famosi designer internazionali, Bologna e provincia erano ancora ferme all'architetto e al mobiliere, professionalità che il progettista d'interni, a quei tempi ancora sconosciuto e difficile da introdurre sul territorio, accorda tra loro. La vita mi ha concesso di trasformare un sogno di ragazza nel lavoro della vita.

Lettura, viaggi, stili, correnti, sensibilità personali... Quali sono le "muse" che ispirano i suoi progetti?

Ho riflettuto spesso su questa domanda e la risposta, chiara, l'ho individuata in due principi guida: la passione per l'arte, che alimento da sempre, e l'amore per la natura, inesauribile fonte d'idee. Mi appassiona tutto ciò che è espressione estetica dell'uomo: pittura, scultura, videoproiezione, manifestazioni figurative di ogni tipo. Sono perennemente in giro, in Italia e all'estero, per visitare musei e vedere mostre, e nei miei viaggi di scoperta e conoscenza trascino anche le mie figlie. Poi la natura, che dal mio punto di vista ci insegna tutto. Bisogna solo saperla leggere nella sua semplicità e associare alla nostra sensibilità. Nella natura trovo una grande ricarica e inesauribili spunti creativi.

Che linguaggio parlano le sue abitazioni? Cosa non manca mai nei suoi progetti?

Pur avendo, in generale, una visione da cittadina, guardo alle case di montagna con un approccio d'amore che significa



"L'ARTE E LA NATURA SONO LE MIE FONTI D'ISPIRAZIONE".

"ART AND NATURE ARE MY SOURCES OF INSPIRATION."

Alcuni esempi di abitazioni progettate da Stefania Sanna. Some examples of spaces furnished by Stefania Sanna. (M. Salani)

bypassare i puri insegnamenti di architettura e design, in altre parole quello che deve essere, per lasciarmi andare alla creatività del bambino, che fa molto parte di me. Le case che progetto in città sono eleganti e allo stesso tempo calde, quelle che propongo in montagna una diversa dall'altra, mai ripetitive. Ciascuna esprime la personalità di chi la abita, ma che siano minimali oppure decorative hanno un denominatore comune: il piacere di abitare una casa attenta all'armonia che ricerco in una sovrapposizione di oggetti, forme e colori con una mia linea. Non riesco a vedere la casa del cliente come un assemblamento di mobili, legni e misure. Questo mi è completamente estraneo.

I suoi progetti sono caratterizzati da una straordinaria capacità di trasformare la tradizionale destinazione d'uso di un materiale in qualcosa di nuovo e inaspettato. Ci può dire qualcosa di più su questa particolarità?

Sono molto curiosa, attenta al mondo che

mi circonda e mi piace sperimentare. Spesso trovo ispirazione in materiali che non sono utilizzati all'interno della casa. Per esempio, utilizzo la lamiera a patchwork per creare le cappe delle cucine, vecchi pezzi di tetto, le vostre scandole, per ricoprire i camini nei living di montagna e il lichene, in versione disidratata, per tappezzare le pareti del bagno.

Un giorno, in un negozio di bricolage, ho notato dei piccoli legnetti, scarti della legna da ardere. Mi sono piaciuti talmente tanto che ne ho comprati in quantità. Attaccati uno a uno, texturizzati e spruzzati in superficie con una vernice particolare sono diventati il rivestimento di un soffitto. Anche i pannelli per l'isolamento acustico o termico sono stupendi da rielaborare. Da un materiale fatto di micro-scaglie ho realizzato delle murature con un effetto elaborato e mosso. Tutti questi elementi, soprattutto quelli edili, reinventati nell'utilizzo e accompagnati da un meticoloso lavoro di calibratura della materia, m'intrigano da

Stefania Sanna A love for alpine design

With an unbounded passion for interior design, Stefania Sanna has clients in Madonna di Campiglio and throughout Italy. Art and nature inspire her style, marked by her stunning creativity and extraordinary ability to reinvent materials.

Interior design is a creative profession that is as fascinating as it is complex. When did you know that this was to be what you would do in life?

I've always had a great passion for interior design, along with a love of setting the table and reading magazines on all flavors of design, from a very young age. My career as an interior designer came after high school and a university degree in philosophy.

When I was at university, and working at the same time in an antiques store, I realized that this wasn't the path for me, and I started to become interested in this profession and in getting training in this direction. At the time, there were no schools specialized in the field, but the institute of art and restoration in Florence's Palazzo Spinelli gave diplomas in interior design, which I earned after the mandatory three years of attendance.

How did your career start out?

As a freelancer, the day after I got my diploma. It was hard at first. The few interior design magazines that there were, like AD, were telling the stories of famous international designers, but in Bologna there were still just architects and furniture makers, whereas interior designers to coordinate these two professions were still unheard of, so it was difficult to get your foot in the door. When I did, I was able to transform a childhood dream into my life's work.

Things you read, your travels, styles and trends, personal sensibilities....

Where do you draw inspiration for your designs?

I've often pondered this question and the answer became clear in the form of two guiding principles: the passion for art that I have always had and my love of nature, an inexhaustible source of ideas. I love everything that is a human expression of beauty - painting, sculpture, film, the figurative arts of every kind. I'm always traveling, within Italy and abroad, visiting museums and exhibitions, dragging my daughters, along with me on my journeys of knowledge and discovery. Then, as far as I'm concerned, nature teaches us everything. You just need to be able to see it in all its simplicity and associate it with our own sensibilities. Nature invigorates me and is an inexhaustible source of creative energy.

What "language" do your homes speak? What can be found in all your designs?

Although, generally speaking, I have a more city-oriented vision, I look to mountain homes with a loving approach, which means bypassing the pure architecture and design teachings - so what needs to be - to let myself slip into that child-like creativity that is very much a part of me. The homes I design in the city are elegant but warm at the same time. The ones I do in the mountains are all different, never repetitive. Each expresses the personalities of those who live there, but

matti e mi danno delle fortissime sensazioni creative.

Infine la pelliccia, quella ecologica, libera da implicazioni etiche negative, di grande morbidezza, in montagna la utilizzo molto spesso: quella a pelo alto per i letti, nella classica soluzione del plaid, la soffice mongolia per confezionare i cappuccetti che rivestono le sedie oppure la pelle di cavallino bianco per i pouf o come prezioso intarsio delle ante in legno di una cucina.

Nella realizzazione dei suoi progetti collabora spesso con artigiani locali. In loro ha trovato le competenze e le professionalità che cercava?

Absolutamente sì, tant'è vero che li coinvolgo anche nella realizzazione di altri miei lavori fuori da Madonna di Campiglio. Considero la località, che frequento fin da ragazzina, più di una meta di vacanza, direi la vera e propria seconda casa che mi ha permesso di allacciare tante conoscenze e amicizie rivelatesi, piano piano, la via per selezionare i collaboratori con i quali avevo più affinità e che avevano voglia di seguire una "testa matta" come la mia. Non è mia abitudine replicare gli arredamenti e l'artigiano che lavora con me deve, di conseguenza, essere pronto a mettersi in gioco, ad assecondare questo mio desiderio, ad accompagnarmi nella sperimentazione di colori e finiture. All'inizio del mio percorso lavorativo sul territorio ho messo in discussione la lavorazione tradizionale del legno e dei tessuti, è stato un po' difficile farsi apprezzare, ma ora, con i miei artigiani, c'è un rapporto di fiducia reciproca e loro sono i primi a essere felici di poter realizzare progetti particolari. Sia in Val Rendena che in Val di Sole ho incontrato artigiani molto bravi, appassionati e, al contrario di quanto spesso accade in città, disponibili in tempi brevi. Fanno squadra tra loro e con me e questo significa rispettare il cronoprogramma previsto, raggiungere il risultato e avere i clienti soddisfatti.

Come ha visto Campiglio trasformarsi nel tempo? Quali i cambiamenti più importanti?

Ho visto tutti i passaggi e vissuto tutti i cambiamenti. Per alcuni anni, nate le mie figlie, non ci sono più venuta. Allora riuscivamo a salire solo nei momenti clou delle stagioni turistiche che erano, poi, gli stessi in cui Campiglio diventava invivibile. Era in voga il famoso "giro di Campiglio" in auto, dalla zona dello Spinale fino al centro e poi ritorno lungo viale Dolomiti di Brenta, che l'aveva completamente snaturata e che a noi, con le bambine piccole, risultava veramente spiacevole. La costruzione della galleria (inaugurata nel 1999, ndr) è stata la mossa vincente, una grandissima chance che Campiglio si è data. Ha fatto rinascere il cuore del paese, il piacere di vivere il centro, la piacevolezza di fare quattro passi tra i negozi. A quel punto ci siamo immediatamente riavvicinati.

"LA MONDANITÀ IN EQUILIBRIO CON LA SOBRIETÀ DELL'OSPITALITÀ E L'AMBIENTE, MERAVIGLIOSO IN OGNI STAGIONE, SONO I PUNTI DI FORZA DI CAMPIGLIO".

"CAMPIGLIO'S STRENGTHS: SOCIAL LIFE BALANCED WITH THE SOBRIETY OF HOSPITALITY, PLUS THE ENVIRONMENT, AMAZING IN ALL SEASONS."

Qualcosa che proprio non le piace?

Ci si è fatti un po' prendere la mano dalla costruzione del parcheggio annesso, a monte della galleria, che era giusto ci fosse ma che, come risultato, ha portato un casermone, una ferita che disturba e dispiace. E non lo dico perché, abitando lì vicino, potrei essere di parte. È opinione comune.

La Campiglio che ha nel cuore...

Quello che amo di Campiglio è che sa coniugare la mondanità con la sobrietà dell'ospitalità. Si vive in maniera serena, si

Una cameretta da sogno.
A dreamy bedroom.
(M. Salani)

conoscono belle persone e non c'è quella sensazione un po' snob che si trova in altre località. Questo è un aspetto vincente, insieme alla visione sull'accoglienza dell'Azienda per il Turismo e, soprattutto, all'organizzazione unita alla previsione di crescita delle piste da sci delle Funivie di Madonna di Campiglio che considero eccezionali, un unicum tra le località montane d'Italia. Aggiungo la qualità dei negozi e la gentilezza dei commercianti, un altro fattore di attrazione. E, poi, quello che amo in assoluto di più: l'opera della natura, le Dolomiti. Quando faccio le ultime curve per salire e mi appare il Brenta è sempre una sensazione wow. L'ambiente è meraviglioso d'inverno e d'estate, ma anche in primavera e in autunno. Il foliage che c'è, in alcuni particolari momenti della stagione, a Vallesinella, è da brividi, un'incredibile tavolozza di rossi, di gialli, di verdi.

La pandemia sta incidendo negativamente sul suo lavoro? Come sta vivendo questo periodo?

Al contrario, per me e il mio studio è un periodo di grande attività. Prima del lockdown eravamo estero-fili, amanti dei viaggi e le seconde case di vacanza erano spesso abbandonate a loro stesse. Oggi, invece, le persone stanno scoprendo il bisogno di stare bene a casa, di vivere nel bello, di avere un'abitazione armoniosa con le rifiniture che corrispondono alla propria personalità. C'è un grandissimo ritorno alle abitazioni di famiglia che sono ristrutturate seguendo i criteri di funzionalità e attenzione all'estetica. Sto lavorando moltissimo, al limite delle mie possibilità, destreggiandomi tra il lockdown che c'è stato, le misure restrittive che ci sono e le limitazioni che ci saranno. La progettazione non si è mai fermata. •



whether they are minimalist or decorative, they share a common denominator: the pleasure of living in a home centered around the harmony I seek in an overlapping of objects, shapes and colors in an order that is all mine. I can't see a client's home as just a collection of furniture, wood and measurements. That's just not me.

Your designs demonstrate an extraordinary ability to transform the traditional use of a material into something new and unexpected. Can you tell us a bit more about this?

I'm a very curious person and pay attention to the world around me, and I like to experiment. I often draw inspiration from materials that aren't typically used inside a home. For example, I use a patchwork of sheet metal to create hoods for the kitchen, old shingles and bits of roofing for fireplaces in the mountains, and dried lichen as wallpaper in the bathroom. Once, in a DIY store, I noticed some small bits of wood, basically just kindling. I liked them so much that I bought them in bulk. Stuck together, texturized and coated in a special varnish, I used them as a sort of ceiling cladding. Even acoustic panels or insulating

panels are great to find new uses for. I used a material made up of micro-scales to make walls with an elaborate, dynamic effect. All of these elements, and especially construction materials, when reinvented for another use and accompanied by a meticulous calibration of materials, intrigue me like crazy and give me an amazing amount of creative energy. Finally, in the mountains, I use stunningly soft, ecological fur, free from any negative ethical implications, a great deal — lush fur draped over a bed, soft Mongolian fur to upholster chairs, or white horse hide for poufs or as a unique sort of marquetry for kitchen cabinets.

You often work with local craftsmen for your design projects. Do you find they have the talents and skills that you're looking for?

Absolutely. So much so that I even involve them in my other projects outside of Madonna di Campiglio. I consider this place, where I have come since I was a little girl, more than a vacation destination. I would say it's my second home, a place that has enabled me to make so many friends and acquaintances who have gradually shown me the way to find collaborators with whom I have greater affinity and who are willing

STEFANIA SANNA

CHI È

About Stefania Sanna

Stefania Sanna, interior designer di Imola, frequenta Madonna di Campiglio da quando era una bambina. Ha progettato l'arredamento di numerosi hotel e abitazioni ai piedi della "perla" delle Dolomiti di Brenta e anche la sua casa campigliana, con terrazza vista Crozzon. Il suo lavoro è fatto di Campiglio e moltissime altre città d'Italia.

An interior designer from Imola, Stefania Sanna has been coming to Madonna di Campiglio since she was a child. She has designed numerous hotels and homes here in the Brenta Dolomites, including her own home here with a view of Crozzon. She works in Campiglio and in many other Italian cities.

IL LIBRO
The book

Presentato a Campiglio nel dicembre 2019, "Madonna di Campiglio", il prezioso volume edito da 3ntini Editore, presenta i più bei progetti realizzati da Stefania Sanna a Campiglio. Case, chalet e hotel trasformati in un fantasioso scrigno di bellezza, forme, colori, materiali antichi, elementi contemporanei, sorprendenti dettagli.

Presented in Campiglio in December 2019, Madonna di Campiglio, a stunning book published by 3ntini Editore, features some of Stefania Sanna's best design work in Campiglio. Homes, chalets and hotels transformed into treasure chests of beauty in shapes, colors, traditional materials, modern elements, and surprising details.





Altri esempi dell'originale stile alpino firmato dalla designer di Imola. (M. Salani)

Other examples of the original alpine style of the designer from Imola.

to go along with a “crazy” person like me. I don’t have the habit of replicating designs, so craftsmen who work with me need to be ready to push their boundaries and indulge this desire of mine, coming along with me as we experiment with colors and finish.

At the start of my career here, I questioned the traditional use of wood and fabric, so it was difficult to be understood, but now, with the craftsmen who work with me, there is a relationship of mutual trust, and they are the first to be happy to carry out some special projects. In both Val Rendena and Val di Sole, I’ve come across some very talented, passionate craftsmen who, unlike what I often see in the city, are available quickly. They work as a team among themselves and with me, and this means respecting schedules, achieving results, and having a satisfied customer.

How have you seen Campiglio evolve over time? What have been the most significant changes?

I’ve seen all the transitions and experienced all the changes. For a few years, after my daughters were born, I hadn’t been back. We were only able to come up during the highest points of the tourist season, which was the same time in which Campiglio would become unlivable. It had become popular to “cruise” Campiglio by car, from Spinalè to the center

of town and back along Viale Dolomiti di Brenta, which had completely ruined the area and made it truly unpleasant for us with our small children. Construction of the tunnel [inaugurated in 1999] was a great move and gave Campiglio an invaluable second chance. It enabled the heart of the town to be reborn and brought back the pleasures of downtown and of strolling along the high street. At that point, we immediately starting coming back.

Anything that you really don’t like? Things got a bit out of hand when they built the parking garage after the tunnel, which was needed, but it turned out to be this big, annoying, unpleasant wound on the landscape. And I’m not saying that because I live near there and could be a bit biased. It’s a common opinion.

What do you love about Campiglio? What I love most about Campiglio is the way it unites social life with the sobriety of hospitality. It’s a peaceful place where you can meet lovely people, and you don’t get that sense of snobbery that you can find in other places. This is a great aspect, together with the vision of hospitality that the local tourist association has and, above all, the organization and the expected development of the ski slopes by the local lift operator. The Madonna di Campiglio slopes are exceptional,

one of a kind in Italy. I would also add the quality of the shops and the kindness of the shopkeepers, which is another attraction. And what I love absolutely the most is the work of nature that are the Dolomites. When I come around the final curves and see Brenta, it’s always just “wow”. The environment is wondrous in winter and in summer, but also in spring and autumn. The foliage at certain times of the year, in Vallesinella is breathtaking - an incredible palette of reds, yellows and greens.

Is the pandemic having a negative impact on your work? What’s this period like for you?

Actually, for me and my firm, it’s a very active period. Before the lockdown, people were always abroad. People were traveling and their vacation homes were often left abandoned. Today, though, people are discovering the need to live in a beautiful home, to have a harmonious home that reflects their own personality. We are seeing a great return to the family home, restructured to be both functional and aesthetically pleasing. I’m working a lot, to the limits of my abilities, managing the lockdown that we had and the ongoing restrictions and any others that are to come. Interior designing has never stopped. •

Per una vita bella,
dai campi al cuore.



100% GRANO DURO ITALIANO



I PRIMI CERTIFICATI “100% GRANO DURO ITALIANO”.

MOLINO UNITO AL PASTIFICIO



FILIERA CORTA: FRESCHEZZA E RIDOTTE EMISSIONI DI CO₂.

100% ENERGIA VERDE



100% ENERGIA PULITA DA FONTI RINNOVABILI.

IMPRONTA AMBIENTALE LEGGERA



FILIERA CERTIFICATA EPD A BASSO IMPATTO.



Solo ottime materie prime, coltivate, macinate e lavorate in modo sostenibile per preservarne intatte tutte la qualità nutrizionali. **Porta il sole in tavola ogni giorno con una pasta italiana buona per te e buona con l’ambiente.**

MARINAI TRAIMONTI

DI/BY EVENTS COMMUNICATION

LO SCIABORDIO DEL MARE E L'ECO DELLA MONTAGNA. EVENTI PRESTIGIOSI E MOMENTI DI GRANDE VISIBILITÀ SARANNO L'OCCASIONE DI PUBBLICHE RELAZIONI PER COMUNICARE IL LUSO DI TIMONE YACHTS E L'ELEGANZA DI MADONNA DI CAMPIGLIO.

Poche cose come il mare e la montagna sanno essere tanto diverse eppure così simili. Bellezza, fascino, magnificenza: sia l'uno che l'altra suscitano le medesime sensazioni di ammirazione e meraviglia. Entrambi esigono quel rispetto ossequioso che si deve di fronte alla potenza della Natura, talvolta rifugio pacifico e talvolta tempesta furiosa, ma sono anche richiamo irresistibile alla sfida per tutti gli uomini che amano misurarsi con i propri limiti. **Luigi Gambelli** è uomo di mare. Sul mare è nato, a **Senigallia (Ancona)**, e sul mare ha costruito il suo progetto di vita e di lavoro fondando nel 1984 la **Timone Yachts**, realtà di successo nel settore della nautica di lusso, dal 1992 dealer esclusivo di marchi di prestigio come **Azimut** e **Benetti** per Triveneto, Emilia Romagna, Marche, la Repubblica di San Marino, l'Austria e la Germania. Un percorso, quello di Timone Yachts, che dal 2008 è condiviso, in qualità di socio, anche da Paolo Moresco, imprenditore di Bassano del Grappa che ha creduto nel progetto complessivo ideato e realizzato da Gambelli.

Sailors in the Mountains

The lapping of the sea and the echo of the mountains. A series of prestigious events are on the calendar to promote the luxury of timone yachts and the elegance of Madonna di Campiglio.

Is there anything as different, and yet equally as similar, as the mountains and the sea? Beauty, allure and magnificence. Both evoke the same sense of wonder and admiration. Both demand deference to the sheer power of Nature. Both can alternate between tranquil refuge and raging storms, but they are also an irresistible call to all who strive to push themselves to the limit. **Luigi Gambelli** is a man of the sea. Born on the Italian coastline, in **Senigallia (Ancona)**, it is here, in 1984, that he began his life's work, founding **Timone Yachts**, a

successful yacht dealer and exclusive dealer of prestigious brands such as **Azimut** and **Benetti** for northeastern Italy, San Marino, Austria and Germany since 1992. The itinerary of Timone Yachts is shared since 2008 by the partner Paolo Moresco, a businessman of Bassano del Grappa, who believed in the overall project conceived and realized by Gambelli. His true love is for the sea, but he is now also looking to the mountains, having just entered into an agreement with the Madonna di Campiglio Pinzolo Val Rendena Tourist Association.

It is a partnership that will see Madonna di Campiglio and Timone Yachts, which specializes in the sale, maintenance and refitting of luxury yachts, working together on prestigious events and other opportunities of public relations. This may seem strange, but it's not. When drawn by adventure, by a desire to live life to its fullest, and by a passion for travel, not as an end in and of itself



"IL MONDO DEGLI YACHT È LEGATO A UN LIFESTYLE SINONIMO DI LUSSO ED ELEGANZA".

"YACHTING IS SYNONYMOUS WITH A LIFESTYLE OF LUXURY AND ELEGANCE."



Luigi Gambelli, Ceo di Timone Yachts.

Luigi Gambelli, Ceo of Timone Yachts.

Le maestranze all'opera nel refitting di uno yacht, operazione che richiede competenze e professionalità ad alto contenuto tecnologico associate a lavorazioni di tipo artigianale.

The refitting of a yacht, a process that calls for high levels of skill, experience and technology, as well as a healthy dose of craftsmanship.

per il viaggio che non è fine a se stesso ma è esperienza di vita, l'eterno dilemma tra mare o montagna non vale più. E le affinità tra Timone Yachts e Madonna di Campiglio non finiscono qui. In un settore dal

target elevatissimo come quello della nautica, dove parlare di "lusso" appare già troppo limitativo perché il mercato, e ancor più le relazioni, si basano su quel "qualcosa in più" che travalica nel lifestyle esclusivo e in tutte le infinite suggestioni che il possesso di una barca può evocare, un luogo come Campiglio rappresenta la naturale trasposizione in chiave alpina della stessa scala di valori.

CHI AMA IL BELLO, L'ELEGANZA, LA RICERCATEZZA, SA APPREZZARE TANTO IL FASCINO DI UNA TRAVERSATA A BORDO DI UNO YACHT, QUANTO QUELLO 'MOUNTAIN CHIC' DI UN RAFFINATO SOGGIORNO CAMPIGLIANO.

Cose da intenditori, si direbbe. E Luigi Gambelli, di yacht, è un vero intenditore. Per passione ancora prima che per mestiere. Da oltre 30 anni accontenta, interpreta, spesso anticipa i desideri di chi vuole assaporare l'ebbrezza del mare vissuto al 'top'. Molto più che clienti, alla fine si diventa quasi amici. Perché la scelta di una barca va al di là della barca stessa ed il rapporto che nasce da una vendita richiede un'alta dose di fidelizzazione, destinata a durare il più delle volte per anni.

Il quale al mare resta fedele, ma adesso approda anche in montagna. È stato appena siglato, infatti, l'accordo tra la sua impresa e l'**Azienda per il Turismo Madonna di Campiglio Pinzolo Val Rendena**. Una partnership che vedrà d'ora in poi il brand della Perla delle Dolomiti e quello della società marchigiana, specializzata nella vendita di yacht di lusso, manutenzione e refitting, uniti in occasione di eventi di prestigio e momenti di alta visibilità. Un controsenso? Certamente no. Quando si è ispirati dal desiderio di avventura, dalla voglia di vivere al massimo, dalla passione

È dall'inizio degli anni Ottanta che Gambelli offre consulenza a chi vuole acquistare uno yacht. Così ha capito che vendere era la sua strada ed ha trasformato il suo negozio di nautica a Senigallia in quello che oggi è Timone Yachts, realtà in grado di muoversi a tutto tondo nel mondo dello yacht: vendita ma anche assistenza, rimessaggio, refitting. "Siamo in grado di affrontare qualunque imprevisto e rispondere a tutte le esigenze del cliente – spiega Gambelli – l'aspetto tecnico è fondamentale, nel nostro cantiere di Fano, dove facciamo anche custom, abbiamo tante maestranze specializzate". Oltre a Senigallia e Fano, l'azienda ha altri presidi strategici a Rimini e Lignano Sabbiadoro e, dal 2008 ad oggi, ha conosciuto una crescita senza battute d'arresto, espandendosi con successo anche all'estero grazie alle partnership e alla YachtWerk, newco nata, come progetto strategico dello stesso Gambelli, attraverso il coinvolgimento in Timone Yachts della società tedesca Splendid Yacht e finalizzata a rappresentare Azimut nel mercato della Germania e dell'Austria, dove il brand è ora dealer esclusivo. Anche negli anni in cui la crisi ha picchiato forte e la clientela storica era più interessata a vendere le proprie barche anziché acquistarne, la Timone ha saputo guardare oltre, esplorando mercati in cui la depressione era meno pesante: Asia, Cina, Singapore, Turchia, Baleari. "Abbiamo cercato nuovi mercati e nuovi (partner), ci siamo aperti a nuove esperienze dialogando con scenari diversi – racconta Gambelli – agendo con lungimiranza e lavorando sodo per essere più strutturati. Per noi la crisi è stata un'occasione per crescere". La capacità di intercettare i gusti e i bisogni dei clienti in un mondo in cui si cercano al tempo stesso il lusso e la semplicità ha fatto il resto: ad oggi sono oltre 1,000 le imbarcazioni vendute. Ma qual è il segreto di tanto successo? "Avere coraggio – afferma sicuro Gambelli – Essere dei pionieri, ma sempre con oculatezza e cautela". Già, proprio come ogni buon marinaio, e anche ogni buon alpinista, dovrebbero fare. •



TRENTODOC

#SPARKLINGATTITUDE

www.ferraritrento.it



Sparkling Wine Producer
of the Year 2019



FERRARI

TRENTO 1902

LUSO
LUXURY



Lo staff di Timone Yachts con Giovanna Vitelli, vice presidente Gruppo Azimut-Benetti e Marco Valle, nuovo Ceo del Gruppo.
The staff of Timone Yachts with Giovanna Vitelli, vice-president of the Azimut-Benetti Group and Marco Valle, new Ceo of the Group.



but as an integral part of living life, the conflict between the mountains and the sea falls away. But the affinity between Timone Yachts and Madonna di Campiglio doesn't end there. In an industry with such a high-end target market as that of luxury yachts, in which the word "luxury" is almost reductive in a marketplace driven, not by relationships, but by a quest for that "something extra" that distinguishes an elite lifestyle, a place like Madonna di Campiglio represents a natural, alpine transposition of that same scale of values. **All who love beauty, elegance and sophistication can appreciate equally the allure of a cruise on board a high-tech, luxury yacht and the elegance and "mountain chic" of a stay in Madonna di Campiglio.** Something for connoisseurs, you might say, and, for yachts, Luigi Gambelli is a true connoisseur, born out of passion even before becoming his life's work in which, for over 30 years, he has been satisfying, interpreting and often anticipating the desires of all who seek the thrill of the sea in the lap of luxury. In the end, his customers become more like friends, because the selection of a yacht goes beyond the vessel itself, and the relationship that arises from the sale calls for a healthy dose of loyalty and is destined to last for years in most cases. Having provided consulting since the 1980s for

people looking to buy a yacht, Gambelli realized that his path lay in sales, so he transformed his shop in Senigallia into what is now Timone Yachts, a full-service organization in the world of luxury yachts, from sales and support to berthing and refitting. "We're able to handle all contingencies and meet every need of our customers," Gambelli explains. "The technical side is essential. At our boatyard in Fano, where we also do customizations, we have a great many specialist skills." In addition to Senigallia and Fano, the company has other strategic facilities in Rimini and Lignano Sabbiadoro, and the company has been growing nonstop since 2008, including an expansion abroad through partnerships and with YachtWerk, a newco born out of a project between Gambelli's Timone Yachts and the German company Splendid Yacht and aimed at representing Azimut in the German and Austrian markets, where the brand is now the

exclusive dealer. Even through the heights of the crisis, when longstanding customers were more interested in selling their vessels than buying new ones, Timone was able to see beyond and to explore markets where the recession was less of a burden, such as China, Singapore, Turkey and the Balearics. "We sought out new markets and new [partners]. We opened ourselves up to new experiences and different contexts," says Gambelli, "looking to the future and working hard to achieve greater structure. For us, the crisis was an opportunity for growth." The ability to understand the needs and preferences of the customer, in a world in which we look for both luxury and simplicity, took care of the rest. To date, they have sold more than 1,000 vessels, but what is the secret to so much success? "Being courageous," Gambelli says with confidence. "Being pioneers, but always with a bit of caution." Just like any sailor worth his salt, or any good mountaineer, should do. •

CAMPIGLIO & FRIENDS

L'ESTATE POST LOCKDOWN HA PORTATO IN QUOTA NUMEROSE PERSONALITÀ:
TESTIMONI DEL NOSTRO TEMPO, FILOSOFI, DIVULGATORI DELLA SCIENZA,
VOLTI TELEVISIVI, ALPINISTI, UNA GRANDE CANTANTE ITALIANA E MOLTI ALTRI.

THE POST-LOCKDOWN SUMMER DREW A GREAT MANY CELEBRITIES TO THE MOUNTAINS
FROM THE WORLDS OF PHILOSOPHY, SCIENCE, TELEVISION, MOUNTAINEERING,
MUSIC AND MUCH MORE.

Mario Tozzi



Geologo, primo ricercatore presso il Cnr (Consiglio nazionale delle ricerche), divulgatore scientifico, autore e conduttore televisivo, ha animato, la scorsa estate, uno degli

incontri più interessanti del festival culturale "Mistero dei Monti" mettendo a confronto l'intelligenza degli esseri umani con quella degli animali.

Geologist, lead researcher at Italy's National Research Council, promoter of popular science, author and television host, **Mario Tozzi** conducted one of the most interesting events at the **Mistero dei Monti** cultural festival, comparing the intelligence of humans to that of the animal kingdom. •

Federico Quaranta

Federico Quaranta ha trascorso alcuni giorni a Madonna di Campiglio e dintorni per registrare una puntata di "E la chiamano estate", la nuova trasmissione andata in onda su Rai 2 per raccontare, tra cultura e turismo, le vacanze degli italiani in Italia.



Federico Quaranta spent a few days in the Madonna di Campiglio area to record an episode of "E la chiamano estate", a new broadcast that discusses culture, tourism, and domestic vacationing in Italy. •



Simone Moro

Il famoso alpinista, che detiene il record di ascensioni in prima invernale sugli ottomila, ha presentato, al Paladolomiti di Pinzolo, il suo ultimo libro "I sogni non sono in discesa" nel quale racconta l'evoluzione e il senso profondo della sua carriera alpinistica attraverso imprese mai raccontate prima.

A renowned mountaineer, **Simone Moro** holds the record for first winter ascents of eight-thousanders and was in Pinzolo to present his latest book, **I sogni non sono in discesa**, in which he looks at the evolution and profound meaning of his mountaineering career through never-before-told stories of his adventures. •

Vito Mancuso

Ospite, come Tozzi e Moro, del "Mistero dei Monti", il teologo, ispirandosi al libro "Il coraggio e la paura", una delle sue ultime pubblicazioni, ha approfondito il tema della paura, un'emozione che, talvolta, non è solo negativa, ma può aiutare a comprendere chi siamo.

Like **Mario Tozzi** and **Simone Moro**, **Vito Mancuso**, a theologian, was also on hand for the **Mistero dei Monti** festival to discuss his latest

publication, **Il coraggio e la paura**, and the topic of fear, an emotion that can, at times, help us to understand who we truly are. •



Johanna Maggy

La coach olistica e insegnante di pilates di origini islandesi **Johanna Maggy** è stata protagonista di una masterclass ("Time to recharge", il titolo) tra meditazione e riconnessione con la natura ideata a Madonna di Campiglio da Audi. La lezione, di livello avanzato, si è tenuta a fine agosto.

A holistic health coach and Pilates instructor originally from Iceland, **Johanna Maggy** held an Audi masterclass on meditation and connection with nature in Madonna di Campiglio. This advanced-level course was held in late August. •



Laura Pausini

La cantautrice **Laura Pausini** ha trascorso le vacanze estive con la sua famiglia in Italia. Quale la destinazione scelta? Madonna di Campiglio Pinzolo Val Rendena con soggiorno in hotel a Pinzolo e poi passeggiate ed escursioni nei luoghi più suggestivi del Parco Naturale Adamello Brenta.

Singer-songwriter and international pop-music sensation **Laura Pausini** and her family spent their summer vacation in Italy, right here in the Madonna di Campiglio – Pinzolo – Val Rendena unified tourist destination, where they enjoyed some of the most stunning landscapes of the Adamello-Brenta Nature Park. •



Il Bologna Football Club 1909

Dopo la positiva esperienza dell'estate 2018, i rossoblu sono tornati a Pinzolo per un nuovo ritiro precampionato che si è svolto dal 27 agosto al 5 settembre 2020, scandito dal desiderio di tornare alla normalità, di guardare in positivo al futuro, di costruire al meglio la stagione calcistica 2020/2021.

After the success of their experience in the summer of 2018, the Bologna Football Club came back to Pinzolo for a pre-season training camp from August 27 to September 5, 2020, an event marked by a desire to get back to normal, to look to the future with optimism, and to make the best of the 2020-2021 season. •

BRUNO BARBIERI 4 HOTEL

DI/BY LOREDANA BONAZZA

REGISTRATA A FINE GENNAIO 2020 E ANDATA IN ONDA AD OTTOBRE, LA TRASMISSIONE DI SKY UNO "BRUNO BARBIERI 4 HOTEL" HA RACCONTATO IN MODO ORIGINALE E DIVERTENTE LA NOSTRA DESTINAZIONE. LA SFIDA TRA GLI ALBERGATORI PARTECIPANTI È STATA VINTA DA RINA MAFFEI, SIMBOLO DELL'OSPITALITÀ ALPINA "MADE IN CAMPIGLIO".

ALLA SCOPERTA DI CAMPIGLIO E DELLA VAL RENDENA

"Bruno Barbieri 4 Hotel":
A journey in Campiglio
and the Rendena valley

Shot in late January 2020 and broadcast in October, the program of Sky Uno "Bruno Barbieri 4 hotel" presents an enjoyably original story of this mountain destination. The competition among the hoteliers involved was won by Rina Maffei, the embodiment of local alpine hospitality.

"Bruno Barbieri 4 Hotel", la fortunata trasmissione condotta dallo Chef stellato ed esperto di hotellerie Bruno Barbieri, in onda su Sky Uno e NOW TV e ora sempre disponibile on demand, nel ciclo di puntate andato in onda lo scorso autunno ha dedicato un episodio, il sesto, a Madonna di Campiglio Pinzolo Val Rendena. Protagonisti 3 albergatrici e 1 albergatore – Valentina Polla (*Maso del Brenta Chalet Alpino*, 4 stelle, Caderzone Terme), Margherita Tisi (*Cerana Relax Hotel*, 4 stelle superior, Campiglio), Rina Maffei (*Hotel Crozzon*, 4 stelle, Campiglio) e Giuseppe Galli (*Hotel Chalet del Brenta*, 4 stelle, Campiglio) – che hanno interpretato se stessi presentando ai telespettatori, attraverso una narrazione ritmata e piacevole, storie esemplari di imprenditori dinamici e visionari.



Da sinistra a destra
From left to right:
Valentina Polla, Margherita Tisi,
Bruno Barbieri, Rina Maffei,
Giuseppe Galli.
(Foto: Sky)

Nella sfida a quattro tra gli albergatori in gara sono emerse differenze e peculiarità. Tutti, però, sono stati accomunati da un denominatore comune: la passione per il proprio lavoro e l'amore per la località dove vivono e conducono la loro azienda. Dopo che l'idea di realizzare un episodio di "Bruno Barbieri 4 Hotel" tra Adamello-Presanella e Dolomiti di Brenta è stata accolta con entusiasmo dagli albergatori locali, l'Azienda per il Turismo Madonna di Campiglio Pinzolo Val Rendena ha supportato la produzione con un meticoloso lavoro, organizzativo e logistico, finalizzato ad agevolare al meglio delle possibilità la registrazione. Il programma, preparato a fine gennaio 2020 e trasmesso su Sky Uno e NOW TV il 6 ottobre, è ora sempre disponibile on demand. Collegli e avversari allo stesso tempo, guidati da un Bruno Barbieri ironico e pungente, le albergatrici e l'albergatore si sono "dati battaglia" per conquistare il gradino più alto del podio nella classifica della puntata, trascorrendo un giorno e una notte nei reciproci hotel. Fatto il check-in, per ciascuna struttura lo Chef stellato ha sperimentato in prima persona l'accoglienza, lo stile, la pulizia, i servizi e, più in generale, il senso dell'ospitalità alberghiera di ciascun operatore. A colazione, dopo il check out, i concorrenti si sono giudicati l'un l'altro. Per ognuno, un voto da 0 a 10 su 4 categorie: location, camera, servizi e prezzo. Alla classifica provvisoria, determinata dagli albergatori-sfidanti, si è aggiunta, nel finale, la graduatoria di Bruno Barbieri stilata nell'incontro-confronto che ha avuto, come cornice, il suggestivo Salone Hofer dell'Hotel Relais Des Alpes. Ad aggiudicarsi la "corona" di albergatrice top della puntata è stata Rina Maffei che, con la sua esperienza e la particolare attenzione, famosa ormai in mezzo mondo, che dedica all'ospite, ha sbaragliato la concorrenza.

Bruno Barbieri 4 Hotel, the Italian program conducted by Michelin-starred chef and expert hotelier Bruno Barbieri, now airing on Sky Uno and NOW TV, is always available on demand in the series of episodes that aired last fall, dedicated the sixth episode of its 2020 season to Madonna di Campiglio, Pinzolo and Val Rendena. The four contestants for this enjoyable, fast-paced episode - namely Valentina Polla (hotelier at the 4-star Maso del Brenta Chalet in Caderzone Terme), Margherita Tisi (hotelier at the 4-star S Cerana Relax Hotel in Madonna di Campiglio), Rina Maffei (hotelier at the 4-star Hotel Crozzon, Campiglio), and Giuseppe Galli (hotelier at the 4-star Hotel Chalet del Brenta, Campiglio) - displayed to viewers the very embodiment of dynamic, visionary entrepreneurs. Throughout the competition, the differences and unique traits of the four hoteliers emerged. All, however, did share one thing: a passion for what they do and a love for the place in which they live and run their business. When the idea to set an episode of Bruno Barbieri 4 Hotel here between the Brenta Dolomites and the Adamello-Presanella mountain range was so well received by local hoteliers, the Madonna di Campiglio Pinzolo Val Rendena Tourist Association supported production with meticulous organizational and logistical efforts aimed

SEMPRE ON AIR.

Ti sei perso il sesto episodio di "Bruno Barbieri 4 Hotel"? Lo puoi guardare quando vuoi! È infatti disponibile on demand, visibile su Sky Go e in streaming su NOW TV. "Bruno Barbieri 4 Hotel", sfida tra gli albergatori e gli hotel di alcune tra le destinazioni turistiche più belle d'Italia, è una produzione originale Sky realizzata da Banijay Italia con la regia di Angelo Poli.

Always on the air

Would you like to check out Bruno Barbieri 4 Hotel for yourself? If you're in Italy, you can! The program is available on demand via Sky Go and NOW TV. Bruno Barbieri 4 Hotel, the show that pits hoteliers of some of Italy's most beautiful hotels against each other, is a Sky original production by Banijay Italia and is directed by Angelo Poli.



Bruno Barbieri con / with Valentina Polla, Margherita Tisi, Rina Maffei e / and Giuseppe Galli. (Foto: Sky)



at ensuring the success of the episode. The program, prepared at the end of January 2020 and broadcast on Sky Uno and NOW TV on 6 October, is now always available on demand. At once colleagues and adversaries, under the guidance of a sharp-witted Bruno Barbieri, the contestants battled it out for the top spot on the podium as they all spent one day and one night in each other's hotels. After checking in, Barbieri assessed the initial welcome, the style and cleanliness, the services, and the overall sense of hospitality at each hotel.

At breakfast the following morning, after checking out, the contestants judged each other, on a scale of 0 to 10, in the four categories of location, room, services, and price. After the provisional ranking was determined by the hoteliers, Bruno Barbieri added his scores to the final tally for the presentation of the winner in the stunning Hofer Hall at Hotel Relais Des Alpes. By the end of the episode, it was Rina Maffei who, with a level of experience and attention to detail that has made her famous around the world, destroyed the competition to be crowned the area's "best hotelier".

Parola alla vincitrice!

di Barbara Ferrara - www.tg24.sky.it

Prime reazioni alla chiamata di 4 Hotel...

Sapere di essere stati scelti per partecipare a questa bellissima e importante trasmissione, è stata per noi una sorpresa.

Seguivate già il programma?

Sì, è interessante vedere i colleghi di altre destinazioni darsi consigli e scambiarsi critiche "costruttive" che ci mettono tutti un po' in discussione, ma con l'obiettivo comune di rendere l'ospitalità italiana sempre più unica.

La vostra struttura è aperta da quarant'anni, come nasce?

Da un sogno mio e di mio marito: prima abbiamo aperto come ristorante e poco dopo abbiamo costruito le prime camere.

Abbiamo sempre coinvolto la famiglia in questo progetto. Da anni Alessia è parte attiva nella gestione e nell'innovazione dei servizi, come la spa, le nuove camere, la stube dove si possono degustare vini locali, mentre al marito Matteo dobbiamo la creazione del "Golf Indoor", un servizio unico ed esclusivo. L'altra figlia, Federica, è invece la maestra di sci dei nostri ospiti da molti anni.

Di recente avete guadagnato una stella, una bella conquista, qual è la chiave del successo?

Continuare a investire nella ristrutturazione e qualità dei servizi e delle nostre competenze, ma soprattutto la passione per questo mestiere e le relazioni umane che si instaurano con i nostri ospiti. Ci dedichiamo personalmente alla cura del cliente accompagnati dalla professionalità del nostro staff, con noi da molte stagioni.

L'aspetto più gratificante del vostro mestiere?

Incontrare persone provenienti da ogni parte del mondo che vengono qui per scoprire il nostro territorio; e noi lo raccontiamo attraverso i prodotti, le tradizioni e la riconoscenza che il cliente dimostra tornandoci a trovare anno dopo anno.

Com'è stato partecipare al programma?

È stato molto stimolante e divertente, sicuramente un'esperienza unica nel suo genere. Mettersi in "competizione" con strutture di così grande prestigio, come quelle degli altri concorrenti, è stato per noi un onore, oltre che una grandissima soddisfazione. Aver vinto è per noi il coronamento di oltre quarant'anni di lavoro costante.

Il confronto con altri colleghi vi ha dato qualche spunto di riflessione?

Sicuramente sì! C'è sempre da imparare e da migliorarsi. Questo deve essere il vero segreto di ogni imprenditore: avere sempre pronta la prossima sfida.

La prima cosa che notate entrando in un albergo.

L'accoglienza, il sorriso, la disponibilità e la cura nei dettagli. Il difetto che un albergatore non può avere, è il suo maggior pregio?

Il peggior difetto è la mancata disponibilità verso l'ospite. Il maggior pregio è far sentire l'ospite come a casa propria e avere una visione, la capacità, in altre parole, di prevedere oggi le esigenze di domani.

Cosa rende indimenticabile una vacanza?



Provare esperienze uniche e inaspettate: un nuovo piatto, nuovi sapori, il profumo di un vino, un'attività, un panorama. E aggiungo, anche trovare nuovi spunti, condividere racconti e storie delle persone e dei luoghi. •



active role in service innovation and management, such as for the spa, the new bedrooms, and the wine-tasting room, and her husband, Matteo, is the one who created our exclusive indoor golf room. Our other daughter, Federica, has provided ski instruction for our guests for many years.

Your hotel have recently earned a star. That's quite an achievement. What's the key to your success?

Continuing to invest in the quality of our services and of our facilities and, above all, our passion for this vocation and the relationships that we build with our guests. We get personally involved in customer care with the help of our staff, who have been with us for many seasons.

What is the most gratifying part of your job?

Meeting people from around the world, who come here to discover this part of the world, a territory we present through local products and traditions, as well as the acknowledgement shown by our guests when they come back year after year.

What was it like participating in the show?

It was exciting and a lot of fun, certainly a one-of-a-kind

experience. "Competing" against hotels as prestigious as those of the other participants was an honor for us, as well as a source of great satisfaction. For us, the win has been the crowning achievement of forty years of hard work.

Did the competition with your peers give you any food for thought?

Absolutely! There's always room to improve and to learn. This is the true secret of every entrepreneur: always being ready for the challenges to come.

What's the first thing you notice when you enter a hotel?

A welcoming smile, a helpful attitude, and the attention to detail.

What is one defect no hotelier should have? And the best trait?

The worst defect is a lack of focus on the customer. The best trait is being able to make a guest feel right at home and having a vision - an ability, in other words - to predict today the needs of tomorrow.

What makes a vacation unforgettable?

Experiencing something unique and unexpected - a new dish, new flavors, the aroma of a good wine, an activity, or a landscape. And, I would add, finding new inspiration and sharing the stories of people and of places. •

Bruno Barbieri e / and Rina Maffei.

(Foto: Sky)



BRUNO BARBIERI

Stile sofisticato ed elegante, viaggiatore del mondo, Bruno Barbieri è conduttore, accompagnatore, osservatore e giudice della gara. Esperto di accoglienza alberghiera, mette gli albergatori di fronte a piccoli e grandi imprevisti con l'obiettivo di valutarne la capacità di problem solving e l'attenzione al cliente. Con i suoi voti, alla fine di ciascun episodio, può confermare o rivoluzionare il verdetto risultante dai voti dei 4 protagonisti di puntata. Uno solo degli albergatori concorrenti si aggiudicherà così un contributo economico da reinvestire nella propria azienda.

A world traveler with an air of sophisticated elegance, Bruno Barbieri guides contestants throughout each episode and acts as the ultimate judge to determine the winner. An expert in hotel management, he challenges competitors with surprises large and small in order to assess their customer focus and problem-solving ability. At the end of each episode, his scores can either confirm or overturn the provisional rankings determined by the contestants themselves, but only one hotelier will take home the prize money to be invested in their business.

“MI CHIAMO GRIMILDE”

DI/BY SARA DEFRANCESCO

“If you do good you look good”, in perfetto stile con la natura grazie a gOOOders.

È TEMPO DI MODA E STILE, È TEMPO DI STARE BENE E PRENDERSI CURA DI SÈ, E DI TUTTI NOI. IN QUESTO NUMERO PARLIAMO DI TENDENZE CON UNO SGUARDO ATTENTO ALLA MODA RESPONSABILE.

“If you do good, you look good” – a perfect match for nature with gOOOders.

IT'S TIME FOR FASHION AND STYLE. IT'S TIME FOR WELLNESS AND SELF-CARE. IT'S TIME FOR US ALL. IN THIS ISSUE, WE TAKE A LOOK AT TRENDS WITH A PARTICULAR FOCUS ON RESPONSIBLE FASHION.

L'outfit delle nuove generazioni non si limita ad avere forme e tagli cyber androgini e futuristi. Si parla di **salvaguardia dell'ambiente, moda etica e slow fashion, tracciabilità e trasparenza.** Perché è chiaro a tutti: se sei buono sei ancora più bello. Le relazioni sono vibrazioni, fili invisibili che ci mettono in rete, ci accomunano e ci lasciano qualcosa. Creano gruppi e communities che condividono una visione. Quando l'obiettivo fa del bene a tutti, dentro e fuori, quando è tanto grande da abbracciare tutto il pianeta, allora sappiamo di essere sulla strada giusta.

È questo il percorso intrapreso da **gOOOders (@gooders_)**, un progetto tutto italiano ma dal respiro internazionale ideato da **Eva Geraldine Fontanelli (@evageraldine)**, fashion stylist e consulente di moda etica.

“If you do good you look good” è il fil rouge di questa piattaforma, un lifestyle e un'attitude che coinvolgono una community che esalta il bello, se però fa anche bene. Il concetto viene declinato al di là del mero prodotto o look, si allarga e ingloba un modo di vestire, uno stile di vita e di viaggio, l'importante è che sia *“beautiful and meaningful”*.

“Mirror, Mirror on the Wall”

*The outfits of the younger generations aren't just about futuristic, cyber-androgynous shapes and sizes. It's also about **protecting the environment, ethical and slow fashion, traceability and transparency,** because one thing is clear to everyone: “If you do good, you look good.”*

*Interconnections are like vibrations, invisible threads that unite us in a network and leave us with something. They create communities and other groups that share a vision. When the objective is to do good for all, both inside and out, when this objective extends out to embrace the entire planet, we know we are on the right path. This is the path being taken by **gOOOders (@gooders_)**, an Italian project of international scope, the brainchild of **Eva Geraldine Fontanelli (@evageraldine)**, fashion stylist and fashion ethics consultant for the UN.*

“If you do good, you look good” is the underlying theme of this platform, a lifestyle and an attitude that unites a

community that exalts all that is beautiful, so long as it also does good. The concept goes beyond the mere product or look to encompass an approach to dressing, a style of living and of traveling, so long as it is both “beautiful and meaningful”.

*Do-gooders Eva seek out good in everything, even in mental approach and in kindness of thought. It is in this spirit and with this vision that Eva came to Madonna di Campiglio in July. As a travel destination, Campiglio is perfectly suited to the gOOOders network. The beauty of these landscapes, the Italian lifestyle, and respect for nature are at the core of the tourism offer here, so much so that **Madonna di Campiglio** was selected for the fifth stop of the 2020 Good Tour, a project that is a part of Audi Italia's vision for progress into the future together with life coach **Johanna Maggy**. Reestablishing our original connection with nature is the way forward toward a new, more ethical and more sustainable, way of living.*

Eva Geraldine Fontanelli, giornalista di moda, fashion stylist e consulente di moda etica per l'Onu.

Eva Geraldine Fontanelli, fashion journalist, fashion stylist and fashion ethics consultant for the UN.



La guida di Eva

Una scelta di marchi, prodotti, destinazioni e valori eco-friendly, brand selezionati che riciclano, donano e fanno del fair trade, della valorizzazione dell'artigianato locale e della salvaguardia dell'ambiente la loro missione. Uno shop di prodotti di lusso ecosostenibili, una conscious traveling map che porta il viaggiatore alla scoperta delle bellezze ed eccellenze sostenibili italiane. Perché in fondo anche vestirsi è una cosa seria e lo stile di "Madre Natura" è il più bello e buono che si possa disegnare.

Eva's recommendations

A selection of eco-friendly brands, products and destinations; brands that recycle, give back and make fair trade, the promotion of local craftsmanship, and protection of the environment their mission; products of eco-sustainable luxury, a conscious traveling map to discover sustainable beauty and excellence in Italy. Because, at the end of the day, fashion is serious business and the style of Mother Nature is the most beautiful and most meaningful there can be.

www.gooders.com

I "the do gooders" (letteralmente, in inglese, le persone che fanno del bene) di Eva si uniscono e cercano il good ovunque, anche nell'approccio mentale, una gentilezza di pensiero. È con questo spirito e visione che Eva raggiunge Madonna di Campiglio lo scorso luglio. Nella rete dei gOOOders, la destinazione ci entra a pieno titolo: la bellezza del paesaggio, lo stile italiano e il rispetto per la natura sono l'essenza del prodotto turistico. Cosicché **Madonna di Campiglio** diventa la quinta tappa dell'estate 2020 del "Goood Tour", in un progetto che Audi Italia ha implementato nella sua visione di progresso per il domani insieme alla life coach **Johanna Maggy**. Ristabilire la connessione originaria con la natura è la strada verso un nuovo vivere, etico e sostenibile.

Entriamo nel vivo della questione con Eva Geraldine Fontanelli.

Come nasce il progetto gOOOders? gOOOders nasce dall'idea di unire il bello con il buono, beautiful and meaningful, per un modo di viaggiare e di consumare più sostenibile senza rinunciare allo stile. La mia carriera come giornalista di moda, le mie esperienze con istituzioni come le Nazioni Unite e progetti di moda etica hanno portato al mio desiderio di creare un trend che facesse del bene alle persone e all'ambiente. Così nascono il viaggiatore sostenibile e la comunità dei gOOOders.

Raccontaci un po' di questo equilibrio armonico fra bellezza e sostenibilità, che è l'anima di gOOOders.

Bellezza e sostenibilità sono due concetti interconnessi, secondo me uno non può esistere senza l'altro. Ci vuole però una visione più grande delle cose per riuscire ad abbracciarli entrambi. Questo l'obbiettivo della community gOOOders: rendere le persone coscienti del loro impatto e farle sentire partecipi di un progetto che va oltre il prodotto. Tutto questo con ironia e leggerezza.

Dove hai riscontrato questo equilibrio nella destinazione di Madonna di Campiglio?

Madonna di Campiglio è senza ombra di dubbio una delle mete alpine naturalmente più belle, dove la bellezza è racchiusa anche nei piccoli dettagli, spesso creati dalle persone che vi abitano. Questi ultimi sono l'anima e il buono della destinazione e la cura

e la premura per le persone e l'ambiente sono sicuramente uno dei valori più cari ai gOOOders. È una meta dove si entra in strettissimo contatto con la natura senza però rinunciare al lusso di strutture sofisticate e piene di comfort, un connubio perfetto per il conscious traveller.

Da gOOOder, cosa ne pensi di Madonna di Campiglio?

Per me è stato incredibile sentirmi a casa dopo un giorno a Madonna di Campiglio, senza esserci mai stata prima. L'accoglienza e i ritmi slow della vita mi hanno calmata e coccolata. Allo stesso tempo ho ricevuto una grandissima energia data dall'aria frizzantina e dalle maestose montagne. Il connubio perfetto per decidere di fuggire dalla città e rigenerarsi. •

Let's get right down to it with Eva Geraldine Fontanelli.

How did the project gOOOders come about?

gOOOders came out of an idea to unite the beautiful and the meaningful for a more sustainable approach to travel and consumption without compromising on style. My career as a fashion journalist and my experience with organizations like the United Nations and with ethical fashion have led to my desire to create a trend that could do good for both people and the environment. Hence the sustainable traveler and the community of gOOOders.

Tell us a bit about this harmonious balance between beauty and sustainability, which is at the heart of gOOOders.

Beauty and sustainability are interconnected concepts. I don't think one can exist without the other, but it takes a broader vision of things to be able to embrace them both. This is the goal of the gOOOders community, to make people more aware of their impact and to make them feel they are a part of a project that goes beyond the product, all with a bit of humor and lightness.

Where have you found this balance in Madonna di Campiglio?

Madonna di Campiglio is, without a shadow of a doubt, one of the most naturally beautiful alpine destinations, a place where beauty is encapsulated in even the smallest details, often created by those who live here and who are the soul and the good of this destination. The care for both

people and the environment is certainly one of the most important values to gOOOders. This is a destination where you can come into close contact with nature without having to compromise on the luxury, sophistication and comfort of its accommodations, and this is a perfect combination for the conscious traveler.

As a gOOOder, what do you think about Madonna di Campiglio?

It's incredible to me how much I felt at home in Madonna di Campiglio after just one day, when I had never been here before. The warm welcome and slow pace of life here are calming and soothing. At the same time, I've drawn an amazing amount of energy from the crisp air and the majestic mountains. It's the perfect pairing for a regenerating escape from the city. •

I consigli di Eva per la montagna Eva's recommendations for the mountains

ODP x gOOOders - Waterbottle Bag

Porta borraccia in pelle Made in Italy conciata al vegetale e realizzata in collaborazione con Officina del Poggio. In due colori: rosso e bianco-marrone. / This bottle carrier is made of vegetable-tanned Italian leather and is a collaboration with Officina del Poggio. Two colors: red or white/brown.



gOOOders Water Bottle

In Tritan, la borraccia gOOOders è BPA-free plastic, resistente e pratica. / The gOOOders bottle is made from Tritan, a BPA-free plastic that is both practical and resistant.



Bamboo Toothbrush & Case

Spazzolino e porta spazzolino in Moso bamboo, 100% biodegradabile, naturalmente antibatterico, BPA free Nylon 6. / Toothbrush and case made of moso bamboo. 100% biodegradable, naturally antibacterial, BPA-free nylon 6.

I Love The Way You Recycle t-shirt

Fair trade t-shirt in cotone organico, girocollo, ultra-flattering. / Fair-trade, organic cotton t-shirt with ultra-flattering round neck.

gOOOders Pashmina Scarf

Sciarpa in lana fatta e ricamata a mano da uno degli ultimi ricamatori artigiani del Nepal. In due colori: blu e natural. / Wool scarf embroidered by hand by one of the last remaining artisan embroiderers in Nepal. Two colors: blue or natural.

Alpaca hand-woven cape

Il Poncho Nat Inka Mostaza è un poncho in lana di alpaca fatto a mano da esperti artigiani del Perù. 100% Alpaca, intrecciato in Perù, fatto in Usa, è un capo unico nel suo genere. Perfetto per le serate o giornate nell'aria frizzante di montagna. / This Nat Inka Mostaza poncho is handmade using alpaca wool by expert Peruvian artisans. 100% alpaca, woven in Peru and made in the USA, this article is one of a kind. Perfect for an evening out or days spent out in the crisp mountain air.



REDO

IL BELLO E IL BUONO IN UN MARCHIO TUTTO TRENINO

DI/BY SARA DEFRANCESCO

A.L.P.I., CON IL BRAND REDO, È LA COOPERATIVA SOCIALE CON SEDE A TRENTO CHE REALIZZA ACCESSORI DI MODA E COMPONENTI D'ARREDO DI DESIGN CON MATERIALI DI RECUPERO. OBIETTIVO: VALORIZZARE UN PROCESSO PRODUTTIVO SOSTENIBILE E CON FINALITÀ SOCIALE.

Non si pronuncia come si scrive, ma il termine è importato dal vocabolario inglese re-do, letteralmente rifare, ricreare. Ed è ciò che fa REDO upcycling, marchio di design sostenibile trentino, dove le parole Respect. Recycle. Reduce. diventano vero e proprio stile di vita e di pensiero.

Materiali vecchi ma obiettivi nuovi: il "saper fare" di un piccolo laboratorio già avviato, la sartorialità e artigianalità di una comunità multiethnica, la sostenibilità e il riciclo in una visione che mira a fare rete e dare professionalità alle fasce più deboli della popolazione.

Redo: the good and the beautiful of a local brand

THE REWARDS OF UPCYCLING.

A.L.P.I.-Redo upcycling is a cooperative based in Trento that produces fashion and interior design accessories from waste materials with the goal of promoting sustainable production processes for the good of society.

REDO upcycling is a local brand of sustainable design. The organization's motto - Respect,

Recycle, Reduce - expresses their vocation to a more sustainable way of life and of thinking about production. Old materials but new objectives. The know-how of a small workshop, the craftsmanship of a multiethnic community, sustainability and the recycling of a vision that seeks to provide jobs to the segments of the population that are most in need. Concepts old and new that come together in REDO, where products of fashion and interior design are made using materials taken from the waste of organizations and individuals alike who share the ideals of the circular economy. **The economy of the future is green and regenerative.** The circular economy is an economy designed to regenerate.



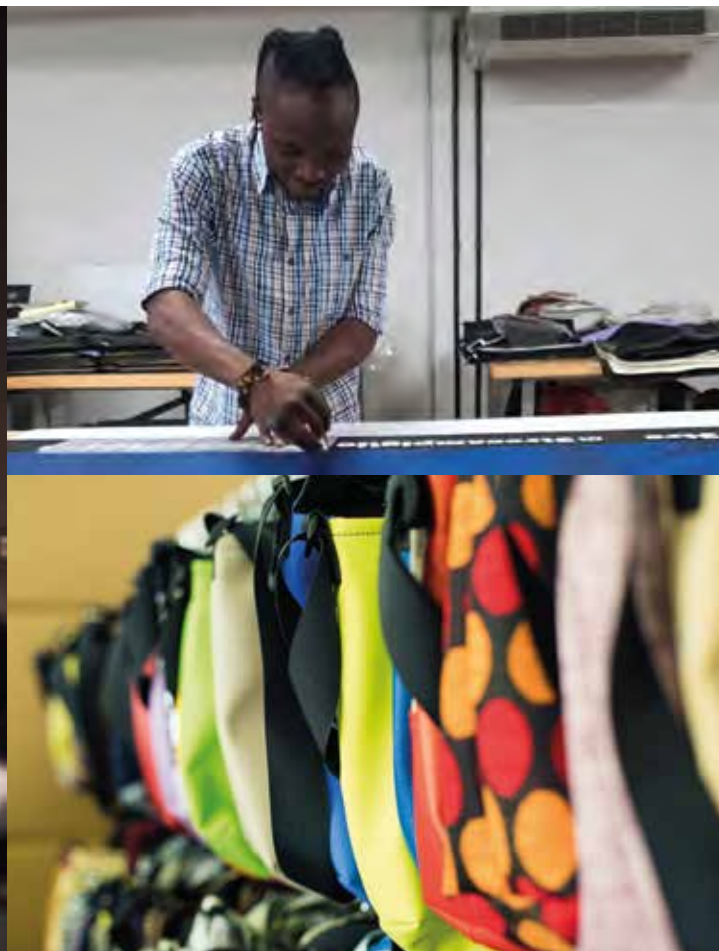
REDO

REDO nasce a Trento nel 2014 come marchio registrato dalla Cooperativa A.L.P.I., cooperativa sociale operativa dagli anni '90 e che da sempre si occupa di reinserimento lavorativo di persone fragili. Nel 2010, dopo la crisi economica del 2008, lo scenario economico cambia. La catena di assemblaggio per conto terzi, che includeva anche un laboratorio sartoriale, rallenta. La domanda si arresta e la mission sociale della cooperativa ne risente.

È dunque per necessità, visione strategica e lungimiranza che nasce REDO e il piccolo laboratorio sartoriale diventa uno dei motori produttivi della cooperativa, a sostegno di quella sociale. L'una sostiene l'altra e la alimenta, le richieste di introdurre lavoratori delle fasce protette aumentano, la ristrutturazione diventa diversificazione e sviluppo comunitario.

REDO was founded in Trento in 2014 as a registered trademark of ALPI, a cooperative that has been working to help people in need to return to the workforce since the 1990s. In 2010, following the 2008 economic crisis, the economic landscape changed and the work for the organization's contract manufacturing business and clothing workshop began to slow. Demand dried up, and the company's mission suffered as a result.

It was then, out of necessity and because of the cooperative's strategic vision and foresight, that REDO was created and the small clothing workshop became the heart and soul of ALPI's production, the business fueling the social vocation and vice versa as jobs for protected categories of workers increased and the reorganization brought both diversification and community growth.



Concetti antichi e moderni che si incontrano nel laboratorio di REDO, dove prendono vita accessori moda e componenti d'arredo di design utilizzando solo materiali di recupero di aziende, enti, associazioni e persone che condividono l'idea di economia circolare. D'altronde **l'economia del futuro è green e rigenerativa**. La circular economy è un'economia progettata per **auto-rigenerarsi e ricostituirsi**: i materiali non organici vengono riutilizzati e rimodellati per circolare nuovamente nel flusso produttivo e di consumo. "È successo un po' per caso, grazie ad un passaparola tra amici e parenti", ci racconta **Martino Orler, responsabile dell'area sviluppo di REDO**. "Mio padre aveva un distributore di benzina e alcuni banner pubblicitari della Esso da buttare. Me li ha portati qui in laboratorio e ci siamo messi all'opera. Il primo REDO era un Esso". Poi l'amico tappezziere, la

cliente affezionata, le cooperative sociali trentine hanno fatto il resto. I materiali sono i più diversificati possibile: banner pubblicitari, scarti di tessuti, imballaggi, cartone, l'importante è che la materia prima sia di buona qualità. Si può riciclare tutto e dar vita ad un prodotto nuovo, bello per l'estetica e buono (good) per la società e l'ambiente. "Dall'unione di più materiali nasce la ricchezza di REDO. Dal lavoro di squadra, multiculturale (il laboratorio di via Ragazzi del '99 è 3/4 africano, poi ci sono Pakistan, Sud America, Italia, Trentino..., complessivamente più di dieci nazionalità) e multi-tasking, nascono dei prodotti unici. Il designer di REDO siamo tutti noi", spiega **Grazia Fait, responsabile del settore produttivo e sociale**. "La missione sociale della cooperativa – aggiunge – ne risulta potenziata: si trasmette una professionalità in vista di un inserimento lavorativo di



Le fasi di lavorazione nel laboratorio REDO a Trento. *The processing steps in the REDO lab in Trento. (M. Pavana)*

qualità. I lavoratori fragili imparano a stare dentro un lavoro, ci mettono la manodopera ma anche la creatività; e poi il valore del lavoro lo portano fuori. È questa la funzione primaria della cooperativa. Qui è un crogiolo di idee, ne nascono prodotti unici e originali".



A sinistra, i responsabili di REDO Grazia Fait e Martino Orler. *On the left, the REDO managers Grazia Fait and Martino Orler. (M. Pavana)*

Inorganic matter is reused and reshaped in order to be put back into the cycle of production and consumption. "It all happened a bit by chance and by word of mouth among family and friends," says **Martino Orler, head of development for REDO**. "My father had an old gas pump and some gas-station signs to be thrown away, so he brought them here to the workshop and we got to work. Our first 'redo' was an Esso station." Then an upholsterer friend, a loyal customer, and the local coops did the rest. All sorts of materials started flowing in — promotional signage, scraps of fabric, packaging, cardboard — so long as it was in good condition. Anything can be recycled and reused for a new product that is as beautiful as it is good for society and for the environment. "Out of this union of diverse materials comes the richness of REDO. Out of the efforts of our multicultural team (three-quarters of which is African, with the rest being from Pakistan, South America, Italy and elsewhere, for a total of ten different nationalities) and multitasking come one-of-a-kind products. We're all designers here at REDO," explains **Grazia Fait, head of production and social service**. "The cooperative's mission is stronger as a result. Our workers learn to be professionals and to hold down a job, as they contribute both their labor and their creativity and look forward to a future of quality employment, taking these values with them. This is the cooperative's primary function. We are a melting pot of ideas creating products that are one of a kind."



(R. Merler)

Il design della stella di Campiglio incontra REDO

The star design of Madonna di Campiglio meets REDO

In occasione della trasmissione di Rai Uno "Linea Bianca", l'**Azienda per il Turismo Madonna di Campiglio Pinzolo Val Rendena** contatta la **Cooperativa Lavoro di Borgo Lares** per un intervento nella trasmissione di Massimiliano Ossini. Il tema: economia circolare locale. Nasce così la shopperpack loggata 3Tre-Campiglio: dal banner pubblicitario del famoso slalom di **Coppa del Mondo di sci alpino**, all'accessorio che mixa il design di una shopper con la praticità di uno zaino. La **shopperpack 3Tre** è un prodotto unico dal design originale, spallacci regolabili, fodera interna, chiusura con doppia zip, taschino interno e tasca esterna.

The feature event of the Madonna di Campiglio winter season came together with the circular economy of REDO for the Italian television broadcast Linea Bianca, as the **Madonna di Campiglio Pinzolo Val Rendena Tourist Association** came together with the **Borgo Lares Labor Cooperative** for the same program, hosted by Massimiliano Ossini. The topic for the episode was the local circular economy. Out of this union came a grocery backpack sporting the logo of the **3Tre Alpine Ski World Cup Slalom**. Dubbed the **3Tre "shopperpack"**, this original product features adjustable shoulder straps, an inner lining, double zipper, and interior and exterior pockets.



Le borse REDO nascono dalle mani delle REDO people, da un laboratorio dove le persone che ci lavorano sostengono il marchio, acquisiscono una professionalità e si formano per entrare poi nel libero mercato. Una filiera produttiva che inizia con il recupero e la preparazione dei materiali e prosegue con la lavorazione sartoriale, il finissaggio e la vendita. I principi di REDO sono molto semplici: tutto si può riciclare, l'oggetto si butta perché non si può più riutilizzare. È la forma mentis delle tante cooperative sociali sparse su tutto il territorio trentino: "A.L.P.I. ha creato una cultura del recupero e valorizzazione delle persone, il recupero del materiale è poi venuto da sé, grazie alla cooperazione trentina e a tutte

le persone che hanno creduto in noi", conclude Grazia Fait. Ed è proprio la **cultura del nuovo millennio**, quella del riciclo, della **sostenibilità e tracciabilità**, del **fair trade** che definisce un approccio orizzontale e circolare nel sistema economico 2.0, dove la serenità sta al centro e la rete tutt'intorno. I materiali vengono recuperati dalle sedi locali, REDO li lavora e gli ridà vita perché poi tornino a circolare nel libero mercato tramite i punti vendita legati alla rete intercooperativa trentina. In questo modo il mercato dà il via a un nuovo ciclo di vita del prodotto: una auto rigenerazione che sta alla base dell'economia circolare, ecosostenibile e comunitaria. Quello che REDO è ogni giorno. •

REDO bags are made by hand by REDO people in a workshop where those who support the brand learn the skills they will then need in the open job market. The value chain begins with the recovery and preparation of the materials and continues with production, the finishing touches, and sale. The underlying principle of REDO is simple: everything can be recycled, and something is only thrown away when it can no longer be reused. This is the unifying theme of the great many cooperatives throughout the area. "ALPI has created a culture of recovery and of personal growth. Waste recovery arose on its own out of community cooperation and the help of all who have believed

in us," Grazia Fait concludes. It is this **culture of the new millennium**, one of recycling, of **sustainability and traceability**, and of **fair trade**, that leads to a circular approach and to Economy 2.0, a landscape in which peace of mind is the core that lies within the community. The materials are recovered by local facilities, then REDO works with them and gives them new life, so that they can reenter the marketplace through participating points of sale throughout the area. In this way, the market triggers both a new life cycle for the product and the sort of regeneration that is at the heart of the sustainable, community-centric circular economy, which REDO embodies each and every day. •

REDO in numeri

in numbers

50 soci

che corrispondono ai soci della Cooperativa A.L.P.I.
members of the ALPI Cooperative

26 dipendenti

employees

1 shop

monomarca a Trento
single-brand shop in Trento

31 store

multibrand in tutta Italia
multi-brand stores throughout Italy

Partnerships

Muse, Castello del Buonconsiglio, Museion, Trento Film Festival, Marcialonga, Fabio Vettori.

redoupcycling.com



GIRO D'ITALIA 2020 DUE GIORNI DI CORSA ROSA

DIARIO FOTOGRAFICO A CURA DI / A PHOTOGRAPHIC LOG BY PAOLO LUCONI BISTI

A CINQUE ANNI DALLA PRECEDENTE EDIZIONE, IL GIRO D'ITALIA È TORNATO AI PIEDI DELLE DOLOMITI DI BRENTA VESTITO D'AUTUNNO. È ARRIVATO IL 21 OTTOBRE A MADONNA DI CAMPIGLIO ED È RIPARTITO DA PINZOLO IL GIORNO DOPO.

Ha il colore del rosa, come la maglia del vincitore e le pagine della *Gazzetta della Sport*, il quotidiano che lo organizza dal 1908, oggi con la più grande famiglia di Rcs Sport. È il Giro d'Italia: 103 anni di storia, un percorso lineare, edizione dopo edizione, tappa dopo tappa, che solo le due guerre mondiali del Novecento ha interrotto. La tradizione lo ha sempre visto arrivare sui passi alpini portando l'aria della primavera e annunciando i colori dell'estate. Tranne quest'anno, il fatidico 2020 che passerà alla storia come l'anno in cui l'umanità ha conosciuto la prima pandemia globalizzata del nuovo millennio. Annunciato regolarmente tra il 9 e il 31 maggio, è stato poi posticipato dall'Uci (Unione ciclistica internazionale) nel mese di ottobre. Cancellato il prologo previsto in Ungheria, la Corsa Rosa è diventata tutta italiana con il confermato passaggio in

Trentino attraverso un arrivo (a Madonna di Campiglio) e una partenza (da Pinzolo) di tappa. Lontano, ma sempre vivo, il ricordo del 1999 segnato dalla splendida vittoria, nel centro della "Perla delle Dolomiti di Brenta", di Marco Pantani e dai drammatici fatti del giorno dopo che segnarono per sempre la vita e la carriera del "Pirata". Più vicino l'evento del 2015 quando la "Carovana" arrivò sul belvedere di Patascoss con lo spagnolo Mikel Landa, primo al traguardo davanti al russo Yurij Trofimov e alla maglia rosa Alberto Contador che quell'anno farà suo il Trofeo senza fine. 2015 e 2020, stessa doppia formula. In entrambe le occasioni si è arrivati a Madonna di Campiglio, dove quest'anno la vittoria è stata conquistata dall'australiano Ben O'Connor (Ntt Pro Cycling Team), e si è ripartiti da Pinzolo, palcoscenico di una partenza ricca di colori e piena di attese. •



GIRO D'ITALIA 2020 The race for the pink jersey

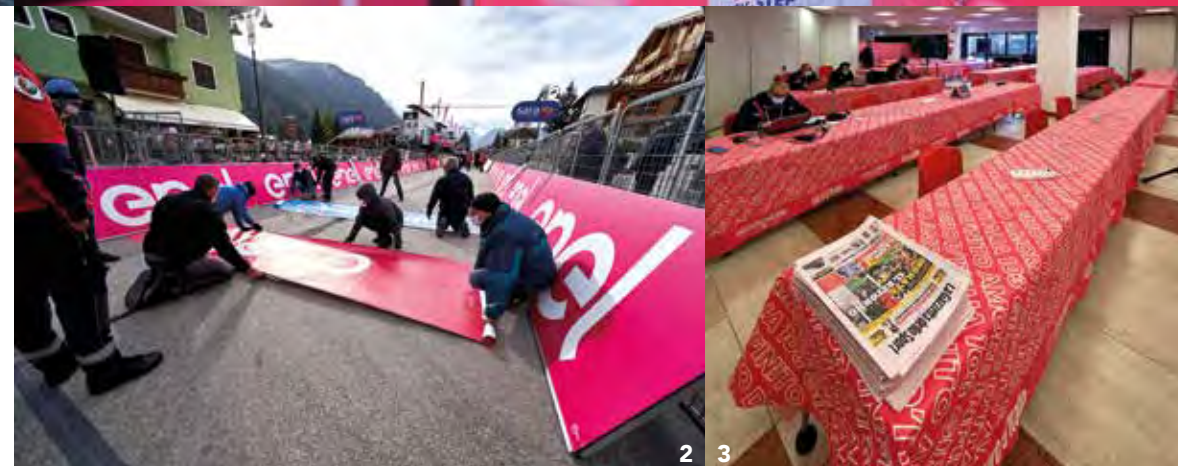
After five years, the Giro d'Italia has come back to the Brenta Dolomites for a fall edition of Italy's grand tour stage race, arriving in Madonna di Campiglio on October 21 and starting out again from Pinzolo the following day.

It sports the color pink, the pink of the leader's jersey and of the Italian sports newspaper La Gazzetta dello Sport, the event's organizer since 1908 and now a part of the RCS media group. The Giro d'Italia is the Italian stage race with 103 years of history in a linear journey - year after year, stage after stage - that only the two World Wars of the 20th century had been able to disrupt. By tradition, the race has

always arrived to the alpine passes along with the spring air, while foreshadowing the coming colors of summer. Not this year, though, as 2020 will go down in the history books as that fateful year of the first global pandemic of the new millennium. Originally set for May 9-31, in its traditional period of the year, the race had to be postponed to October. The initial prologue stage in Hungary had to be canceled, making the race an all-Italian

affair, while a transit through Trentino was confirmed in the form of a stage finish in Madonna di Campiglio and a stage start in Pinzolo. The events of the 1999 edition - with the stage win in Campiglio for Marco "il Pirata" Pantani followed, the next day, by a disqualification that would forever alter the course of his life and his career - remain a vivid memory. Of more recent memory, there was the 2015 edition of the Giro,

with the stage finish on Patascoss, when the Spaniard Mikel Landa was the first across the line ahead of the Russian Yuri Trofimov and the race leader, Alberto Contador, who would go on to take the trophy. For 2020, the formula was to be the same as it was in 2015, with a stage finish in Madonna di Campiglio, won by the Australian Ben O'Connor (NTT Pro Cycling Team), and a stage start from Pinzolo, where the stage was set with color and expectation. •



Il diario The Diary

L'alba rosa, un buon auspicio.

1 - È mercoledì 21 ottobre 2020 e il rosa fa capolino nel cielo di Campiglio, all'alba dell'arrivo del Giro d'Italia in Val Rendena. Tutti osservano l'insolito cielo mattutino e lo salutano come un buon auspicio. Le misure adottate per garantire la salute e la sicurezza di atleti, staff organizzatore e pubblico, permesso in numeri contingentati, sono massime.

The pink of dawn, a good omen
Wednesday, October 21, 2020. The Campiglio sky dons shades of pink on the morning of the arrival of the Giro d'Italia to the Rendena Valley. We all gaze up at this unusual sunrise and greet it as a good omen. Every effort has been taken to ensure the health and safety of athletes, organizers and the public, which has been allowed, but in smaller numbers.

La "carovana" è arrivata.

2 - Piazza Righi e viale Dolomiti di Brenta diventano una "cittadella". I lavori di preparazione della zona di arrivo di una tappa impiegano una mattinata, e si concludono poche ore prima del taglio del traguardo da parte dei concorrenti. I camion e i pullman della "carovana" raggiungono la località nella notte precedente. Conclusa la gara, in pochissimo tempo, ripartono.

The "caravan" is here
Piazza Righi and Viale Dolomiti di Brenta become a citadel. Work to set up the stage finish takes all morning and is completed just a few hours before the competitors cross the line. The caravan of trucks and buses arrived the night before and, after the race, it is quick to head out again.

Al Palacampiglio, il quartier tappa.

3 - Ad ogni grande evento si presenta al meglio delle sue potenzialità, dimostrando una grande capacità di adattarsi a ogni contesto, sportivo o culturale che sia. È il Palacampiglio, per il Giro d'Italia diventato quartier tappa, sala stampa per i giornalisti accreditati, base per lo staff di Rcs Sport e sede dei servizi logistici.

Stage headquarters in Palacampiglio
For every major sporting or cultural event, Palacampiglio, the town's sports arena, displays its great ability to adapt to any situation. For the Giro d'Italia, it was transformed into the headquarters for the stage, including a press room for accredited journalists, a base camp for RCS Sport, and a site for logistics services.

Joao Almeida in Maglia rosa.
(La Presse)

All'arrivo, i personaggi dello sport.

4 - Tanti gli ospiti all'arrivo, un bel momento di "festa", pur con i limiti imposti dalle misure per il contenimento del Coronavirus, che ha portato ai piedi delle Dolomiti di Brenta numerosi sportivi di ieri e di oggi: Marco Melandri, Giorgio Rocca e Yeman Crippa (nella foto), poi Riccardo Patrese, Gilberto Simoni, Francesco Moser e Maurizio Fondriest.

Sports celebrities at the finish
Numerous guests of honor made it to the finish to celebrate the Giro, while respecting the limits set by measures to contain the coronavirus, and this included various sports celebrities past and present, including Yeman Crippa, Giorgio Rocca, Marco Melandri, Riccardo Patrese, Gilberto Simoni, Francesco Moser, and Maurizio Fondriest.

Il ciclismo chiama, lo sci risponde.

5 - Sci? Presente! Ad attendere il più veloce della giornata in arrivo da Bassano dal Grappa, anche Giorgio Rocca (nella foto), ex campione di sci alpino e ultimo italiano a vincere la 3Tre, e Markus Waldner, responsabile della Coppa del Mondo Fis di sci alpino maschile, a Campiglio per i consueti sopralluoghi che precedono la gara di dicembre sul Canalone Miramonti.

Cycling calls, and skiing comes
Skiing? Here! Awaiting the fastest to reach the finish, from Bassano del Grappa to Campiglio, there were also Giorgio Rocca, former Alpine Ski champion and last Italian to win the 3Tre slalom on Canalone Miramonti, and Markus Waldner, chief race director for the men's FIS Alpine Ski World Cup, for the traditional inspections prior to the 3Tre in December.

O'Connor, il vincitore.

6 - Era attesa come la tappa che avrebbe dovuto smuovere la classifica generale e mettere in discussione la Maglia rosa, invece è stata una corsa "tranquilla" che ha disegnato il suo finale solo sull'ultima Grande salita da Pinzolo a Campiglio quando Ben O'Connor (NttPro Cycling Team) accelera. È lui, l'australiano, che arriva per primo al traguardo di Campiglio dopo aver percorso 203 km in 5h50'59".

O'Connor victorious
It was expected to be a stage that would have shaken up the overall race positions and challenged the pink jersey, but it turned out to be a fairly uneventful race until the final climb from Pinzolo to Campiglio, when Ben O'Connor (NTT Pro Cycling Team) put the pedal down. It was the Australian who crossed the line first in Campiglio, covering the 203 km (126 mi) in a time of 5h 50'59".



La Maglia rosa.

7 - Il Gruppo principale della tappa Bassano del Grappa-Campiglio arriva ai piedi del Brenta compatto, con tutti i pretendenti al vertice della classifica generale e Joao Almeida (Deceuninck - Quick-Step), che riesce a mantenere la Maglia rosa. Il portoghese sale ancora sul podio per godersi una pioggia di coriandoli rosa.

The pink jersey
The main peloton for the Bassano del Grappa-Campiglio stage reached the Brenta Dolomites together, including all the main contenders for the pink jersey, which remained on the back of Joao Almeida (Deceuninck - Quick-Step) when the Portuguese cyclist took his place on the top step of the podium in a shower of pink confetti.



Un inglese si fa largo.

8 - Undicesimo, all'arrivo, il londinese Tao Geoghegan Hart (Ineos Grenadiers), già vincitore nella tappa di Piancavallo e quarto in classifica generale. Per lui fa un tifo speciale la zia Carla Pedri, moglie dello zio Michael Geoghegan, nata a Londra, ma originaria di Pinzolo, dove ritorna ogni anno. Alla fine sarà lui, il giovane inglese, il re del Giro 2020. In questa foto appena dietro la Maglia rosa.

An englishman comes to the fore
Fourth overall and with a stage win in Piancavallo, the Londoner Tao Geoghegan Hart (Ineos Grenadiers) crossed the line eleventh in Campiglio, where a special fan watched on. It was his aunt Carla Pedri, wife of his uncle, Michael Geoghegan, and born in London to parents from Pinzolo, where she comes every year. By the end, it was the young Englishman to be crowned king of the 2020 Giro.

NUMERI IMPORTANTI

Data and figures

Ampia è stata la visibilità ricevuta da Madonna di Campiglio Pinzolo Val Rendena a seguito delle due tappe del Giro. Dal 24 ottobre 2019, data dell'ufficializzazione dell'evento, al 22 ottobre 2020, giorno della partenza da Pinzolo, gli articoli pubblicati con riferimenti alla nostra destinazione sono stati 1.960: 503 sui media tradizionali e 1.453 su quelli digitali con oltre 118 milioni di lettori/utenti raggiunti. Sul piccolo schermo si sono contati 75 servizi tv con un valore economico stimato di oltre 1 milione di euro.

All eyes were on Madonna di Campiglio, Pinzolo and Val Rendena for the two stages of the Giro. From October 24, 2019, when the event was officially announced, to October 22, 2020, for the stage start in Pinzolo, a total of 1,960 articles were published about this travel destination - 503 in the traditional media and 1.453 online - reaching more than 118 million readers. We also counted 75 television segments for a total economic value estimated at over €1 million.

Il mondo della neve omaglia il Giro.

9 - Anche i cannoni "sparaneve", azionati dalle Funivie Madonna di Campiglio in omaggio al Giro, festeggiano i corridori. Sulle tre piste Canalone Miramonti, Centenario e Schumacher Streif, che si tuffano nel centro della località, a pochi metri dall'arrivo di tappa, danza la neve, in attesa di un inverno che si avvicina accompagnato da numerose incognite.

The giro honored by the falling snow
Even the snow cannons, brought into action by the Madonna di Campiglio lift operator, celebrated the athletes of the Giro, making snow fall on the Canalone Miramonti, Centenario and Schumacher Streif ski runs that descend into the center of town, just a few steps from the stage finish, in anticipation of an approaching winter steeped in uncertainty.

Il Trofeo senza fine attende.

10 - Ideato nel 1999 per premiare il vincitore del Giro 2000, ogni anno aggiunge il nome del nuovo vincitore della classifica generale. In rame placcato d'oro pesa quasi 10 kg. Rappresenta la storia del Giro? Il vortice di emozioni che regala? Le strade talvolta tortuose che percorre? Messo in mostra in piazza San Giacomo a Pinzolo, si fa ammirare da tutta la Val Rendena.

The Trofeo senza fine awaits
First designed in 1999 to reward the overall winner of the Giro, each year a new name is added to this "trophy without end". Made of gold-plated copper, the trophy weighs nearly 10 kg (22 lbs) and represents the history of the Giro, the vortex of emotions it evokes, and the winding roads it covers. On display in Pinzolo's Piazza Giacomo, it can be admired by all who come to Val Rendena.

A Pinzolo, il rito della partenza.

11 - Si "scaldano" le ruote, la sfida sta per iniziare e la partenza, con un susseguirsi di passaggi tra l'istituzionale e lo sportivo, ne è un preludio colmo di significato. Il tagliarletto di "sede di tappa" viene consegnato al sindaco di Pinzolo Michele Cereghini, poi c'è la presentazione delle squadre e, infine, lo schieramento che annuncia la partenza.

Ritual at the start in Pinzolo
The stage is about to begin as the athletes go through their warm-up rituals, and the comings and goings of organizers and athletes at the start is a prelude steeped in meaning. The pennant for "stage direction" is presented to the mayor of Pinzolo, Michele Cereghini, followed by the presentation of the teams and, finally, the announcement of the start of the stage.

TEZENIS VERONA: LA STAGIONE PARTE IN VETTA

DI/BY GIAN PAOLO ZAFFANI

LA SQUADRA MAGGIORE DELLA SCALIGERA BASKET VERONA HA SCELTO LA MONTAGNA PER PREPARARE LA STAGIONE AGONISTICA 2020/2021 E IMPOSTARE UN PROGRAMMA DI FORMAZIONE AD AMPIO RAGGIO CHE HA COINVOLTO ANCHE BAMBINI E RAGAZZI.

Esistono panorami mozzafiato e paesaggi stupendi che, all'inizio di un viaggio, ti regalano una carica in più. Esattamente quella che Madonna di Campiglio e la Val Rendena hanno regalato alla **Tezenis Verona**, squadra che partecipa al campionato di **Serie A2** di basket e che ha scelto la località trentina come sede del ritiro estivo.

Una scelta non casuale, anzi. Un legame, quello tra la Scaligera Basket Verona e Madonna di Campiglio, che riprende e si rafforza dopo l'ultima estate. Sì, perché già alla fine degli anni '90 i "giganti gialloblù" erano soliti iniziare la stagione all'ombra delle Dolomiti di Brenta.



In allenamento a Pinzolo e in campo a Verona.
Training in Pinzolo and playing in Verona.
(G. De Sandre)



Parola di... Giorgio Pedrollo!

Il legame della Scaligera Basket con la destinazione turistica Madonna di Campiglio Pinzolo Val Rendena è rafforzato anche dalla famiglia Pedrollo, proprietaria del club. **"Il legame tra la nostra famiglia e il territorio è forte** – commenta il vicepresidente della Scaligera Basket, Giorgio Pedrollo – **questo è uno dei luoghi più belli al mondo. Da venticinque anni siamo proprietari di una casa a Madonna di Campiglio, località che viviamo sia in estate che in inverno. Non posso dire di avere un angolo preferito all'interno del comprensorio, la Val Rendena offre ovunque panorami e luoghi incantevoli tutto l'anno".**

Tezenis Verona: The season starts at the top

Verona's Tezenis Scaligera pro basketball team has chosen the mountains to prepare for the 2020-2021 season and to set up a broad-based training program for young basketball enthusiasts.

There are certain breathtaking landscapes that are so exhilarating they give you the energy you need as you embark upon a new journey. That is exactly what Madonna di Campiglio and the Rendena valley gave **Tezenis Verona**, the Italian **Serie A2** basketball team that chose this area as the site for their summer training camp.

This was no random choice. There is a bond between the team and Madonna di Campiglio that dates back to the late 1990s, when Tezenis Verona would always start a new season here in the Brenta Dolomites. The team has returned on multiple occasions in recent years, including last August to further strengthen this long-standing bond.

Based in Madonna di Campiglio's Alpen Suite Hotel, Tezenis Verona started out this new season by forming the tight-knit group of athletes that would go on, 45 days later, to play their first official match, the **Centennial Supercup**, as a preview of the upcoming Serie A2 championship.

Carisolo's basketball arena, which has also been used by the Italian national team, served as the focal point of Tezenis Verona's activities in the area, while also taking

Un'usanza che poi si è ritrovata, per qualche stagione, negli ultimi anni ed è tornata proprio nello scorso mese di agosto.

La Tezenis Verona, a Madonna di Campiglio con base all'Alpen Suite Hotel, ha mosso i primi passi di questa stagione cercando l'amalgama e formando il gruppo che quarantacinque giorni dopo ha iniziato il proprio percorso con la prima competizione ufficiale, la **Supercoppa del Centenario**, anticamera del Campionato di Serie A2. Il Palazzetto dello Sport di Carisolo, già utilizzato dalla Nazionale Italiana di basket, è stato il centro dell'attività della Tezenis Verona, che ha approfittato anche degli spazi della pineta di Pinzolo per lavorare all'aperto in un ambiente in grado di offrire le migliori condizioni per esercitarsi sulla parte atletica.

Madonna di Campiglio, Carisolo e Pinzolo, per due settimane, hanno vestito i colori gialloblù della Scaligera Basket attraverso un ampio progetto studiato e creato a quattro mani tra la società veronese e l'Azienda per il Turismo Madonna di Campiglio Pinzolo Val Rendena.

Il coinvolgimento e la condivisione sono, da sempre, due pilastri fondamentali della Scaligera Basket anche nei confronti degli atleti delle proprie giovanili e del territorio. Dall'estate 2019, infatti, il club ha iniziato un nuovo progetto, chiamato **Scaligera Basket Academy**, che ha coinvolto la provincia di Verona e parte di quella vicentina. Un modo per legarsi al territorio, per entrare in contatto con società, allenatori, collaboratori ed atleti.



A word with... Giorgio Pedrollo!

The bond between Tezenis Verona and the Madonna di Campiglio–Pinzolo–Val Rendena unified tourist destination is reinforced by the Pedrollo family, owners of the club. **"The bond between our family and this area is strong,"** said Giorgio Pedrollo, vice-president of Tezenis Verona. **"This is one of the most beautiful places in the world. We've owned a house in Madonna di Campiglio for 25 years, and we come here in both summer and winter. I can't say that I have a favorite spot here in the area. The Rendena valley is stunning everywhere, all year round."**

Vari momenti del ritiro in Val Rendena.

Some moments of the football training camp in Val Rendena.
(G. De Sandre)

I giovani della Scaligera Basket Academy.
The young players of Scaligera Basket Academy.



advantage of Pinzolo's Pineta park for some outdoor training, where they found ideal conditions for some intense workouts.

For two weeks, Madonna di Campiglio, Carisolo and Pinzolo sported the blue and yellow of Tezenis Verona Basketball throughout a broad-based project designed and created jointly by the team and the Madonna di Campiglio Pinzolo Val Rendena Tourist Association.

Community engagement and sharing are two fundamental pillars for Tezenis Verona, including with their own youth teams and other basketball teams in the local community. In the summer of 2019, the club began a new project, known as **Scaligera Basketball Academy**, which engages the province of Verona and a portion of the province of Vicenza and serves as means of bonding with the community and an opportunity to meet the team, the coaches, and the entire club.

After putting the project on hold

for the health emergency, the intention was to start up again, stronger than ever, and the bond with the Rendena valley pushed Tezenis Verona to organize two weeks of basketball camp in Pinzolo and Carisolo.

The first seven days were dedicated to the kids of the team affiliated with the Academy, while the last seven days were for the Tezenis Verona youth teams, including the traditional **Preseason Camp**, an important moment of sharing for youth basketball.

What better opportunity, then, but to top off these two weeks with the training camp for the pro team? Young people always look to the players on their favorite teams with great admiration, which is why, last summer, Tezenis Verona inserted their training camp between the two weeks dedicated to young players. What arose were moments in which young up-and-comers could meet with the pros, along with fun for all at Carisolo's basketball arena.

Madonna di Campiglio, Carisolo and Pinzolo served as the perfect backdrop to kick off this season.

Adults and children alike love these landscapes and these mountains, which provided the oxygen needed for the birth of the **new Tezenis Verona team**.

But the fun didn't stop there. Under the guidance of the team's **head coach, Andrea Diana**, Tezenis Verona was able to get out of the gym for the team's only half-day of freedom to visit the area, such as the stunning Grostè Pass, the great beauty of which amazed them all.

The first year of this **new program** is in the books, having been met with great success and laying the groundwork for future summers in which the event continues to grow when, we all hope, the current emergency will be better contained and we can all be together again — Verona's Tezenis Scaligera and their fans, the Rendena valley and all who choose this destination for their summer vacations. •

RUNNERS DA RECORD!

il #justdoit di Maestri & Puppi

DI/BY SARA DEFRANCESCO

CESARE MAESTRI E FRANCESCO PUPPI HANNO CONQUISTATO IL MIGLIOR TEMPO CONOSCIUTO AL MONDO DI SALITA ALLA SECONDA VETTA PIÙ ALTA DELLE DOLOMITI DI BRENTA, E RITORNO. IN 3 ORE 28 MINUTI E 26 SECONDI SONO ARRIVATI DI CORSA IN CIMA ALLA TOSA E RITORNATI A CAMPIGLIO.

È il 18 luglio 2020: due ragazzi, una cima e una grande passione, quella per la montagna, una montagna maestosa, talmente bella e unica da essere tra le vette nominate Patrimonio dell'Umanità. La passione trasporta. La passione fa compiere imprese epiche. La passione spinge dove l'impossibile diventa possibile. Ed è quello che hanno fatto i due campioni italiani di corsa in montagna Cesare Maestri e Francesco Puppi. L'idea nasce durante un giorno di lockdown, ad aprile 2020, quando tutto il mondo si è dovuto fermare. Ed è proprio in questo momento di tensione misto a paura e rassegnazione, di coraggio e voglia di vincere, che molti riescono a dare il meglio. Chiusi nelle loro case, il vice-campione del mondo di mountain running Cesare Maestri e il suo compagno di squadra Francesco Puppi guardano avanti. I muscoli chiamano all'allenamento, le teste e i cuori chiamano a nuove esplorazioni. È così che nasce **"Come Noi - Like Us"**, espressione della libertà e spontaneità dell'outdoor e dello sport in montagna. Il loro approccio alla

montagna corre sui sentieri in quota, come solo loro sanno fare: correndo il più velocemente possibile. Per noi è un'impresa incredibile,

per loro è semplicemente espressione dell'amore per luoghi (s)conosciuti, in salita e in discesa. In montagna. Di corsa.

Record-breaking runners! Maestri & Puppi #justdoit

Cesare Maestri and Francesco Puppi have achieved the world's fastest known time up the Brenta Dolomites' second highest summit and back again, making the round trip run up Campiglio's Cima Tosa in a time of just 3h 28' 26".

The date is July 18, 2020. Two young men. One summit. One shared passion for the mountains - for mountains so uniquely beautiful and majestic to have been named a World Heritage Site. Passion drives us to take on epic challenges. It pushes us to where the impossible becomes possible, and this is precisely what has recently been done by two Italian champions of mountain running, Cesare Maestri and Francesco Puppi. The idea came to them one day in April 2020, during the lockdown, when the whole world stood still. It is in these moments of tension, fear and resignation, mixed with courage and a will to win, that many find they are able to give the best of themselves.

Bunkered down in their homes, Cesare Maestri, silver medalist at the World Mountain Running Championships, and his teammate Francesco Puppi were looking to the future. Their bodies were yearning to train. Their heads and their hearts were calling out for new adventure. And so it was that **"Come Noi - Like Us"** was born as an expression of that sense of freedom and spontaneity of the mountains and the great outdoors. Their approach to the mountains involves running along trails more quickly than just about anyone else. For us, it's an incredible undertaking; for them, a mere expression of their love for adventure - running up, running down.



I dati: 3.173 m l'altitudine di arrivo in quota, 2.200 i metri di dislivello, 32 i chilometri complessivi. Un percorso con tratti tecnici, difficili, su ogni tipo di superficie (#anysurfaceavailable è il loro mantra): asfalto, roccia, sentiero, neve. I due atleti Nike Trail sfidano la Cima Tosa di corsa, segnando in **3 ore 28 minuti e 26 secondi il FKT** (Fastest Known Time), il miglior tempo conosciuto e approvato ufficialmente dalla Federazione Italiana Skyrunning per raggiungere **dal centro di Madonna di Campiglio la Cima Tosa e ritorno.**

Cesare Maestri e Francesco Puppi al traguardo con Tullio Serafini (presidente Apt) e Matteo Bonapace (direttore Apt).

Cesare Maestri and Francesco Puppi at the finish line with Tullio Serafini (President of the Tourist Board) and Matteo Bonapace (General Director of the Tourist Board).

(P. Bisti)

Di fronte alla Cima Tosa.
In front of the Cima Tosa peak.



THE PARTNERS

Nike - @NikeRunning

Nike Trail - Nike Pegasus Trail 2

Azienda per il Turismo Madonna di Campiglio Pinzolo Val Rendena



CESARE MAESTRI

Classe 1993, Bolbeno (Borgo Lares), Trentino. Plurimedagliato campione della corsa in montagna e atleta della Nazionale azzurra con 11 presenze. Nel 2018 è medaglia d'argento agli Europei, sale sul gradino più alto del podio del Fletta Trail ed è primo europeo a vincere la Mount Washington Race in Usa. Nell'anno successivo, il 2019, bisca il successo al Fletta Trail, conquistando anche il record assoluto, si laurea campione italiano e mette al collo l'argento Mondiale il 15 novembre 2019 a Villa La Angostura, in Patagonia. La vittoria al Challenge Stellina lo consacra campione italiano 2020 di corsa in montagna.

A greatly successful mountain runner and 11-time member of the Italian national team, in 2018 he was a silver medalist at the Europeans, took first place in the Fletta Trail, and was the first European to win the Mount Washington Race in the U.S. that same year. The following year, he got a repeat win in the Fletta Trail, setting a record time. He is an Italian national champion and was the silver medalist at the World Championships in Villa La Angostura, Patagonia, in 2019. A victory at the 2020 Stellina Challenge crowned him the Italian mountain running champion

@NikeRunning post (add @nikerunning post)



Il percorso ha visto lo start in piazza Sissi alle 8.30 del mattino, ha raggiunto Vallesinella e imboccato il sentiero per il rifugio Casinei arrivando al rifugio Brentei in un tempo record di 50 minuti e 53". Poi Bocca di Brenta (2552 m), rifugio Tosa Pedrotti (26' 57"), fino all'attacco poco sotto la cima per la scalata finale.

Cesare e Francesco arrivano in Cima Tosa alle 10.30, salutano i compagni e ripartono di corsa per la discesa. In meno di 1 h e 30 minuti tagliano il traguardo, poco prima delle 12. **Il Campiglio FKT è siglato.** La distanza che una persona comune percorre in 14 ore, loro l'hanno completata in meno di 3 ore e mezza. "Alla grande!", commenta Cesare, occhi sinceri, sorriso sulle labbra. Poi un abbraccio al compagno Francesco e una stretta di mano all'altro Cesare Maestri, il "Ragno delle Dolomiti". Due volte Cesare, due volte Maestri, un denominatore comune: il Brenta. Il grande alpinista consacrato dalla storia e la medaglia d'argento mondiale di corsa in montagna. Grandi uomini e grandi imprese fanno grande la Storia di un luogo. Perché la montagna è storia, fatica, conquista, condivisione. •

(Courtesy of Nike, Ph. Camilla Pizzini / The Pill Magazine)



FRANCESCO PUPPI

Classe 1992, Guanzate, Como. Grande interprete delle prove di chilometro verticale e delle lunghe distanze, conta 8 presenze in Nazionale. Nel 2015, a Malonno, conquista il titolo tricolore nel KV (chilometro verticale). Nel 2017 è terzo agli Europei di Kamnik e primo ai Campionati mondiali lunghe distanze dopo la squalifica dell'eritreo Petro Mamo. Nel 2019 è argento ai Campionati mondiali lunghe distanze di corsa in montagna e nel 2020 campione italiano di corsa in montagna lunghe distanze.

One of the greats in the vertical kilometer (VK) and long-distance mountain running, and 8-time member of the Italian national team, Puppi won the Italian VK title in 2015 in Malonno. In 2017, he took third place at the Kamnik Europeans and first place in the long-distance World Championships after the disqualification of the Eritrean Petro Mamo. In 2019, he took silver at the World Long-Distance Mountain Running Championships and is the 2020 Italian champion in long-distance mountain running.

These are the numbers: altitude at the summit of 3,173 m (10,410 ft); 2,200 m (7,200 ft) of elevation gain; 32 km (20 mi) of total distance. The route featured technical sections and every type of surface (#anysurfaceavailable is their mantra): asphalt, rock, dirt trail and snow, as the two Nike Trail athletes took on Cima Tosa, running up **from the center of Madonna di Campiglio to the summit of Cima Tosa and back down** in a world's fastest known time (FKT) of **3 hours 28 minutes and 26 seconds** (a time officially recognized by the Italian Skyrunning Federation). Their run started in Piazza Sissi at 8:30 AM, continued on to Vallesinella and along the trail to Rifugio Casinei and then to Rifugio Brentei in a record time of 50' 53". From here, they continued to Bocca di Brenta (2,552 m / 8,373 ft) and Rifugio Tosa Pedrotti (26' 57") and then to the start of the final climb to the summit.

Cesare and Francesco reached the summit of Cima Tosa at 10:30 AM, said goodbye to their friends, and turned back around for the descent. They crossed the finishing line in less than 1h 30' at just before noon, setting the Campiglio FKT. A distance that mere mortals would do in 14 hours, they finished in less than three and a half. "Alla grande!" shouted Cesare, a smile on his face and a sparkle in his eye, before embracing Francesco and shaking the hand of "the other" Cesare Maestri, the Italian mountaineer also known as the "Spider of the Dolomites". Same name, same passion: the Brenta Dolomites. The legendary mountaineer and the world silver medalist in mountain running. Great men and great undertakings make great stories in this great setting. Because the mountains are history, telling the stories of conquest and of cooperation. •



MADONNA DI CAMPIGLIO 14 > 17 GENNAIO 2021



MADONNA DI
CAMPIGLIO
PINZOLO VAL RENDENA
TOP DOLOMITES



Centro fondo Campo Carlo Magno. (P. Bisti)

SPORT DAL CUORE ANTICO! Lo sci di fondo

DI/BY LICIA SALUCCI

DALLA NOTTE DEI TEMPI AL MONDO MODERNO, LO SCI DI FONDO HA UNA LUNGA E AFFASCINANTE STORIA CHE, SU QUESTO NUMERO DI "CAMPIGLIO", AGGANCIAMO AI MODERNI IMPIANTI SPORTIVI DEL NOSTRO TERRITORIO.

svedesi che percorsero il più velocemente possibile i 90 km che li distanziavano dal loro popolo in rivolta. È dalla metà del 1800 che lo sci di fondo diventa sport, quasi da subito in antagonismo allo sci da discesa, ben più giovane della disciplina nordica e appena nato dal telemark.

Nel secondo dopoguerra lo sci si diffonde in tutto l'arco alpino, ma è solo con la vittoria di Franco Nones ai Giochi Olimpici del 1968 che diventa "di massa" anche in Italia, tanto che nel 1971 viene organizzata la prima Marcialonga, una delle gare più amate ancora oggi.

Cross-country skiing. The sport and its history

From ancient times to the modern world, cross-country skiing has a long and fascinating history, and in this issue of Campiglio we look at the impact of this tradition on the offering of sports and other activities this destination has to offer.

There may be very few sports that can boast a history as long as that of cross-country skiing, a sport that is depicted in rock carvings in Rødøy (Norway) dating as far back as some 4,000 years ago.



(P. Bisti)

Various historical sources since have described how certain northern populations were able to move quickly across the snow using wooden equipment that was a precursor to modern skis.

In medieval times, skiing played a crucial role in battles for freedom and independence. The world's oldest, longest and most popular cross-country skiing event, the Vasaloppet, came into being to commemorate three Swedish rebels who raced across the 90 km (56 mi) that separated them from their people so as to join the rebellion.

Cross-country skiing first became a sport in the mid-1800s, going up almost immediately against the most more recent discipline of alpine skiing with the rise of telemark skiing. In the post-war era, Nordic skiing spread throughout northern Italy and the rest of the Alps, but it was only with the victory of Franco Nones at the 1968 Winter Olympics that this sport gained widespread popularity in Italy, so much so that one of today's most popular cross-country races in Italy, the Marcialonga, was first organized in 1971.



MOMENTI DI GLORIA

Anche l'Italia ha avuto i suoi "momenti di gloria" e può stilare una nutrita "walk of fame" di campioni e campionesse di sci di fondo: tra gli anni '80 e '90 Maurilio De Zolt, negli anni '90 Manuela Di Centa, Stefania Belmondo e Silvio Fauner poi, a cavallo con il nuovo millennio, Cristian Zorzi, Pietro Pillitteri e Giorgio Di Centa fino ad arrivare a Federico Pellegrino, campione degli ultimi anni.

MOMENTS OF GLORY

Italy too, has had its moments of glory in cross-country skiing over the years. After Franco Nones, the walk of fame of Italian champions continued with Maurilio De Zolt in the 1980 and 90s, Manuela Di Centa, Stefania Belmondo and Silvio Fauner in the 1990s, and then, around the start of the 2000s, Cristian Zorzi, Pietro Pillitteri and Giorgio Di Centa, followed by Federico Pellegrino in more recent years.

LO SCI DI FONDO A MADONNA DI CAMPIGLIO E PINZOLO

Molti dei nomi citati hanno sciato, in passato, sugli anelli del Centro fondo Campo Carlo Magno durante le competizioni nazionali ospitate. Più recentemente, nel 2009, 2012 e 2019 sono stati organizzati i Campionati assoluti di sci di fondo, a dimostrazione della validità del tracciato e della capacità organizzativa del comitato incaricato. Anche Pinzolo ha avuto un posto di rilievo nel panorama di questo sport con la "24Ore Pinzolo - Staffetta internazionale" che si è disputata dal 1980 al 1990 richiamando amatori e professionisti da 13 nazioni del mondo.

CROSS-COUNTRY SKIING IN MADONNA DI CAMPIGLIO AND PINZOLO

Recently, in 2009, 2012 and 2019, the Italian championships, for both the relay and the long-distance disciplines, have been held here, a testament to the quality of the trails and organizing capabilities of the local committee. Pinzolo, too, has played a prominent role in the world of cross-country skiing, including the creation, from 1980 to 1990, of the Pinzolo 24-hour international relay by a pioneering group of enthusiasts.



Allenamenti e lezioni a Campo Carlo Magno. (P. Bisti, D. Lira)

Training and lessons in Campo Carlo Magno.



SCI E SALUTE

La pratica dello sci di fondo, a detta degli esperti, apporta benefici dal punto di vista mentale (libera dallo stress, grazie anche al paesaggio nel quale di solito si pratica), cardio-vascolare, respiratorio e muscolo-scheletrico. Migliora il tono dei muscoli, la capacità di coordinazione dei movimenti e l'efficienza cardiaca.

Potenza, inoltre, la capacità respiratoria. Anche se a prima vista sembrerebbe impossibile riuscire a stare in equilibrio sugli stretti sci agganciati solo alla punta del piede, è uno sport da provare, che riesce a dare grandi soddisfazioni già dalle prime lezioni.

LO SCI È MOVIMENTO, È SALUTE.

SKIING IS MOVEMENT, IS HEALTH.

SKIING FOR HEALTH

According to experts, cross-country skiing is beneficial both psychologically (reducing stress thanks to the landscapes in which the sport is practiced) and physically, for the cardiovascular, respiratory, muscular and skeletal systems. Specifically, it improves muscle tone in the legs, arms, neck and back and increases coordination. As with all low-impact activities of extended duration, it improves cardiac efficiency and increases lung capacity. Although at first glance it may seem impossible to stay upright with such narrow skis attached to your toes, it is a sport you will find gives you great satisfaction right from the very first lessons.



L'US CARISOLO, IL VIVAIO DEI GIOVANI FONDISTI

Dietro ogni successo ci sono le persone. E quella che più di tutte, in questo momento, rappresenta, in Val Rendena, lo sci nordico, è Walter Maestri, da 15 anni presidente dell'Us Carisolo, la longeva realtà (50 anni nel 2019) che promuove il fondo tra i bambini e i ragazzi. Ad allenarsi per diventare futuri fondisti sono circa 50 iscritti, che vengono seguiti per otto mesi, 3 dedicati alla presciistica e 5 agli allenamenti invernali. Fondista dall'età di 6 anni, atleta delle Fiamme Oro e campione italiano nel 1992, terminata l'attività agonistica Walter Maestri ha proseguito con quella amatoriale che lo ha portato a seguire da vicino e ad allenare, con grandi soddisfazioni, i più giovani. Nel vivaio di Carisolo sono cresciuti Michele Valerio e Giovanni Lorenzetti che, dallo sci di fondo, sono poi entrati nella fila della Nazionale di skiroll. Poi Giovanni Caola, aggregato al gruppo sportivo delle Fiamme Oro, e le promesse Massimiliano Mosca, Thomas Maestri e Nicolas Maestri che stanno già gareggiando nelle competizioni nazionali della loro categoria. L'Us Carisolo gestisce i centri fondo di Carisolo e Campo Carlo Magno ed è direttamente coinvolta nell'organizzazione delle gare regionali e nazionali di sci nordico e skiroll, sport strettamente legati tra loro grazie anche a Michel Rainer (Cs Carabinieri), direttore tecnico della Nazionale di skiroll athleticamente cresciuto proprio nelle fila dell'Us Carisolo. •

US CARISOLO, THE TRAINING GROUND FOR UP-AND-COMING SKIERS

People are what make any great success story possible, and the person who best represents the success of cross-country skiing in this moment is Walter Maestri, president, for the last 15 years, of Us Carisolo, the longstanding association that has been promoting cross-country skiing among young people for over 50 years. Among the four disciplines served by the association - i.e. cycling, running, soccer and cross-country skiing - it is the latter that is the most popular and encompasses a wide range of ages. The association trains some 50 students to become future champions through an eight-month program, including three months of pre-season training and five months of ski training at the area's two cross-country centers. A cross-country skier from the age of six and Italian champion in 1992, Walter Maestri, now retired, continues to enjoy a sport that has led him to get personally involved in training the area's youth, a source of great satisfaction for him. Big names to come out of the Carisolo training ground include Michele Valerio and Giovanni Lorenzetti, who both made the move from cross-country skiing to join the Italian National Roller Ski Team, as well as Giovanni Caola, member of Italy's national cross-country ski team. Following in the footsteps of these veterans, there are up-and-coming talents like Massimiliano Mosca, Tomas Maestri and Nicolas Maestri, who have already begun competing in national events in their disciplines. •

I Centri fondo in Val Rendena The cross-country skiing centers in Val Rendena

CAMPO CARLO MAGNO - MADONNA DI CAMPIGLIO

Campo scuola / Ski school track: 0,5 km, blu / blue **Pista Baby / Pista Baby: 3 km, blu / blue.**
Pista Sprint / trails Sprint: 6,2 km, dislivello / elevation gain 515 m, rossa / red.
Pista World Cup / trails World Cup 8,5 km, dislivello / elevation gain 165 m, nera / black.
Lunghezza totale dei tracciati / Total length of trails: 22 km.

Servizi: spogliatoi con docce e armadietti, noleggio attrezzatura, servizio sciolinatura, scuola di sci di fondo per lezioni individuali e di gruppo. Possibilità di provare anche il biathlon. Presso il centro è attivo lo Chalet Carlo Magno per pranzi, cene e golose pause / **Services:** locker rooms with showers, equipment rental, wax service, ski instructors for individual and group lessons. Opportunities to try biathlon. Chalet Carlo Magno on site serving delicious lunches, dinners and refreshments.

Punto di forza: il paesaggio, con l'alternanza di radure e boschi al cospetto delle Dolomiti di Brenta. **Highlight:** the landscape of alpine pastures and forests beneath the Brenta Dolomites.

FRASSANIDA - CARISOLO

Campo scuola e pista turistica di 5 km.
Ski school track - Recreational trail: 5 km.

Servizi: noleggio attrezzatura, servizio sciolinatura, spogliatoi con docce e armadietti, scuola sci di fondo per lezioni individuali e di gruppo. Possibilità di provare anche il biathlon. / **Services:** equipment rental, wax service, locker rooms with showers, ski instructors for individual and group lessons. Opportunities to try biathlon.

Punto di forza: l'illuminazione serale di 3 km di tracciato. / **Highlight:** 3 km trail with lighting for evening skiing.

RIPARTIRE DALL'ARTE

DI/BY GIULIA CIRILLO

LE CROMIE E LE SFUMATURE DEL MONDO DELL'ARTE ISPIRANO LE PAGINE DI CAMPIGLIO CON ART'È CHE PRESENTA LE TENDENZE, LE CRITICITÀ, GLI ARTISTI DA CONOSCERE E LE NUOVE MOSTRE DA VISITARE. NON CI SARÀ RINASCITA POST PANDEMIA SENZA ARTE, BELLEZZA, CULTURA!

La mostra "Ripartire dall'arte" è stata un chiaro e sincero segnale di ripartenza, senza lasciare indietro nessuno.

[The exhibit] sent a clear and honest signal of rebirth for us all.



"Paesaggio apocalittico", assemblaggio di ceramiche con smalto in fusione.

Ceramic assembling with glaze in fusion.

45x40x43,
2020, A. Viviani.

La mostra che ho curato proprio qui, a Madonna di Campiglio, dal 15 al 23 di agosto 2020 presso la Sala della Cultura, *Show(s) must go on - Ripartire dall'arte*, è stata un progetto caratterizzato dall'entusiasmo che, dopo

un momento di costrizione obbligata a causa dell'emergenza sanitaria legata al Covid-19, è esploso dando vita ad una mostra davvero sentita, carica di voglia di "tornare a fare" da parte degli organizzatori, ma soprattutto degli artisti.

Con un saluto, più amaro che dolce, stiamo per dire addio al 2020, un anno che ha messo alla prova la collettività, l'economia, la società, il mercato e, di conseguenza, anche la cultura e l'arte. Con fatica, l'arte cerca di farsi largo, sopravvivere in un terreno alquanto ostile e, con i giusti sforzi, tornare a essere un elemento vitale per il nostro territorio, non soltanto locale ma nazionale.

The time has come for a salute - more bitter than sweet - to 2020, a year that, in perhaps too many ways, put us alle - both the economy and society as a whole - to the test, the impact of which can even be seen in the realms of art and culture.

Art has been struggling to survive in this hostile landscape and, with the right sort of effort, will surely rise again as an essential part of our community, both locally and throughout Italy.

Starting anew with art

The colors and hues of the art world provide inspiration for Campiglio, with art'è presenting the trends, the latest news, the artists to watch, and the new exhibits to visit. There can be no post-pandemic rebirth without beauty, culture and art!

I would like to talk about an exhibit I curated right here in Madonna di Campiglio this August 15-23, 2020, at the Sala della Cultura, entitled *Show(s) must go on - Ripartire dall'arte*. It goes without saying that the through line of the entire project was a sense of enthusiasm, one that, following the lockdown brought about by the COVID-19 health emergency, practically exploded into a truly heartfelt event instilled with a desire among the organizers and, above all, among the artists to "get back to work".

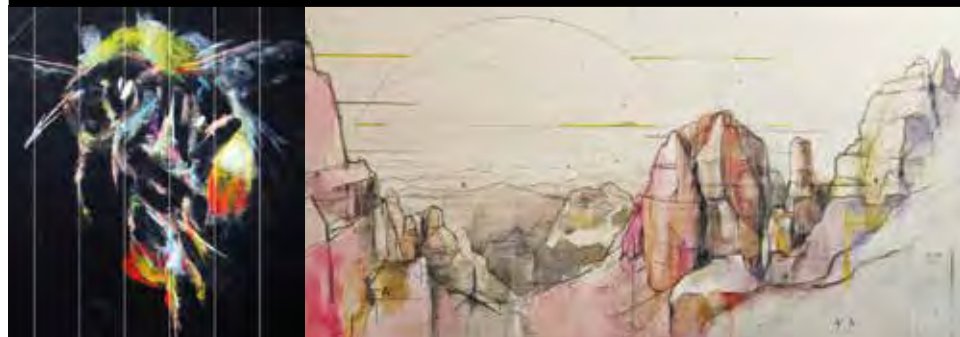
It was this same desire that, as the exhibit's title suggests, drove the artists to keep going and to continue creating works of art, to come to terms with the lack of extrinsic inspiration or the inability to get the materials needed for their creation.

It was this desire that led some of them to make a radical change in technique, media or subjects.

The exhibit encompassed about thirty works by seven local artists - Paolo Dolzan, Daniela Casoni, Mattia Cozzio, Matteo Lencioni, Andrea Romanello, Riccardo Resta and Andrea Viviani - executed entirely during the lockdown.



GLI ARTISTI DELLA MOSTRA E LE LORO OPERE / THE ARTISTS OF THE EXHIBITION AND THEIR WORKS



Da sinistra a destra,
dall'alto verso il basso /
From left to right,
from the top down:

Bombo,
A. Romanello.

Verso il Basso,
M. Lencioni.

Senti da che parte
arriva il vento,
D. Casoni.

Teste,
P. Dolzan.

Mimesi,
R. Resta.

Ipnosi,
M. Cozzio.



La volontà, come suggerisce il titolo dell'esposizione, che ha spinto gli artisti a non fermarsi, a continuare a produrre opere d'arte, a fare i conti con l'impossibilità di essere ispirati dall'esterno o di reperire materiali congeniali alla loro produzione. Volontà che ha portato alcuni di loro a cambiare completamente tecnica, supporti, soggetti.

La mostra ha ospitato circa trenta opere di sette artisti locali – Paolo Dolzan, Daniela Casoni, Mattia Cozzio, Matteo Lencioni, Andrea Romanello, Riccardo Resta, Andrea Viviani – interamente prodotte nel periodo di lockdown.

In quelli che sono stati mesi particolarmente complessi, la passione e l'istinto di ognuno di loro ha fatto emergere sentimenti ed emozioni collettivi: la rabbia, l'impotenza, la frustrazione,

The passion and instincts of each of these artists allowed for aspects to filter in that united them all through some of the most challenging months of their lives, aspects such as rage, frustration, worry, uncertainty and a sense of impotency, but also hope and a desire to play, to go beyond, to stay in touch with nature and to break down obstacles - to create.

I believe this was an important exhibit, both for the artists and for all those who

la preoccupazione, l'incertezza, ma anche la speranza, la voglia di giocare, la volontà di andare oltre, il desiderio di stare a contatto con la natura, di rompere i confini, di creare. Il riscontro da parte del pubblico, con la vendita di tutti i cataloghi (anche in versione online) e di alcune delle opere esposte, è stato fondamentale. È stato un chiaro e sincero segnale di ripartenza, un tentativo di favorire un settore, quello culturale, che ha bisogno di essere valorizzato e stimolato continuamente. Un modo per rispondere alla difficoltà di un periodo che ci ha messi tutti alla prova. Continuare a fare ciò che amiamo è spesso un'efficace medicina.

Quindi, Show(s) must go on!

experienced it. It sent a clear, sincere signal of rebirth for us all and was a way of telling the stories of an unprecedented period in which we all were involved. I think or, better, I like to think that it was also a lesson in love, a gesture that people need to interpret with the right sort of sensibility in order to understand how pursuing our goals and continuing to do what we love can, often, save us. So yes, Show(s) must go on.

Oggi si conosce il prezzo di tutto e il valore di niente.

Oscar Wilde

Il 2020 è stato un anno nel quale la parola crisi si è intrufolata prepotentemente in ogni contesto e settore. Io vi racconto di come il mercato dell'arte sia stato investito da tutto ciò e come stia cercando misure efficaci per rispondere. Prima, però, è utile porre una domanda: Che cos'è il sistema dell'arte contemporanea? Il successo iniziale di un artista passa attraverso elementi che hanno a che fare con la determinazione dell'autore, la fortuna negli incontri, il tempismo e un sistema di regole aleatorie, talvolta, ma anche così delicate da doverle maneggiare con cura. È stato il critico Lawrence Alloway a utilizzare per primo l'espressione "sistema dell'arte", in un saggio apparso sulla rivista "Artforum" nel 1972, in relazione ai meccanismi per i quali un artista viene accettato o respinto dalla cerchia degli appassionati e addetti ai lavori. All'interno del sistema operano diverse figure. Gli artisti anzitutto, e poi i loro committenti: collezionisti e galleristi, i musei con i loro operatori, i critici che scrivono saggi e articoli, i curatori che decidono quali

mostre fare, come promuoverle e su quali investire, i finanziatori che sovvenzionano le strutture espositive, i luoghi di formazione come le università e le accademie. È grazie all'attività incrociata e simultanea di tutti questi soggetti se un'opera è considerata seriamente. Il sociologo Howard S. Becker ha osservato, nel suo libro del 1982 "I mondi dell'arte" che, in effetti, non esiste solo un mondo dell'arte. Chi decreta il successo di un'opera sono più gruppi di riferimento con metodi e intenti diversi, e soprattutto con giudizi non sempre unanimi. Chi vuole distinguersi e allontanarsi dalla concorrenza, oltre ad avere un'indole decisa e coraggiosa e una forte motivazione, deve adoperarsi per essere incluso in mostre collettive, fare in modo che si organizzino personali e retrospettive legate al proprio lavoro, cercare di entrare nelle collezioni private o museali, far parlare di sé sulla stampa, prendere parte a concorsi, residenze d'artista, premi. Tutt'altro che scontato e semplice entrare a far parte di questo macrocosmo. Per capire in che direzione questo sistema, tanto frastagliato quanto affascinante, si stia muovendo, ho intervistato Cesare Orler, giovane critico d'arte che nasce proprio all'interno di una galleria. Il suo nome, attraverso la Galleria Orler, è legato a Madonna di Campiglio dal 1958.

ITINERARI DA VISITARE

ITINERARIES. Must see

MART

Museo d'arte moderna e contemporanea di Trento e Rovereto
Rovereto

MUSEION

Museo d'arte moderna e contemporanea
Bolzano

ARTE BOCCANERA CONTEMPORANEA

GALLERIA D'ARTE MODERNA
M. FOGOLINO

STUDIO D'ARTE RAFFAELLI
Trento

GALLERIA D'ARTE MODERNA
ORLER
Madonna di Campiglio

DA NON PERDERE Not to be missed!



CARAVAGGIO. Seppellimento di Santa Lucia

Rovereto

CARAVAGGIO.IL CONTEMPORANEO
MART, fino / through al 14.2.2021

Cagliari

STEVE MC CURRY
Musei Civici, fino al / through 10.1.2021

Castel dell'Ovo, Napoli

MARINA ABRAMOVIC
fino al / through 17.2.2021

Bologna

MONET E GLI IMPRESSIONISTI
Palazzo Albergati, fino al / through 14.02.2021

Milano

CHAGALL. LOVE AND LIFE
MUDEC, fino al / through 7.3.2021

STEVE MC QUEEN

Pirelli Hangar Bicocca, dal 7.4.2021 al 7.7.2021
from 7.4.2021 to 7.7.2021

Roma

ALDO ROSSI. L'ARCHITETTO E LE CITTÀ
MAXXI, dal 16.12.2020 al 29.8.2021
from 16.12.2020 to 29.8.2021

Again, 2020 was a year in which the word crisis infiltrated and dominated every field and every context. I would like to describe to you how the art market has been affected by all of this and how it is trying to stay afloat.

First, though, I should take a step and ask: What exactly is the system of contemporary art?


The initial success of an artist begins with factors that have to do with the determination of the creator, a bit of luck in timing and in the people they meet, and a system of approximate rules that are, at the same time, so delicate that they need to be handled with care. It was the art critic Lawrence Alloway who first coined the term "art system", in an essay published in Artforum in 1972, in reference to the mechanisms by which an artist comes to be accepted or rejected by art lovers and professionals in the field. Various figures operate within this system. First of all, there are the artists and, then, their "customers": collectors, gallery owners, museum curators, art critics in their essays and articles, exhibit curators who choose what exhibits to hold and how, benefactors who support the exhibition spaces, and universities and other places of learning.



Giulia Cirillo

Curatrice e organizzatrice di eventi e mostre, Giulia Cirillo, classe 1992, è laureata in Comunicazione nei mercati dell'arte e della cultura presso la Libera Università di Lingue e comunicazione IULM a Milano. Sempre nella città meneghina, ha conseguito un master in Progettare cultura-Organizzazione di eventi culturali e mostre all'Università Cattolica del Sacro Cuore. Vive e lavora tra Milano e Madonna di Campiglio.

A curator and event organizer, Giulia Cirillo has a degree in Communication in Art and Culture from IULM University of Milan. She continued her studies in Milan with post-graduate work in Culture Planning & Event Organization at Università Cattolica del Sacro Cuore. She lives and works in both Milan and Madonna di Campiglio.

 @giuliacirillo_art

Today, it is widely accepted that it is the simultaneous interplay of all these actors that determines whether a work of art is actually taken seriously.

The sociologist Howard S. Becker, in his book Art Worlds, published in 1982, noted that there is, in fact, not just one world of art. The decision makers are multiple groups with different methods and intentions and, above all, with opinions that are not always unanimous. To stand out from the competition, it takes both courage and determination as well as a great deal of motivation. An artist needs to take action to be included in group

shows, to do what it takes to get solo exhibits and retrospectives of their work organized, to try and be included in museum or private collections, to get their name in the media, and to take part in competitions, residencies and awards.

It is no sure thing - and certainly not easy - to become a part of this macrocosm.

In order to better understand where this fascinating, if harsh, system is headed, I talked to Cesare Orler, a young art critic who came upon his craft within an art gallery, the Orler Gallery, which has been a feature of Madonna di Campiglio since 1958.

Gli artisti hanno raccontato un periodo storico senza precedenti, che ci ha visti tutti protagonisti.

[The artists told] the stories of an unprecedented period in which we were all involved.

Facciamo il punto! Con... Cesare Orler.

Com'è andato questo 2020 e quali sono stati i cambiamenti sostanziali, anche in termini di digitalizzazione, dell'arte? Dovremmo abituarci a visitare mostre con tour virtuali?

Un 2020 da dimenticare, senza dubbio. L'arte non ha mai sofferto come ora tra fiere cancellate, aste ridimensionate, gallerie chiuse per quattro mesi e mostre rimandate o tenute on direct. Quel poco che sia riuscito a riaprire durante l'estate ha riscosso pochi consensi in termini di pubblico e attenzione mediatica. Di contro, chi da anni si è aperto la strada con un buon profilo social, durante il Covid-19 ha aumentato esponenzialmente il proprio pubblico e ha potuto raccogliere ottimi frutti. Per il 2021, mi auguro che l'art system italiano impari a sfruttare piattaforme sbeffeggiate fino a prima della pandemia.

Pandemie, epidemie e pestilenze hanno sempre fatto parte della vita dell'uomo e a raccontarcelo sono i pittori del passato da Tintoretto a Egon Schiele. Quali sono stati, ad oggi, gli interventi artistici più interessanti che hanno avuto come topic il Coronavirus?

Tra gli artisti più altisonanti, Francesco Vezzoli che, con la copertina di Vanity Fair e le Love Stories sul profilo di Fondazione

Prada, ha fatto incetta di consensi da parte di esperti e neofiti, così come Banksy con i ratti nel bagno, Game Changer e il video nella metropolitana londinese. Tra gli emergenti italiani, ho apprezzato Nicolò Tomaini con l'opera "Paesaggio italiano" e il progetto su Edward Jenner per sostenere l'ospedale di Lecco.

L'arte contemporanea basa il 70% della propria fortuna sulla società mondana che in vent'anni ha messo in piedi un esclusivissimo jet set internazionale. Dovremmo dimenticarci per un po' di biennali e fiere? È un panorama desolante... Personalmente come immagini il futuro a breve termine dell'arte italiana?

L'arte italiana può vivere senza Biennale di Venezia, ma non senza fiere. Sebbene fossero diventate troppe, le fiere costituiscono l'unica chance di visibilità per molte gallerie e pensare di doverci rinunciare, anche solo per altri sei mesi, è tragico. Molti hanno chiuso i battenti e altrettanti li seguiranno a breve. Riguardo alla Biennale, è l'evento più entusiasmante che ci offra l'arte mondiale, non esiste ArtBasel che tenga, quindi spero di godermela durante l'estate 2021. •

La mostra a Campiglio.
The exhibit in Campiglio.

(P. Bisti)



Laureato in Conservazione e gestione dei beni e delle attività culturali a Venezia, segue da vicino artisti italiani emergenti, gestisce lo spazio televisivo "Cesare's Corner" su OrlerTV ed è selezionatore critico nazionale per Mondadori.

With a degree in Cultural Property Management and Conservation from the University of Venice, Cesare Orler works closely with emerging Italian artists, manages Cesare's Corner on OrlerTV, and is a national curator for Mondadori.

Getting to the point, with... Cesare Orler

How has 2020 been going? And what substantial changes have there been in art, including in terms of digitalization? Should we start getting used to virtual exhibit tours?

2020 is a year I'd much rather forget, for sure. The art world has never suffered more, whether it's canceled exhibitions, downsized auctions, galleries closed for four months, and exhibits postponed or held online. What little we were able to reopen during the summer drew little in the way of crowds and media attention. Conversely, those who have managed to build a strong social-media profile over the years have increased their followers exponentially during COVID-19 and have been able to take advantage. For 2021, I hope that Italy's art system will have learned to make use of platforms that had been looked down upon prior to the pandemic.

Pandemics, epidemics and plagues have always been a part of human existence, as we can see in the work of past artists from Tintoretto to Egon Schiele. What are some of the most interesting works of art that have concerned the topic of the coronavirus?

Among the most prominent, Francesco Vezzoli, who, with his cover for [the Italian edition of] Vanity Fair and his "Love Stories" for the profile of the Prada Foundation, has been very well received by experts and neophytes alike, or Banksy, with his bathroom rats, "Game Changer" and video in the London Underground. Among emerging Italian artists, I've enjoyed Nicolò Tomaini with his "Paesaggio italiano" ("Italian Landscape") and his study of Edward Jenner in support of the Lecco hospital.

Contemporary art bases 70% of its fortunes on the upper class, which, over the last twenty years, has become a highly exclusive, international jet set. Should we forget, for a while, about exhibitions and things like the Biennale? It's a depressing outlook. How do you, personally, imagine the short-term future for Italian art? Italian art can get by without the Venice Biennale, but not without exhibitions. Although we may have started having too many of them, exhibitions are the only chance for visibility for many galleries, and imagining having to do without them, even for another six months, is tragic. Many have closed their doors and just as many will be doing so soon. As for the Biennale, that's the most exciting event the world of art has to offer — much more than Art Basel — so I hope to visit in the summer of 2021. •

La montagna stampata

The Mountains in Print

DI/BY MARCO BENEDETTI

NELLA NUOVA SELEZIONE DI LIBRI DA LEGGERE SI VA INDIETRO NEL TEMPO, AGLI ALBORI DEL TURISMO A CAMPIGLIO E IN TRENTINO. POI SI SEGUONO LE TRACCE DI UN'AVVENTURA GIOVANILE ALLA SCOPERTA DI SE STESSI E DELLA NATURA. INFINE SI SALE SULLE VETTE DELLE ALPI GUIDATI PIÙ DALLA RICERCA DI SENSO CHE DAL DESIDERIO DI RECORD.

IN THIS ISSUE'S READING LIST, WE GO BACK IN TIME TO THE EARLY DAYS OF TOURISM IN CAMPIGLIO AND IN TRENTINO. WE THEN FOLLOW THE ADVENTURE OF COMING OF AGE AND OF THE DISCOVERY OF NATURE. FINALLY, WE CLIMB THE SUMMITS OF THE ALPS DRIVEN MORE BY A SEARCH FOR MEANING THAN A QUEST FOR RECORDS.

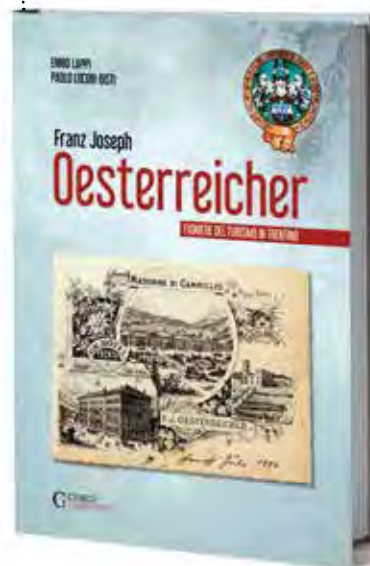
OMAGGIO AL PADRE DEL TURISMO CAMPIGLIANO

Franz Joseph Oesterreicher (1846-1909), lungimirante e intraprendente imprenditore, è stato l'antesignano del turismo in Trentino e dell'affermazione di Madonna di Campiglio come stazione del turismo alpino estivo di livello internazionale. La sua storia, il mito da lui stesso alimentato e la sua vicenda imprenditoriale vengono ripercorsi da Ennio Lappi, appassionato ricercatore della storia trentina, della val Rendena e delle Giudicarie, e da Paolo Luconi "Bisti", fotografo e cultore della storia di Campiglio che ha contribuito a far conoscere attraverso numerose pubblicazioni e curando il più

importante archivio storico-fotografico sulla località. Franz Josef Oesterreicher approda a Campiglio nel 1882, raccogliendo il testimone di Giovanni Battista Righi e trasformando il primo Stabilimento Alpino nel Grand Hotel Des Alpes. Da quel momento Campiglio si afferma come ricercato luogo di villeggiatura, frequentato dalla nobiltà dell'Impero Asburgico e dalla borghesia mitteleuropea. Basandosi su una precisa documentazione storica, gli autori tracciano un ritratto vivo e reale dell'uomo, per la prima volta fuori dal mito e dai tanti pregiudizi che l'hanno circondato.

AN ODE TO THE FOREFATHER OF CAMPIGLIO TOURISM

Franz Joseph Oesterreicher (1846-1909), a visionary entrepreneur, is the forefather of tourism in Trentino and of the rise of Madonna di Campiglio as a summer destination for international tourism.



Ennio Lappi, Paolo Luconi Bisti
FRANZ JOSEPH OESTERREICHER.
Pioniere del turismo trentino
P. 208
Edizioni Curcu & Genovese
€ 22,00

His story, the legend he himself propagated, and his career as a businessman are told by Ennio Lappi, an expert in the history of Trentino, the Rendena valley and the Giudicarie, and by Paolo "Bisti" Luconi, photographer and local history buff who has promoted Campiglio through a great many publications and by curating the most important historical and photographic archive on the Campiglio area. Franz Josef Oesterreicher first came to Campiglio in 1882, when Giovanni Battista Righi passed him the baton in the form of his Stabilimento Alpino, which Oesterreicher transformed into the Grand Hotel Des Alpes. From that moment on, Campiglio became a popular alpine resort destination for the nobility of the Habsburg Empire and for bourgeois vacationers from Central Europe. With the help of historical documents, the authors paint a vibrant picture of the man as he truly was, depicting him for the first time not as the legend and as the many stereotypes that surrounded him.

IMMERGERSI NELLA NATURA RISPETTANDO IL PIANETA E SCOPRENDO SÉ STESSI

Estate 1981. Franco Michieli, terminato l'orale di maturità, si mette in cammino con l'amico Andrea. Portano il minimo necessario per affrontare qualsiasi ambiente: zaino, piccozza, cartine, abbigliamento estivo e invernale, sacco a pelo e da bivacco. L'obiettivo? La traversata delle Alpi, dal Mar Ligure all'Adriatico. Ad accompagnarlo si alterneranno altri sette amici, fondamentali per la riuscita dell'impresa: 81 giorni, 2.000 km, 219.000 m di dislivelli, 25 cime, pernottando per lo più all'aperto o sotto ripari di fortuna. Un'avventura tra amici compiuta non per tagliare un traguardo, ma per "commisurare la propria dimensione con la reale grandezza della montagna, o di ciò che non è umano, e ci sovrasta".

Dopo quasi quarant'anni, Franco Michieli, geografo, scrittore esploratore e tra i maggiori esperti di grandi traversate in terre selvagge, ripropone con una avvincente narrazione questa sua giovanile esperienza riportandoci sulle Alpi di allora in un viaggio vagabondo e libero e in uno spazio che rispetto alla piccozza della persona vale l'infinito.



Franco Michieli
L'ABBRACCIO SELVATICO DELLE ALPI
P. 292
Editrice Ponte alle Grazie, Collana Passi
In collaborazione con il Club Alpino Italiano
€ 16,80

RUNNING UP THE ALPS' 82 13ERS

In 2008, mountaineers Franco Nicolini, Diego Giovannini and Mirco Mezzanotte achieved the dream of Patrick Berhault to climb all of the Alps' 82 13ers in 82 days. Berhault's dream came to a dramatic end

terminato sulla cima del Bernina, è stato un viaggio tra ambienti sconfinati e selvaggi, raggiunti col solo motore umano: camminando, con gli sci, arrampicando e inforcando la bicicletta. In questa nuova concezione, la prestazione è solo una parte, sempre più impercettibile, dell'avventura. A pesare sono nuovi valori: le sensazioni, l'istinto, l'equilibrio, il saper condividere la quotidianità insieme ai compagni.

DI CORSA SUGLI 82 "QUATTROMILA" DELLE ALPI

Gli alpinisti Franco Nicolini, Diego Giovannini e Mirco Mezzanotte nel 2008 hanno realizzato il sogno di Patrick Berhault: concatenare tutti gli 82 "Quattromila" delle Alpi in 82 giorni. Il sogno del francese si spezzò drammaticamente sulla cresta del Dom nelle Alpi Svizzere, il 67° quattromila. Quattro anni più tardi quel sogno fu realizzato dai tre alpinisti trentini e in soli 60 giorni. Questo libro è il racconto della loro impresa che rappresenta una svolta del modo contemporaneo di vivere la montagna: non più velocissime scalate di un giorno, ma nuovi orizzonti temporali. Questo lungo concatenamento,

Franco Nicolini, Diego Giovannini
SENZA SOSTA
Gli 82 Quattromila delle Alpi in 60 giorni
P. 190
Alpine Studio, Collana I miti
2020
€ 19,00



Seven other friends provided crucial support for sections of the 81-day trip that would take them 2,000 km (over 1,240 mi) across 25 summits for a total elevation gain of 219,000 m (719,000 ft). Sleeping mostly outdoors or under makeshift shelters, these friends took on this adventure not to reach the finish, but to better understand their own importance as compared to the greatness of the mountains. Nearly 40 years later, Franco Michieli, geographer, writer, explorer, and one of the leading experts on great undertakings in the untamed wilderness, tells the enthralling tale of this experience from his youth, taking us up into those Alps as they were then as we follow his wanderings through a space that, compared to our own insignificance, was virtually infinite.

on the crest of Dom, in the Swiss Alps, his 67th 13er. Four years later, that dream was realized by three mountaineers from Trentino, and they did it in just 60 days. This book tells the tale of that undertaking, which marked a turning point in the way we experience the mountains today: no longer in quick, one-day climbs, but across all-new time periods. This lengthy undertaking, which ended atop Piz Bernina, was a journey in the boundless wilderness, using nothing but skis, bicycles or the shoes on their feet. In this new way of viewing the mountains, performance remains but a minimal part of the adventure, having given way to a new set of values: sensations, instinct, balance, and knowing how to share the experience with friends.

La fine di un'era

DI/BY PAOLO LUCONI BISTI E/AND ENNIO LAPPI

UN RETROSCENA POCO CONOSCIUTO E CURIOSO SULLA STORIA DI CAMPIGLIO, OGGI IN GRADO DI RENDERE LA MISURA DELL'IMPORTANZA CHE QUESTO PICCOLO VILLAGGIO ALPINO RAGGIUNSE AL TERMINE DI UNO DEI SUOI MOMENTI PIÙ FELICI.

Correva l'anno 1915 e mentre l'Europa si stava consumando in un dramma senza precedenti, le cancellerie di Roma e Vienna erano impegnate in una trattativa diplomatica che avrebbe deciso le sorti delle due nazioni. Con un pensiero anche alla minuscola Madonna di Campiglio. "Con l'eccezione di". È in queste poche parole che si può trovare il senso finale di un ruolo, quello che Madonna di Campiglio ebbe nell'ambito della storia locale del Trentino/Sud Tirolo e di quella nazionale di due diversi Stati, il Regno d'Italia e l'Impero austroungarico. Parole vergate venerdì 2 aprile 1915 su una nota scritta che il barone Istvan von Burian (1851-1922), a quel tempo ministro degli esteri dell'Impero, consegnò a Giuseppe Avarna di Gualtieri (1843-1916), ambasciatore d'Italia a Vienna. Furono giornate drammatiche, quelle della primavera del 1915. Più volte ripercorse dagli storici. Per parte italiana quei momenti furono raccontati dagli stessi protagonisti in varie pubblicazioni come il "Libro Verde" del barone Sidney Sonnino (1847-1922), a quel tempo ministro italiano degli affari esteri, e "L'Intervento, ricordi

e pensieri" di Antonio Salandra (1853-1931), presidente del consiglio del Regno tra il 1914 e il 1916, pubblicato nel 1930. I contatti tra il Governo italiano e la sua ambasciata a Vienna in quei mesi si moltiplicarono, soppesando da entrambe le parti parole, frasi, promesse e velate minacce. La situazione era grave. Con l'intera Europa che ormai bruciava nel fuoco di un conflitto orrendo, che intenzioni aveva l'Italia ancora ferma al palo? Sarebbe rimasta neutrale? Avrebbe onorato il vecchio patto della Triplice Alleanza siglato ancora nel 1882 con Austria e Germania, o sarebbe passata con Francia e Inghilterra? E per parte sua, Vienna sarebbe riuscita a tenere Roma all'interno dell'alleanza che era ancora in vigore, o perlomeno fuori dal conflitto? E, in tutto questo, quale sarebbe stata la sorte del Trentino, principale oggetto delle trattative tra le due capitali? Già nel gennaio 1915, le negoziazioni tra le due cancellerie sono avviate. Il giorno 11 gennaio, Sonnino incontra a Roma il principe tedesco Bernhard von Bülow (1849-1929), ex cancelliere germanico sceso a Roma in



rappresentanza del Governo del Kaiser, pronto a sostenere le richieste italiane di cessione del Trentino presso l'Austria per scongiurare l'apertura di un nuovo fronte di guerra in Tirolo. La richiesta italiana di entrare in possesso della provincia si scontra in quel momento con una Vienna ben poco propensa ad accettarla. Gli ostacoli sono molti. Tra i tanti: a quale sorte sarebbero andati incontro i militari trentini in quel momento impegnati

con l'esercito austriaco? E poi, l'Imperatore, il vecchio Cecco Beppe, vantava pure l'importante e secolare titolo di Conte del Tirolo. Come convincerlo a rinunziarvi? La cessione del solo territorio dell'antico vescovado di Trento sarebbe stata una via d'uscita onorevole? Dapprima restia a ogni genere di concessione territoriale, nei primi giorni di marzo Vienna, per la prima volta, si dichiara pronta a trattare in tal senso, sulla base dell'articolo VII

Tratto dal libro
An extract from the book
"Franz Josef Oesterreicher"
Curcu e Genovese, 2020.

The end of an era

A curious, little-known backstory from Campiglio's history that is now able to help us better understand the importance that this alpine resort village achieved by the end of one of its most prosperous periods.

The year was 1915 and, while Europe was running headlong into an unprecedented drama, the chancelleries in Rome and Vienna were engaged in diplomatic negotiations that would have determined the fates of their two nations - with a thought even for the tiny Madonna di Campiglio. "With the exception of." It is in these few words that we find the ultimate meaning of a role, the role that Madonna di Campiglio played in the local history of Trentino-South Tyrol and in the national history of two different countries: the Kingdom of Italy and the Austro-Hungarian Empire. It was these words that were written, on Friday, April 2, 1915, in a note that Baron Stephan Burián von Rajecz (1851-1922), foreign minister for the Empire at that time,

delivered to Giuseppe Avarna di Gualtieri (1843-1916), the Italian ambassador to Vienna.

Those days in the spring of 1915 were dramatic ones, days that historians have looked back on many times. For Italy, those moments have been described by those who were there in various publications, such as *Il Libro Verde* by Baron Sidney Sonnino (1847-1922), Italy's minister of foreign affairs at that time, and *L'Intervento, ricordi e pensieri* (1930) by Antonio Salandra (1835-1931), Italy's prime minister from 1914 to 1916. Contact between the Italian Government and Italy's embassy in Vienna during those months intensified, the words, promises and veiled threats weighing on both sides.

The situation was serious. With all of Europe burning in the fires of a horrendous conflict, what intentions did Italy have, still in the starting blocks? Would they remain neutral? Would they have honored the old pact with the Triple Alliance, signed back in 1882 with Austria and Germany? Or would they have gone with France and England? And, on the other side,

would Vienna have been able to keep Rome within the alliance, which remained in effect, or at least out of the conflict? And, in all of this, what was to be of Trentino, the primary focus of the negotiations between the two capitals?

In January 1915, negotiations between the two chancelleries had already begun. On January 11, Sonnino met with the German Prince Bernhard von Bülow (1849-1929), the former German chancellor, who came to Rome representing the Government of the Kaiser, prepared to support Italian calls for the transfer of Trentino to Austria in order to stave off the opening of a new front of war in Tyrol. Italy's request to take possession of the province was met, at that time, with a Vienna that was very much not inclined to accept it. The obstacles were many, including: What was to be the fate of the Trentino soldiers, who were, at that time, engaged with the Austrian army? And the Emperor, the old Franz Joseph I of Austria, still held the important, age-old title of the Count of Tyrol. How was he to be convinced to give it up? Would the transfer of the territory of the ancient Bishopric of Trent alone have been an honorable way out?

Initially resistant to any sort of territorial concession, for the first time in early March, Vienna declared to be open to negotiations in this regard, based on Article VII of the alliance between Austria and Italy. However, it was an opening with a wealth of closures, and the factors to be considered for a potential transfer of an entire region were many. Just to name a few: What exactly was to happen? Vienna appeared to be categorical. Doing it immediately was out of the question. It would only happen at the end of the conflict.



Cartina dell'Impero austroungarico e scorci di Madonna di Campiglio in epoca asburgica. Map of the Austro-Hungarian Empire and views of Madonna di Campiglio during the Habsburg reign.



del trattato di alleanza tra Austria e Italia. Un'apertura ricca però di chiusure: gli aspetti da considerare per un'eventuale cessione di un'intera regione sono tantissimi. Tanto per cominciare: quando sarebbe dovuta avvenire? Vienna appare categorica: di farlo subito non se ne parla, si farà solo alla fine del conflitto. Questo per Roma è inaccettabile. Come pretendere di vedere onorato l'impegno a guerra finita? Se sconfitta, come potrebbe l'Austria cedere territori a chi non li aveva conquistati militarmente? E come rivendicare poi Trieste, avendo la Serbia già espresso il suo parere in quanto "città slava"? E, se vincitrice, come credere che sarebbe stata ancora disposta a onorare un impegno simile? La quota-parte di debito pubblico relativa alla regione, a chi sarebbe poi spettata? La questione principale rimane comunque quella territoriale: quanta parte di Tirolo è disponibile a concedere l'Austria? Ed è proprio qui, in un momento così importante e delicato per il destino d'Europa, che per un istante appare anche il nome di Campiglio. In quel di Vienna, sulla base di chissà quali indicazioni ricevute da chissà chi, venerdì 2 aprile 1915 il barone Burian si ricorda tra le altre anche della località ai piedi delle Dolomiti di Brenta. Il ministro austriaco consegna all'ambasciatore italiano una nota scritta nella quale per la prima volta la cancelleria viennese traccia la linea di confine entro la quale far rientrare le concessioni territoriali del Trentino verso l'Italia. Nell'offerta è compresa praticamente tutta la provincia, anche la città di Trento, con il suo grande valore simbolico per gli irredentisti, ma con una sola eccezione: Madonna di Campiglio

e i suoi dintorni. Perché? Il testo, preciso, trascritto letteralmente nel telegramma inviato dall'ambasciata italiana di Vienna nella serata di quel lontano venerdì 2 aprile 1915, è eloquente:

"I territori che l'Austria-Ungheria sarebbe disposta a cedere all'Italia alle condizioni indicate comprenderebbero i distretti (Politische Bezirke) di Trento, Rovereto, Riva, Tione (ad eccezione di Madonna di Campiglio e dei suoi dintorni), nonché il Distretto di Borgo".



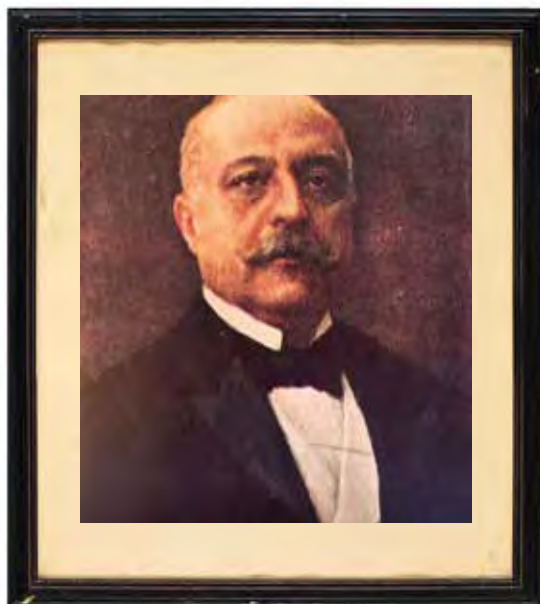
Nella vallata dell'Adige il confine rimonderebbe fino a Lavis, località che resterebbe all'Italia. Ecco, forse proprio in queste parole sta il senso del ruolo che questa località ha avuto all'interno della storia locale del Trentino. Un piccolo teatro d'incontro e scontro tra le due diverse mentalità che hanno abitato questo territorio di confine, ambito e conteso da entrambe, punto di riferimento dapprima per l'una (quella italiana) con Giovanni Battista Righi, di sentimenti regnicoli, che ospitò nel 1872 la fondazione della Sat,

Antonio Salandra (1853-1931), presidente del Consiglio del Regno tra il 1914 e il 1916.

Sidney Sonnino (1847-1922), ministro italiano degli affari esteri.

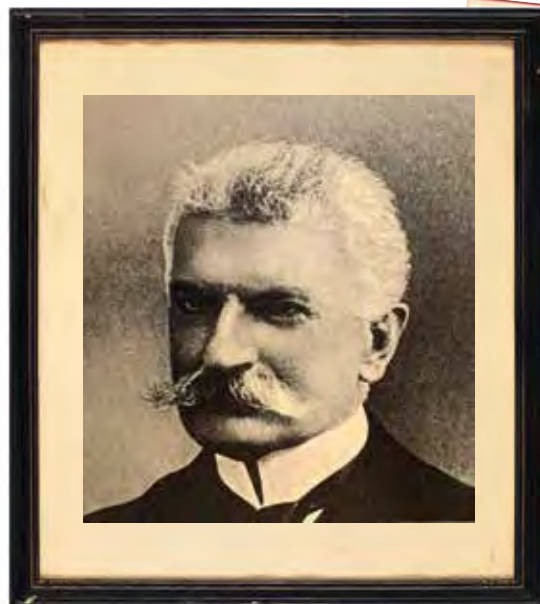
Antonio Salandra (1853-1931), Italy's prime minister from 1914 to 1916.

Sidney Sonnino (1847-1922), Italy's minister of foreign affairs.



e poi per l'altra (la filotedesca) con Franz Josef Oesterreicher, che la trasformò in luogo di ritrovo dell'alta borghesia e dell'aristocrazia d'Oltrébrennero. Un villaggio di montagna che forse, davvero, rimase nel cuore di quell'anziano Imperatore che se ne ricordò anche in un momento per lui tanto difficile e doloroso. Un vecchio uomo che forse, ancora, dietro i grandi finestroni di Schönbrunn, ripensò con un sorriso a quelle lievi giornate trascorse troppo in fretta ai piedi del Brenta con la sua amata

Elisabetta, alle passeggiate tra i boschi e i laghi, ai panorami di quelle montagne, all'Hotel des Alpes di quell'albergatore dal nome austriaco e troppo singolare per non diventare oggetto delle solite immortali malelingue. E che proprio per questo, tra le varie (e dolorose, Trento su tutte, ma non solo) concessioni territoriali imposte dal drammatico momento al poco amato alleato italiano, indicò ai suoi diplomatici quell'estremo rifiuto al sacrificio, quella clausola: "con l'eccezione di...". L'orologio della storia procedeva però implacabile. Le trattative tra Roma e Vienna andarono avanti, quella prima proposta si rivelò fin da subito insufficiente, così le concessioni da parte austriaca si fecero inevitabilmente ancora più generose, ma era ormai troppo tardi. Tre settimane dopo questa nota, il 26 aprile, Italia e Inghilterra siglavano il Patto di Londra che nel suo ultimo articolo, il numero sedici, prevedeva un obbligo ben preciso, l'entrata in guerra dell'Italia a fianco di Francia e Inghilterra entro un mese dalla firma. Il 24 maggio 1915 era alle porte. •



For Rome, this was unacceptable. How could they expect to see the commitment honored once the war was over? And how could they lay claim to Trieste, when Serbia had already expressed their opinion on this "Slavic city"? And, if victorious, how could they believe that they would still be willing to honor such a commitment? Who would be responsible for the region's portion of public debt? In any event, the primary question remained a territorial one: How much of Tyrol was Austria willing to concede? And it is here, in such an important, delicate period for the fate of Europe, that, for one instant, the name Campiglio also appeared. In Vienna, based on who-knows-what instructions received from who-knows-who, on April 2, 1915, Baron Burian remembers, in the middle of everything else, that village in the Brenta Dolomites. The Austrian minister handed the Italian ambassador a note in which, for the first time, the Viennese chancellery drew a line within which Trentino territory could be conceded to Italy. The offer included essentially the

entire province, including the city of Trento, with its great symbolic value to the irredentists, but "with the exception of" Madonna di Campiglio and its surrounding area. Why? The text, transcribed literally in the telegram sent by Italy's ambassador to Vienna on the evening of that Friday, April 2, 1915, is both precise and eloquent: "The territories that Austria-Hungary would be willing to transfer to Italy under the conditions specified would include the districts [Politische Bezirke] of Trento, Rovereto, Riva, Tione (with the exception of Madonna di Campiglio and its surrounding area), as well as the district of Borgo. In the Adige valley, the border would extend to Lavis, which would remain Italian." It may be in precisely these words that we find the meaning of the role that this place had in local Trentino history - a small theater of contact and of conflict between the two different perspectives that inhabited this borderland, yearned for and contested by both, point of reference first for one (the

Italian perspective), with Giovanni Battista Righi, a man of monarchist sentiment, who hosted the foundation of the SAT association of alpine guides in 1872, and then for the other (the pro-German perspective), with Franz Josef Oesterreicher, who transformed it into a meeting place for the wealthy bourgeois and aristocracy from the north, a mountain resort that may truly have remained dear to the heart of that old Emperor, who remembered it even in a period that was so difficult and painful for him. Standing at one of those enormous windows of Schönbrunn Palace, that old man may have looked back with a smile to those idle days spent too quickly in the Brenta Dolomites with his beloved Elisabeth and to the strolls through the forests and around the lakes, to the panoramas in those mountains, to Hotel des Alpes, run by that hotelier with an Austrian name and too unique not to become the subject of the usual, eternal rumormongers. Perhaps it was for this, among the various territorial concessions to the little-loved Italian ally called for by those

dramatic times, that he expressed to his diplomats that extreme refusal to sacrifice with the clause "with the exception of...". But the hands of time turned inexorably onward. The negotiations between Rome and Vienna continued, and the first proposal immediately proved insufficient. Three weeks after that note, on April 26, Italy and England signed the Treaty of London, in which the final article, number sixteen, established a precise obligation: for Italy to enter the war alongside France and England within one month of signing the treaty. May 24, 1915, was fast approaching. •

Pagine da "Il Libro Verde" di Sonnino. La parte dedicata alla località trentina.

Il barone Istvan von Burian (1851-1922), ministro degli esteri dell'Impero.

Pages from Sonnino's Il Libro Verde. The section dedicated to Campiglio. Baron Stephan Burian von Rajecz (1851-1922), foreign minister for the Empire.





IL BALLO DELLA MORTE SECONDO SGARBI

DI/BY ALBERTA VOLTOLINI

L'8 AGOSTO SCORSO, VITTORIO SGARBI È STATO PROTAGONISTA DI UNA ORIGINALE LETTURA DELLE OPERE DEI BASCHENIS PRESENTI IN VAL RENDENA. IL CRITICO D'ARTE HA VISITATO TUTTE LE CHIESE AFFRESCATE DAI PITTORI BERGAMASCHI.

Prima un'attenta e approfondita visita a tutte le nove chiese della Val Rendena affrescate dai Baschenis poi, dando le spalle alla "Danza macabra" dipinta da Simone II Baschenis sulla facciata a mezzogiorno della chiesa di San Vigilio a Pinzolo, un lungo intervento che ha colto, nel tema iconografico tardo medioevale con funzione di *memento mori*, l'occasione per ribadire il suo pensiero sulla morte e, criticamente, sulla gestione dell'emergenza sanitaria causata da Sars-CoV-2. Questo, in sintesi, il contenuto della conferenza che ha visto protagonista Vittorio Sgarbi l'8 agosto scorso. Il professore ha proposto la sua lettura, affascinante e straordinariamente ricca di collegamenti con la storia dell'arte italiana, delle opere dei Baschenis conservate nelle chiese, molte cimiteriali, tra Adamello-Presanella e Dolomiti di Brenta. La facciata di Sant'Antonio a Pelugo ispirata, ad esempio, al gotico veneziano, o il Simone Baschenis più maturo, quello delle crocifissioni dipinte a Javrè e

Vittorio Sgarbi on the dance of death

On August 8, Vittorio Sgarbi, an Italian art critic, presented his interpretation of the works of the Baschenis family in Val Rendena, visiting all the churches with frescoes by this renowned family of artists.

First, a deliberate, in-depth tour of all nine churches in the Rendena valley that feature frescoes by the Baschenis family, then, beneath the *Danse Macabre* executed by Simone II Baschenis on the southern facade of the Church of San Vigilio in Pinzolo, Vittorio Sgarbi gave a lengthy talk on the art of the late Middle Ages and its role as a reminder of death, while also sharing his own thoughts on death and, critically, on the handling of the SARS-CoV-2 health emergency.

This was, in short, the content of the conference held on August 8 of this year, for which Vittorio Sgarbi was the featured guest, presenting his fascinating interpretation -

La conferenza, introdotta dai figuranti del Filò da la Val Rendena, è stata ideata e organizzata dall'Azienda per il Turismo che ha colto nell'ufficialità del momento l'occasione per ringraziare i volontari (dimostratisi accoglienti e preparatissime guide anche durante la visita di Vittorio Sgarbi), appartenenti ad associazioni e parrocchie, che garantiscono l'apertura delle chiese dei Baschenis e le visite guidate a questi tesori dell'arte.



Pinzolo, culturalmente influenzato da pittori quali il Romanino, Savoldo e Moretto da Brescia. La conferenza open air, che ha registrato il tutto esaurito, è stata voluta e organizzata dall’Azienda per il Turismo Madonna di Campiglio Pinzolo Val Rendena (Apt) nell’ambito di una programmazione estiva sempre più attenta all’integrazione tra turismo e cultura. “L’obiettivo, attraverso questa iniziativa e altri progetti in corso – afferma il presidente di Apt Tullio Serafini – è quello di valorizzare e mettere in primo piano il patrimonio culturale, storico e artistico del nostro territorio, un valore molto importante per la diversificazione dei prodotti turistici”. L’esordio dell’incontro è una personale attualizzazione di Sgarbi sul tema della Danza macabra ai tempi del Coronavirus. “Per più di due mesi – spiega – abbiamo vissuto nella paura della morte, quella morte consacrata molto bene qui, nel fregio della chiesa di San Vigilio e forse in questo dipinto, contestualizzato nel periodo storico nel quale è stato realizzato, raccontata con meno paura. La morte è parte della vita, anche Cristo è colpito a morte. La morte è democratica. La morte è normale. È per tutti”.

“Avevo 12 o 13 anni quando i miei genitori mi portarono a Madonna di Campiglio in vacanza e con loro andai a vedere le chiese di Santo Stefano e San Vigilio. Il corteo della morte, che vedo oggi rimasto integro, l’ho portato con me”.

A questo punto dell’incontro, il professore comincia a ricamare collegamenti ed entra nelle affascinanti pagine della storia dell’arte: locale, con i Baschenis e le loro opere tra XV e XVI secolo, e nazionale, cogliendo connessioni anche audaci tra i primi componenti della famiglia di pittori

itineranti della provincia di Bergamo e Giotto e poi, nel proseguimento del loro percorso artistico fino a Simone II e al figlio Antonio, segnalando legami con Romanino, Fogolino, Dosso Dossi, Vivarini e Mantegna, per citare solo alcuni esempi. “A Pelugo, in Sant’Antonio – racconta il critico d’arte – comincia a muoversi un’arte che si apre al Rinascimento, un periodo di grande creatività. La Trinità sulla sofisticata facciata d’ingresso rimanda ancora al gotico veneziano, fiorito ed elegante, a Vivarini e Crivelli. Deve esserci stata un’immersione in questo stile. A Carisolo, l’ultima cena richiama il cenacolo di Andrea del Castagno, mentre nella Natività presso la chiesa di Santa Lucia a Giustino, nei due pastori che si affacciano alla finestra, colgo una citazione di Savoldo”. Negli angeli “vibranti” di Sant’Antonio di Mavignola, lo storico dell’arte osserva invece l’influenza del Romanino (ipotesi sostenuta anche dallo studioso locale Giuseppe Ciaghi nel suo libro “L’antica chiesa racconta”, spesso citato da Sgarbi) che il Simone dell’ultima fase doveva aver conosciuto nelle opere realizzate presso il Castello del Buonconsiglio a Trento. Nella Maestà con bambino, l’opera più antica presente nella chiesa di San Vigilio, si ritorna invece indietro nel tempo, e Sgarbi percepisce un’assonanza con il Giotto della Cappella degli Scrovegni a Padova. I nessi artistici sono ancora numerosi e le parole si disegnano, nella chiusura della conferenza, ancora attorno al tema del “Ballo della morte”, con Vittorio Sgarbi che legge i versi vergati sotto le figure del corteo

affidato alla memoria del tempo da Simone Baschenis. “L’opera artistica della “Danza macabra” – conclude – è esempio di una pittura didascalica che richiama il nostro destino, dà il senso della penitenza e della preghiera. Il testo che l’accompagna è di un grande poeta che ha parlato a gente che non sapeva leggere”.

“Sono storie di un teatro in montagna con note, se riportate al presente, jazz e rap”.

I “frescanti” di Averara in Val Rendena

The Baschenis Family in Val Rendena

Chiesa | Church:
Sant’Antonio Abate
Sant’Antonio di Mavignola

Chiesa | Church:
Santo Stefano
Carisolo

Chiesa | Church:
San Vigilio
Pinzolo

Chiesa | Church:
Santa Lucia
Giustino

Chiesa | Church:
San Giovanni Battista
Massimeno

Chiesa | Church:
San Vigilio
Spiazzo

Chiesa | Church:
Sant’Antonio Abate
Pelugo

Chiese | Churches:
Santa Maria Assunta
San Valentino
Javrè

extraordinarily dense with connections with the history of art in Italy - of the Baschenis frescoes in the churches in and around the Brenta Dolomites and the Adamello-Presanella mountain range, such as the facade of the Church of Sant’Antonio in Pelugo, with its Venetian Gothic influences, or the crucifixions in Javrè and Pinzolo, executed by the elder Simone Baschenis, who was culturally influenced by artists such as Romanino, Savoldo and Moretto da Brescia. This sold-out, open-air conference

was organized by the Madonna di Campiglio Pinzolo Val Rendena Tourist Association as part of the area’s summer calendar of events that have increasingly focused on the integration of culture and tourism. “The goal of this initiative and other projects that are underway is to promote and put the spotlight on the cultural, historical and artistic heritage of this territory,” said the association’s president, Tullio Serafini, “which is of great importance in diversifying the tourism offer here.”

The debut of this event is Sgarbi’s own attempt to explain the relevance of the Danse Macabre in these times of the coronavirus. “For over two months, we have been living in fear of death, that same death that is so well consecrated here, in the frieze of the Church of San Vigilio and perhaps in this painting, contextualized in the period of history in which it was executed, but told with less fear,” Sgarbi explained.

Vittorio Sgarbi e la Danza Macabra.
Vittorio Sgarbi and the Danse Macabre.
(P. Bisti)



“Death is a part of life. Christ, too, died. Death is democratic. Death is normal. It comes for us all.” He added

“I was 12 or 13 when my parents brought me to Madonna di Campiglio on vacation, and we went to see the churches of Santo Stefano and San Vigilio. This dance of death, which I see intact here today, has stayed with me.”

At this point in the event, Sgarbi embarked upon a fascinating journey through the history of art, both here with the works of the Baschenis family from the 15th and 16th centuries and throughout Italy, making bold connections between the earliest members of that family of traveling artists from Bergamo and Giotto and, continuing in their artistic journey, on to Simone II and his son, Antonio, pointing to ties to Romanino, Fogolino, Dosso Dossi, Vivarini and Mantegna, just to name a few. “In Pelugo, in Sant’Antonio, we begin to see art that opened the way to the Renaissance,

a period of great creativity,” Sgarbi said. “The Trinity on the sophisticated facade of the entrance evokes the flowery elegance of the Venetian Gothic style and the works of Vivarini and Crivelli. There must have been an immersion in this style. In Carisolo, the Last Supper evokes a similar work by Andrea del Castagno, whereas in the Nativity at the Church of Santa Lucia in Giustino I see references to Savoldo in the two shepherds looking through the window.”

In the “vibrant” angels at Sant’Antonio di Mavignola, Sgarbi sees the influence of Romanino (a view shared by local art historian Giuseppe Ciaghi in his book *Lantica chiesa racconta*, to which Sgarbi often refers), who the latter Simone must have recognized in his works at Trento’s Buonconsiglio Castle. In the *Maestà*, the oldest work in the Church of San Vigilio, Sgarbi takes us back in time to similarities with Giotto’s works in Padua’s Scrovegni Chapel. The artistic connections are many, and, as the conference draws to a close, we

return to the Dance of Death, with Vittorio Sgarbi reading the verses written beneath the fresco executed by Simone Baschenis. He concluded his talk by saying, “The *Danse Macabre* is an example of didactic art that points to our fate and gives us a sense of penitence and of prayer. The text that accompanies it is that of a great poet, speaking to people who could not read”.

“They are the stories of an alpine theater with notes, in modern terms, of jazz and rap.” •

The conference, which opened with dancers from Filò da la Val Rendena, was organized by the local tourist association, which took advantage of the moment to thank the volunteers (who served as welcoming, expert guides during Vittorio Sgarbi’s tour of the area) from local associations and churches, who ensure that the Baschenis churches remain open for guided tours of these artistic treasures.



Surgiva. Complice del gusto.



NOI DELL'ALPE

DI/BY ROBERTA BONAZZA

UNA MOSTRA IN QUOTA NELLO SPAZIO ARCAICO DELL'ALPEGGIO. UN RACCONTO PER IMMAGINI CHE TOGLIE DALL'ANONIMATO I VOLTI DEI PASTORI MALGARI E DELLE LORO BESTIE. LA NARRAZIONE DI UNA STORIA COLLETTIVA FATTA DI UOMINI, MONTAGNE E ANIMALI.

Un luogo fuori dal mondo, una mostra fuori dal comune e una storia fuori dal tempo. A un lato della malga, con la sua struttura essenziale di pietra e di legno, ci sono le mucche e le manze, lo sguardo mite e curioso, i gesti antichi, flemmatici, ripetuti. All'altro lato, separata da un vecchio portone dalle larghe fessure, la mostra: una trentina di foto d'epoca, stampate in grande formato, da poco uscite da bauli e soffitte dove stavano da decenni, rare e preziose, ambientate non solo a malga Calvèra ma anche nelle vicine malghe Praino, oggi dismessa, e Rosa.

Noi dell'alpe

"Noi dell'alpe" (lit. We of the pasture), an alpine exhibit in the timeless space of a mountain pasture. A story in images that gives names to the faces of shepherds and their livestock. A collective story made of people, mountains and animals.

A location far from civilization. An exhibit far from normal. A story from a faraway time. To one side of this simple, stone and wood farmhouse there is the livestock, looking on with a calm curiosity, moving

slowly and deliberately as if in some ancient dance. To the other side, separated by an old gate with wide slits between the planks, there is the exhibit - some thirty vintage photos, rare and precious, blown up and printed after their recent rescue from old chests and attics where they had been for decades, photos set not only at Malga Calvèra, but also in the nearby Malga Praino (now decommissioned) and Malga Rosa. There are also 12 modern-day shots of living alpine shepherds, taken in the places where they have lived a hard but simple life, time marked by the seasons and by the rhythms of their livestock.

I monti della Val Rendena, in alto a sinistra malga Calvèra. The mountains of Val Rendena, at the top left "malga Calvèra". (S. Mondino)

E dodici scatti contemporanei di pastori malgari viventi, ritratti nei luoghi in cui hanno vissuto una vita dura e semplice, scandita dal tempo delle stagioni e da quello delle loro bestie. Un percorso espositivo insolito, calato nella realtà del lungo stallone di malga Calvèra, sulla dorsale che divide la valle di San Valentino dalla valle di Borzago, a 1650 metri slm. Un luogo dove, tendendo l'orecchio, pare di sentire le voci di tanti anni di lavoro, i pochi suoni tipici, lo sfrecciare delle rondini che si infilano nelle fessure dei vecchissimi travi di legno. Una mostra che porta il visitatore dentro il contesto vivo delle tante storie che narra, ricreandone il clima, la tensione, i suoni e gli odori, la luce. Di fuori, nel pascolo, in mezzo all'erba ci sono loro, i pastori malgari storici, quelli che in paese erano una vera e propria istituzione, conosciuti da tutti e che non ci sono più. Quelli che sapevano far bene il loro mestiere, che all'alba partivano a piedi e alla sera tornavano a piedi, che chiamavano per nome ognuna delle innumerevoli vacche e tutti i prati da sfalciare, a partire da quelli più accessibili fino ai toff, quelli alti e scoscesi, dove si saliva per l'ultimo fieno: il fieno selvatico, come lo chiamavano. I loro volti sono illustrati a colori, a partire da fotografie d'epoca, in pannelli che si incontrano passeggiando nei pressi della malga, e sui quali è riportato anche un frammento della loro storia all'alpe, tratto dalla narrazione del documentario, graffiante ed evocativo. "Sono lì dove hanno trascorso la loro giovinezza, nella natura e in mezzo alle bestie, compagne dei giorni – dice Roberta Bonazza curatrice

della mostra e del documentario girato insieme a Luciano Stoffella – a raccontare storie inaspettate come quella della giovane Maria Valentini Borsat che in tempo di guerra, dal 1943 al 1945, all'età di diciannove anni è casara alla malga Praino. Situazione davvero insolita per i tempi". •

Alcuni scorci della mostra tenutasi la scorsa estate. (R. Bonazza)

Some views of the exhibition which took place last summer.



Il progetto The project

Un progetto culturale fortemente voluto dalla Pro loco di Vigo Rendena, come sottolinea il presidente Luigi Chiappani, che in un anno non facile ha coinvolto oltre a Vigo tutti i paesi del Comune di Porte di Rendena (Verdesina, Villa, Javrè e Darè) per fare memoria di comunità. La narrazione di una storia collettiva fatta di uomini, montagne e animali che mette al centro l'uomo in dialogo con la natura, dentro una reciprocità quotidiana che fin dalla rivoluzione rurale basso medievale, di gran lunga precedente alla scoperta delle cime delle montagne, ha caratterizzato le

nostre comunità montane. La mostra e il documentario sono stati promossi, nell'ambito del festival culturale "Mistero dei Monti", dalla Pro Loco di Vigo Rendena in collaborazione con l'Azienda per il Turismo Madonna di Campiglio Pinzolo Val Rendena, il Comune di Porte di Rendena, la Comunità delle Giudicarie, l'Asuc di Vigo Rendena, la Fondazione Caritro, la Cassa Rurale Adamello Brenta e il Bim Sarca-Mincio-Garda. •

This cultural initiative was called for by the Vigo Rendena "pro loco" association, as underscored by its president, Luigi Chiappani, and, despite the challenges of recent months, engaged all of the towns of the municipality of Porte di Rendena (i.e. Verdesina, Villa, Javrè and Darè, in addition to

Vigo Rendena) in promoting these community memories. The story it tells is one of community, made of people, mountains and animals and centered around man in communion with nature, within a mutual, daily exchange that has characterized these mountain communities since the Late Middle Ages, long before the exploration of these alpine summits. The exhibit and related documentary have been promoted within the scope of the Mistero dei Monti festival by the Vigo Rendena pro loco association in collaboration with the Madonna di Campiglio Pinzolo Val Rendena Tourist Association, the municipalities of Porte di Rendena and the Giudicarie, the Vigo Rendena ASUC, the Caritro Foundation, Cassa Rurale Adamello Brenta, and BIM Sarca-Mincio-Garda. •

L'IDEA, IL PROGETTO, IL LUOGO

The concept, the project, the location

Nata dal costante attivismo e dall'attenzione verso il territorio e la memoria storica da parte della Pro loco di Vigo Rendena, la mostra è stata progettata, nei contenuti, nel percorso di ricerca e nell'articolazione tra la parte espositiva e la raccolta di testimonianze fissate per sempre in un documentario video, da Roberta Bonazza e Luciano Stoffella. Stiamo parlando della mostra "Noi dell'alpe", che è stata visitabile dal 19 luglio al 30 agosto in rispetto delle vigenti normative per il contenimento della pandemia. Dove? In un emozionante spazio indoor e outdoor allestito tra lo stallone e il pascolo di quell'alpeggio, concentrato di bellezza paesaggistica, che è malga Calvera (1650 m slm), aggrappata alle pendici del Carè Alto. Il documentario, presentato il 6 agosto nel giardino di Casa Cüs a Darè, ha poi accolto i visitatori della casa-museo durante le settimane di apertura, fino a settembre.

Born out of the Vigo Rendena pro loco association's constant activism and focus on the community and its history, the **Noi dell'alpe** exhibit and related documentary film, rich with stories told by local residents, were organized and designed by Roberta Bonazza and Luciano Stoffella. The exhibit was open to the public from July 19 to August 30 and complied with legislation issued to help contain the pandemic. The location was a stunning space in and around the stables and pastures of Malga Calvera, nestled in this beautiful alpine landscape (at an altitude of 1,650 m) of Carè Alto. Presented on August 6 in the courtyard of the Casa Cüs museum in Darè, the documentary welcomed visitors until September.

IL VIDEO / The Film

È il risultato di una ricerca centrata su interviste a pastori-malgari viventi che hanno vissuto e raccontato l'alpeggio negli anni precedenti alla trasformazione del boom economico: storie spesso particolari, molte di donne, tutte di straordinaria intensità, inattese e a volte sorprendenti, narrate dalla voce ferma e fiera dei protagonisti, testimoni di un tempo che ci appare lontanissimo e dimenticato.

The documentary is the result of research and interviews with living alpine shepherds, who told of their experiences in the years prior to the economic boom, for a collection of uniquely engaging and equally surprising stories, many told by women, all told with the proud confidence of those who witnessed a time that now feels so distant and forgotten.



There they are, out there in the pasture, the alpine shepherds of days gone by, a true institution in town, once known to everyone and now they are no more. They were experts in their craft, setting out on foot at dawn and coming back in the evening that same way, calling each of their countless cows by name as they scythed the fields, all the way up to the steepest, hardest to reach slopes in search of every last bit of "wild hay". Their faces are shown in full color, based on vintage photos, in panels that can be viewed as one strolls around the farmhouse, along with a bit of their alpine story taken from the biting, evocative documentary.

Un percorso espositivo insolito, calato nella realtà del lungo stallone di malga Calvèra

This unusual exhibit is set in the long stable at Malga Calvèra

"They are there where they grew up, in nature among the livestock, their companions throughout the day," said Roberta Bonazza, curator of the exhibit and producer, together with Luciano Stoffella, of the documentary, "telling unusual stories, such as the one about a young Maria Valentini Borsat, who, during the Second World War, at the age of 19, was a dairymaid at Malga Praino, something that was very unusual at that time." •

PRIMI TUFFI NEL BIOLAGO

DI/BY ALBERTA VOLTOLINI

RISULTATO DI UN INNOVATIVO PROGETTO DI INGEGNERIA, IL BIOLAGO REALIZZATO DAL COMUNE DI PINZOLO È STATO APERTO AL PUBBLICO L'8 AGOSTO 2020. NUOVA OPPORTUNITÀ PER OSPITI E RESIDENTI, È ANCHE UNA SCELTA ECO-SOSTENIBILE CHE RIDUCE L'IMPRONTA ECOLOGICA DELLE ATTIVITÀ UMANE.

Più di un lago! Un **Biolago** di nuova realizzazione perfettamente inserito nel verde dell'area "Pineta", la zona sportiva multiservizi e parco giochi per bambini, fiore all'occhiello dell'offerta turistica estiva di Pinzolo. Desiderato, atteso, risultato di un innovativo progetto di ingegneria che unisce tecnologia e ambiente, è stato aperto al pubblico lo scorso 8 agosto, riscuotendo subito un grande apprezzamento da parte del pubblico. Ideato dal Comune di Pinzolo e realizzato su progetto firmato da un pool di tecnici coordinato dall'ingegnere **Giuseppe Pellegrini**, la struttura dà un nuovo e importante valore aggiunto all'area della "Pineta", in termini di servizi per gli ospiti e valorizzazione del paesaggio.

A dip in the bio-lake

The result of an innovative engineering project, Biolago Pinzolo opened to the public on August 8, 2020. A new attraction for both visitors and residents, this "bio-lake" is environmentally sustainable and reduces the ecological footprint of human activity.

It's more than a lake. It's a "**bio-lake**"! Biolago Pinzolo is a man-made lake nestled perfectly within Pineta park, an area that features sports facilities and a playground for kids and is the highlight

of the town of Pinzolo's summer tourism offer. The much-awaited result of an innovative engineering project that unites technology and the environment, the bio-lake was opened to the public on August 8 and was an immediate hit. Called for by the **City of Pinzolo** and designed by a team of engineers led by **Giuseppe Pellegrini**, the facility brings important new value to Pineta park in both services for visitors and development of the landscape.

Il Biolago dell'area Pineta aperto al pubblico nell'agosto 2020.

Biolago Pinzolo in Pineta park, opened to the public in August 2020.

(P. Bisti)

I DATI TECNICI

Il Biolago, situato in una zona di **6.000 metri quadrati**, ha una **superficie balneabile di 3.200 metri quadrati** all'interno della quale è compresa anche una piscina per bambini di 100 metri quadrati con un'altezza massima di 45 centimetri. Può contenere fino a poco meno di **5.000 metri cubi di acqua** e raggiunge un'altezza massima di 3,5 metri. La sua caratteristica principale è la **depurazione naturale** dell'acqua attraverso l'inserimento di specifiche aree di fitodepurazione

con **piante** integrate ad impianti che garantiscono l'acqua pulita attraverso l'impiego di altri **materiali naturali** tra i quali diverse tipologie di **argilla**. Infine, l'ultima fase del processo di purificazione è garantita dai **raggi ultravioletti**. Ci sono più punti di immissione dell'acqua che ne assicurano il ricircolo. Inoltre, il fatto che non ci sia alcun torrente né in entrata né in uscita, al contrario dei laghi naturali, fa in modo che l'**acqua**, filtrata e depurata naturalmente, sia più calda e abbia una carica batterica minore.

IN NUMBERS

Situated within a **6,000 square meter** (1.5 acres) plot of land, Biolago Pinzolo features a **3,200 square meter** (34,500 sq ft) **swimming area**, which includes a 100 square meter swimming area for small children with a maximum depth of 45 centimeters (1.5 ft). The lake can hold just under **5,000 cubic meters** (1.3 million gal.) of water and has a maximum depth of 3.5 meters (about 12 ft). Its primary feature is the system of **natural water filtration**

that includes special areas of **plant filtration** integrated with systems that ensure the water is clean by using other **natural materials** such as various types of clay. The final stage of the purification process makes use of **ultraviolet rays**, and there are multiple points that ensure the water circulates properly through the system. In addition, the fact that the lake has no inflowing or outflowing streams, unlike natural lakes, enables this naturally purified water to be **warmer** and have lower levels of bacteria.

I DETTAGLI

Una serie di **pontili** dai quali è possibile **tuffarsi** impreziosisce il Biolago mentre completano il tutto una palazzina dei servizi, con docce e acqua riscaldata da un sistema solare termico, gli spogliatoi e l'infermeria. Inoltre, qua e là attorno al lago, si incontrano alcune docce riscaldate direttamente dalla luce solare

IN DETAIL

A series of **docks** available to **swimmers** enhances enjoyment of the bio-lake, as does the visitors building complete with a nurse's station, changing rooms, and showers that use solar-heated water. At various points around the lake, there are other solar-heated showers, and a photovoltaic plant is scheduled to be installed in order to supplement the electrical energy consumed by the facilities. A variety of businesses helped to construct the bio-lake, including the construction firm Salvadori Felice, which handled all the structural works. The facility is managed by Cooperativa Sociale Lavoro di Borgo Lares.

ed è prevista l'installazione di un **impianto fotovoltaico** per integrare la normale fornitura di energia elettrica. Alla costruzione del Biolago hanno partecipato **diverse imprese** tra le quali la ditta Salvadori Felice di Bagolino che ha eseguito i lavori strutturali. La gestione è stata invece affidata alla Cooperativa sociale Lavoro di Borgo Lares.

L'INSERIMENTO NEL PAESAGGIO

La caratteristica principale dei biolaghi, laghetti ornamentali e balneabili, è quella di riuscire ad **integrarsi** al meglio **con l'ambiente** nel quale vengono inseriti. In questi specchi d'acqua costruiti dall'uomo, l'acqua non viene trattata con metodi artificiali che utilizzano, ad esempio, materiali

chimici come il cloro, ma con elementi naturali, come piante e ghiaia, che hanno la capacità di rendere l'acqua balneabile. I biolaghi, offrono una possibilità ludica e di refrigerio durante l'estate non solo molto gradita ai loro fruitori, ma anche in **equilibrio con la natura e il paesaggio** che li circonda, riducendo al minimo l'impatto ambientale. •

THE SURROUNDING LANDSCAPE

The key feature of man-made lakes such as Biolago Pinzolo is their ability to integrate with the surrounding **environment**. In these fresh-water lakes, the water is not treated by artificial means, such as by using chemicals like chlorine, but rather by using natural

elements, primarily plants and gravel, which have the capacity to make the water safe for swimming. In other words, these "bio-lakes" not only provide opportunities for fun in the sun and to cool off in summer; they are also **in harmony with nature and with the landscape** around them, while minimizing their environmental impact. •



I BIOLAGHI SONO IN EQUILIBRIO
CON LA NATURA E IL PAESAGGIO
CHE LI CIRCONDA.
THE "BIO-LAKES" ARE IN HARMONY
WITH NATURE AND WITH THE
LANDSCAPE AROUND THEM.

Alcuni scorci del laghetto d'acqua dolce depurato con piante e ghiaia e l'area dove avviene la fitodepurazione. Views of the fresh-water lake filtered by using plants and gravel and the phytodepurazione area. (P: Bisti)





PROVE GENERALI PER L'ESTATE 2021

DI/BY PAOLA ZANETTE

DALLA COMPLESSITÀ DELL'ESTATE 2020 SI È COLTA L'OPPORTUNITÀ PER SPERIMENTARE, INNOVARE E CAMBIARE. OBIETTIVO? PROPORRE ALL'OSPITE UNA VACANZA PIÙ ESPERIENZIALE, PIÙ AVVENTUROSA, PIÙ EMOZIONALE.

per alcuni aspetti iniziali di usabilità, perfettibile da vari punti di vista, sicuramente precursore di nuovi modi di organizzare la vacanza che stanno diventando realtà quotidiana. Se questa è stata la cornice progettuale, il soggetto del disegno l'hanno tratteggiato, insieme all'Azienda per il Turismo, i numerosi locals – operatori del turismo, imprenditori, professionisti e volontari di associazioni – che hanno accompagnato gli ospiti alla scoperta non solo degli spazi aperti più belli del territorio, ma anche dello spirito di questi luoghi che hanno il profumo del bosco, il colore delle Dolomiti al tramonto, la voce dell'acqua declinata in fiumi, torrenti e cascate, il sapore del latte appena munto, la sensazione, al tatto, del velluto dei prati misto alla ruvidezza delle rocce d'alta quota. L'ambiente naturale, il paesaggio umano e le conoscenze della gente che abita queste terre alte aggrappate tra i ghiacci dell'Adamello-Presanella e le guglie dolomitiche sono stati i protagonisti di sette esperienze del tutto particolari.

Summer: dress rehearsal for 2021

Out of the complexities of Summer 2020 came an opportunity to innovate, experiment and change with the goal of offering visitors more experiences, more adventure, and more excitement.

Suspended between the global upheaval of the pandemic and a future that has yet to be (re)written, the summer of 2020 for the Madonna di Campiglio Pinzolo Val Rendena Tourist Association (APT) served as a testbed, a dress rehearsal of sorts, for change. The need to provide safe, personalized services, such as mobility, information and activities, led the APT to a process of marked digitalization - a process that has been problematic under certain initial aspects of usability, could be perfected in various ways, and is certainly a precursor for new ways of organizing a vacation that are becoming increasingly commonplace. Within this frame, the subject of this work has been depicted, together with the APT, by a great

Collocata in un tempo sospeso tra lo sconvolgimento globale della pandemia e un prossimo futuro da (ri)scrivere, l'estate 2020 è stata, per l'Azienda per il Turismo Madonna di Campiglio Pinzolo Val Rendena (Apt), un laboratorio di sperimentazioni, test, prove generali e novità. La necessità di fornire servizi, come la mobilità, l'informazione e le attività, sicuri e personalizzati, ha introdotto Apt in un processo di marcata digitalizzazione, problematico



Alcuni momenti di "Di prato in pranzo" a Prà de la casa. Some moments of the "Di prato in pranzo" event. Noris Cunaccia e / and Alfio Ghezzi. (M. Varoli)



"Io vado sempre per erbe selvatiche, lo faccio di lavoro, ma quest'anno avevo voglia di condividere con gli altri quello che so fare. Sì, conosco l'ambiente, un po' ci sto dentro, ho esperienza e una discreta conoscenza dei luoghi. No, non sono un'erborista, però custodisco tanti saperi. Era forse venuto il momento di dividerli con gli altri. Perché? Cosa avrei potuto avere in cambio dalla vita che è proprio una bilancia? L'incontro dal quale nasce sempre qualcosa e con il quale si cresce".

Questo quanto ci racconta Noris Cunaccia, la "Signora delle erbe", che a braccetto con lo chef Alfio Ghezzi ha condotto gli appuntamenti "Di prato in pranzo", una tra le proposte più originali.

"È stata un'esperienza dentro la natura da cui sono emerse l'autenticità dei luoghi, la ricerca del benessere, la sostenibilità, la possibilità, per il turista, di vivere in grandi spazi all'aria aperta e di godere, soprattutto, di un tempo qualitativo", aggiunge il famoso chef trentino.

E così l'estate dei nostri ospiti è stata il piacere di fare, al mattino, una inconsueta "Colazione sull'erba"; lo stupore di ammirare il cielo trapuntato di stelle sopra

le Dolomiti di Brenta partecipando a "Riveder le stelle"; l'allegria di preparare la vera e unica polenta di montagna grazie a "Polenterchef"; il vagabondare tra prati e boschi con "Di prato in pranzo", scoprendo quante cose buone e gustose offre madre natura; i racconti, di passione e fatica, degli allevatori di razza Rendena-Presidio Slow Food, narratori dell'esperienza "Oh mia bella mora"; la condivisione di un'alba in alpeggio, con i suoi riti e i suoi ritmi, in compagnia dei malgari e delle malgare di "Albe in malga"; la riconnessione alla natura come viatico per stare bene con se stessi e rimettere in forma il proprio fisico con Dolomiti Natural Wellness. •

LE NUOVE ESPERIENZE

Le nuove esperienze ideate fanno parte di quell'ambito di sviluppo prodotto e nuove proposte turistiche che rappresenta sempre di più un'attività strategica dell'Azienda per il Turismo. Quali elementi le caratterizzano? Contenuti selezionati e distintivi capaci di generare un'alta soddisfazione da parte dei partecipanti, di favorire la narrazione del territorio verso l'esterno e di essere attraenti dal punto di vista della commercializzazione.

Realizzate dall'Azienda per il Turismo, le sette esperienze top si sono potute concretizzare grazie al supporto di numerosi e fondamentali partner territoriali ai quali va un caloroso ringraziamento: Noris Cunaccia e Alfio Ghezzi, le Guide alpine di Madonna di Campiglio e Mountainfriends di Pinzolo, Antonella Franchini, le aziende zootecniche Slow Food "Valore razza Rendena", malga Patascoss e malga Rosa con i rispettivi enti proprietari, i gestori, gli esperti Anare (Associazione nazionale allevatori razza Rendena) e gli operatori del Parco Naturale Adamello Brenta, le pro loco e i comuni della Val Rendena, il Borgo della salute a Caderzone Terme, i gestori di Prà de la Casa e del rifugio Adamello Collini al Bedole, Agri '90, i gruppi Alpini di Spiazio e Campiglio, Trentino Eventi Turismo con gli esperti, Andrea Bianchi e Mita Trenti, che hanno completato l'offerta del Dolomiti Natural Wellness, le Regole Spinale e Manez e le Asuc di Fisto e Verdesina.

to experience the rhythms and rituals of an alpine farmhouse at dawn, together with those who actually work there; and Dolomiti Natural Wellness, to reconnect with nature and find renewed physical and inner wellness. •



"I'm always out foraging for wild edibles. It's my job. But this year, I wanted to share what I know with others. Yes, I know about the environment. It's a part of what I do. I have a fair amount of knowledge of the right places. No, I'm not an herbalist, but I'm a custodian of a great deal of knowledge, and the time may have come for me to share it with others. Why? What could I have gotten in return from the scales of life? The encounter from which something else always arises and out of which we grow,"

this is what Noris Cunaccia tells us, an expert in wild edibles who, together with Chef Alfio Ghezzi, conducted one of the most unique of these events, Di prato in pranzo (loosely: "From the field to the table").

"It was an experience in nature out of which the authenticity of these places emerged - the search for wellness and sustainability, an opportunity for tourists to experience the great

outdoors and, above all, to enjoy some quality time," Ghezzi added.

Summer, then, became about new sort of pleasure for visitors to the area, with events such as: Colazione sull'erba, an unusual "breakfast in the grass"; Riveder le stelle (lit. "Seeing the stars again") to enjoy the wonders of a starry sky above the Brenta Dolomites; Polenterchef and the joys of preparing real, alpine polenta; Di prato in pranzo, to discover the wholesome goodness of all Mother Nature has to offer; Oh mia bella mora and the tales and passion of the local cattlemen who work hard to raise the Rendena breed of cattle, a Slow Food Presidium; Albe in malga, an opportunity



Sono le vostre storie a renderci grandi.

Gruppo Cassa Centrale non è solo un Gruppo di Banche autonome, ma è soprattutto un Gruppo di persone, di storie, di vite. La differenza per noi è un valore e l'identità locale un principio. E proprio partendo dai nostri principi abbiamo costruito un Gruppo solido, sostenibile, cooperativo, capace di essere vicino alle persone e alle imprese italiane.

Gruppo Cassa Centrale, le Banche di tutti noi.

 **GRUPPO CASSA CENTRALE**
CREDITO COOPERATIVO ITALIANO

gruppocassacentrale.it

EVENTI & ESPERIENZE

DI/BY JESSICA BAZZOLI

GLI APPUNTAMENTI PIÙ DIVERTENTI DELLA STAGIONE INVERNALE.
EVENTS AND EXPERIENCES. THE MOST ENJOYABLE WINTER SEASON EVENTS.

EVENTS

campigliodolomiti.it/topevents



22.12.2020

MADONNA DI CAMPIGLIO

3Tre - Audi Fis ski World Cup Night Slalom

Il mitico Canalone Miramonti di Campiglio ospita la 67ª edizione dello slalom di Coppa del Mondo maschile di sci alpino: una gara che ha fatto la storia dello sci e di Madonna di Campiglio.

Campiglio hosts the 67th edition of the Men's Ski World Cup: an extraordinary festival of sport for everybody.



DA GENNAIO

FROM JANUARY

MADONNA DI CAMPIGLIO

Snowmoon

Nei giorni di luna piena escursione notturna nel silenzio del bosco illuminato dalla luce della luna.

On full moon days, night excursion in the silence of the wood illuminated by the silver light of the moon.



15-19.02.2021

MADONNA DI CAMPIGLIO

Carnevale Asburgico

Madonna di Campiglio si prepara ad accogliere la Principessa Sissi e l'Imperatore Franz Joseph, accompagnati dalla corte asburgica.

Madonna di Campiglio is ready to welcome Princess Sissi and Emperor Franz Joseph, accompanied by the Habsburg Court.



25-28.03.2021

MADONNA DI CAMPIGLIO

Finale di Coppa del Mondo di Sci Alpinismo (Ismf)

Tappa finale di Coppa del Mondo di sci alpinismo tra le nevi delle Dolomiti di Brenta, con tre gare di specialità: la Sprint lungo il mitico Canalone Miramonti, l'Individual Race che si svilupperà tra le più belle vette dolomitiche e la Vertical Race lungo la pista Spinale Diretta.

Final stage of the Ski Mountaineering World Cup on the snow of the Brenta Dolomites, with three different races: "Sprint" along the legendary Canalone Miramonti, "Individual Race" that takes place amongst the most beautiful Dolomite peaks and "Vertical Race" along the piste of the Spinale Diretta.



14-17.01.2021

MADONNA DI CAMPIGLIO

Winter Marathon

33ª edizione della tradizionale gara d'apertura nel panorama della regolarità classica per auto storiche lungo i passi dolomitici.

33rd edition of the traditional vintage sports car race along the passes of the Dolomites.



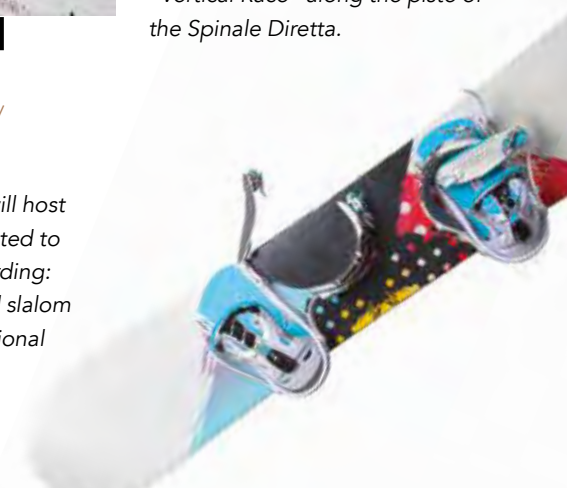
FEBBRAIO - MARZO / FEBRUARY - MARCH 2021

MADONNA DI CAMPIGLIO

Burton Mountain Mash / Ursus Rookie Fest / Redbull Hammers with Homies

L'Ursus Snowpark ospiterà tre grandi eventi legati al mondo dello snowboard: gare di slopestyle e banked slalom, ospiti internazionali e tanto divertimento.

The Ursus Snowpark will host three great events related to the world of snowboarding: slopestyle and banked slalom competitions, international guests and lots of fun.



EXPERIENCES

campigliodolomiti.it/topexperience



30.01.2021
06.02.2021
20.02.2021

PINZOLO E
MADONNA DI CAMPIGLIO

Trentino Ski Sunrise

Alle prime luci dell'alba, una gustosa colazione nei rifugi in quota e la prima discesa con gli sci sulla neve immacolata.

The first lights at sunrise, a delicious breakfast at the refuges in the mountains and the first downhill skiing on virgin snow.



11.02.2021
25.02.2021
04.03.2021
11.03.2021

MADONNA DI CAMPIGLIO

Sunset Ski

Lo spettacolo delle Dolomiti di Brenta al tramonto, un apericena gourmet nei rifugi più panoramici, un'esclusiva discesa sugli sci con le fiaccole accompagnati dai maestri di sci.

Enjoy a stunning sunset over the Brenta Dolomites, taste a delicious apericena in a mountain hut, put on your skis and grab a torchlight, together with the ski instructors.



19.02.2021

MADONNA DI CAMPIGLIO

Sciata Asburgica

Durante la settimana del Carnevale Asburgico potrai indossare un costume di fine '800 e scendere lungo le piste in compagnia della coppia imperiale.

During the week of the Hapsburg Carnival you can wear a late 19th century costume and descend along the slopes together with the imperial couple.



13.02.2021
18.02.2021
27.02.2021

MADONNA DI CAMPIGLIO

Sunset Skialp

Ammirare il tramonto sulle Dolomiti di Brenta durante una risalita con gli sci d'alpinismo accompagnati da una guida alpina. Ricaricarsi con una gustosa merenda in rifugio e poi scendere in notturna lungo il tracciato "Skialp track by night".

Admire the sunset over the Brenta Dolomites during a ski tour accompanied by a mountain guide. Recharge with a tasty snack in a mountain hut and then go down at night along the "Skialp track by night".



13.03.2021
20.03.2021
27.03.2021

MADONNA DI CAMPIGLIO

Slow Food tra le Dolomiti

Tre appuntamenti enogastronomici per far conoscere e assaporare i prodotti di razza Rendena della famiglia Slow Food, associazione e movimento culturale internazionale che promuove le specificità dell'agricoltura locale nel mondo.

Three food-and-wine events to discover and taste the products from the Rendena breed of cows, part of the Slow Food family, an association and international cultural movement which promotes the characteristics of local agriculture in the world.



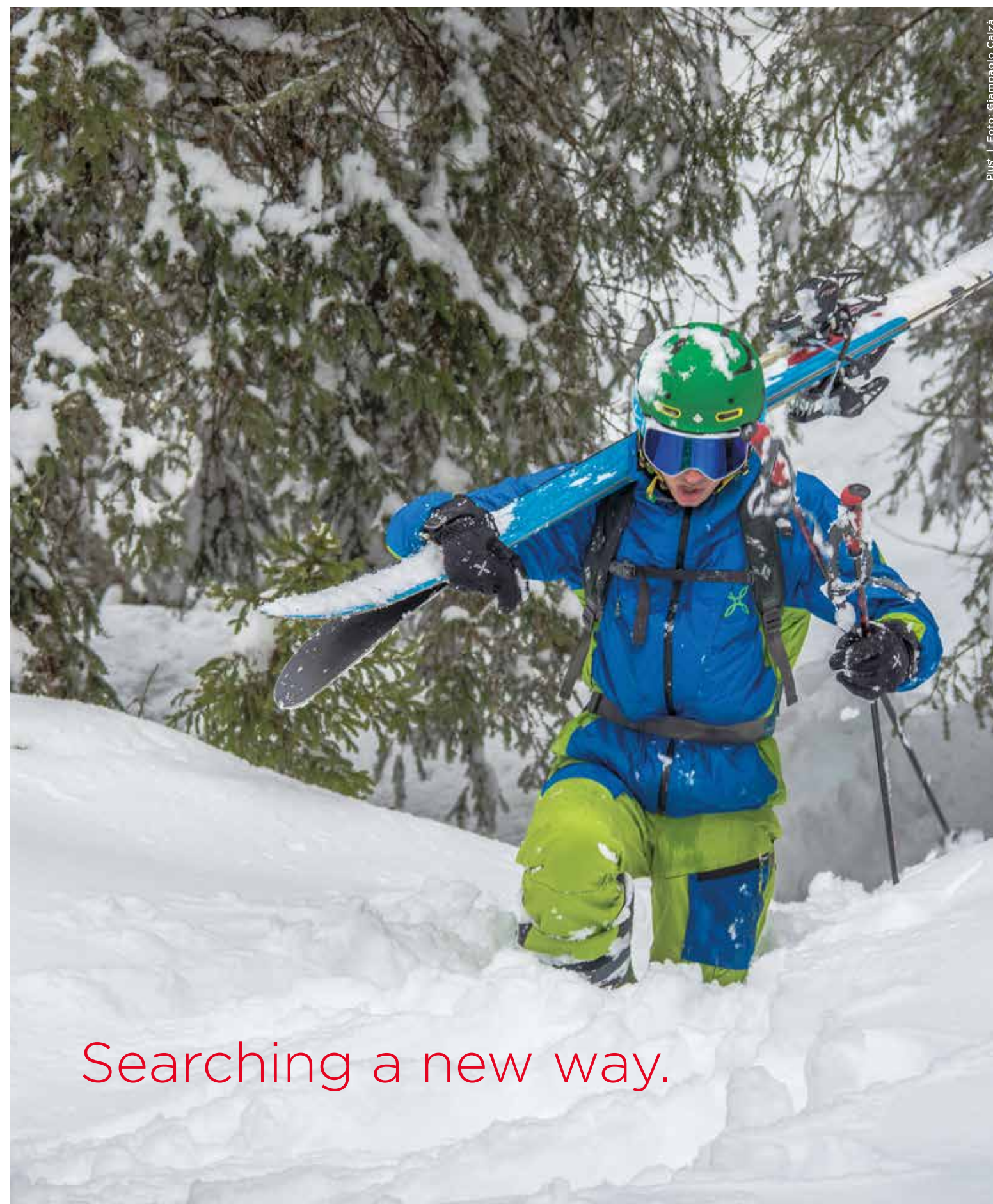
07.03.2021
14.03.2021
21.03.2021
28.03.2021

MADONNA DI CAMPIGLIO

Hot Mind

Esperienze sensoriali con Andrea Bianchi e il metodo Hot Mind per imparare a coltivare la propria energia e il proprio fuoco interiore, grazie al contatto con la natura in inverno.

Sensorial experiences with Andrea Bianchi and the Hot Mind method to learn how to cultivate one's energy, one's inner fire, thanks to contact with nature in winter.



Searching a new way.

Le informazioni e i contenuti presentati in queste pagine possono subire cambiamenti in ottemperanza alle modifiche nelle misure per il contenimento della pandemia da Sars-CoV2. / The information contained on these pages is subject to change in response to changes in measures to contain the Sars-CoV2 pandemic.



Audi Financial Services finanzia la vostra Audi.

La performance è parte della natura. Audi e-tron Sportback completamente elettrica.

Future is an attitude

Gamma Audi e-tron Sportback. Consumo ciclo di prova combinato (WLTP): 21,7 - 27,7 kWh/100 km; autonomia ciclo di prova combinato (WLTP): 280 - 446 km; emissioni CO₂ ciclo di prova combinato: 0 g/km.

I valori indicativi relativi al consumo di energia e alle emissioni di CO₂ sono rilevati dal Costruttore in base al metodo di omologazione WLTP (Regolamento UE 2017/1151 e successive modifiche e integrazioni). Eventuali equipaggiamenti aggiuntivi, lo stile di guida e altri fattori non tecnici possono modificare i predetti valori. Per ulteriori informazioni sui predetti valori, vi invitiamo a rivolgervi alle Concessionarie Audi e a consultare il sito audi.it

Audi è Main Partner di



FEDERAZIONE ITALIANA
SPORT INVERNALI

MADONNA DI
CAMPIGLIO
PINZOLO VAL RENDENA
TOP DOLOMITES