

CAMPIGLIO

12

PERSONE PEOPLE
IDEE IDEAS
STILI STYLE
PASSIONI PASSIONS
STORIE STORIES

ANNO YEAR 7 / N. 12 / INVERNO WINTER 2021-2022

INVERNO WINTER

**LO SCI GUARDA AL FUTURO,
SI TRASFORMA E DIVENTA
UN'ESPERIENZA AL TOP**

**Skiing looks to the future,
transforming itself into
a top-of-the-line experience**

ITALIANITÀ ITALIANNESS

**STUFE COLLIZZOLLI:
UN ESEMPIO DI LUSO
FATTO CON AMORE**

**Stufe Collizzolli:
an example of luxury,
made with love**





Winter e-Sports.

Nuova Audi RS e-tron GT 100% elettrica.
Future is an attitude



Audi Financial Services finanzia la vostra Audi.

Scopri di più su audi.it

Audi RS e-tron GT. Consumo ciclo di prova combinato (WLTP): 20,62 - 22,71 kWh/100 km; autonomia ciclo di prova combinato (WLTP): 472 - 430 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). I valori di emissioni CO₂ nel ciclo combinato sono rilevanti ai fini della verifica dell'eventuale applicazione dell'Ecotassa/Ecobonus, e relativo calcolo. Eventuali equipaggiamenti e accessori 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. È disponibile gratuitamente presso ogni Concessionaria una guida relativa al risparmio di carburante e alle emissioni di CO₂, che riporta i valori inerenti a tutti i nuovi modelli di veicoli.

Audi è Main Partner di



FEDERAZIONE ITALIANA
SPORT INVERNALI



MADONNA
DI CAMPIGLIO

NUOVI INIZI

di/by ALBERTA VOLTOLINI

LA MONTAGNA BIANCA RIPARTE. CAMPIGLIO RITORNA. LO SCI SI RINNOVA.

È autunno quando nella partitura di #Campiglio storie e personaggi, esperienze e avventure, cominciano a definire l'architettura narrativa del "numero12". In abito aggiornato, vestito d'inverno e di novità, il magazine interpreta la cifra stilistica - unica, distintiva, riconoscibile - del rinnovato brand di destinazione Madonna di Campiglio. Lo stile grafico è moderno e contemporaneo, la narrazione attenta ad ascoltare la voce del territorio e dei suoi protagonisti. Campiglio viaggia dentro l'anima di persone e luoghi che sorprendono e ispirano, sempre. Presenta la genesi di un nuovo sci che, innovato sulla spinta della digitalizzazione, diventa esperienza al top e porta in pista più qualità, più sicurezza, più emozioni. Visita il laboratorio di

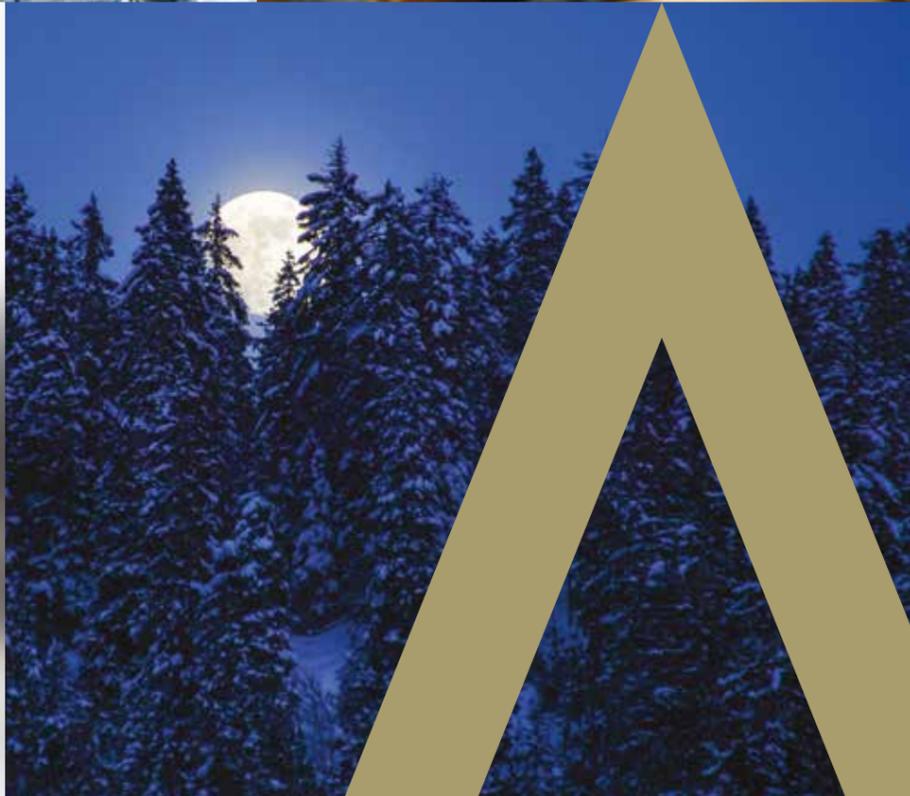
Stufe Collizzolli e scopre l'eccellenza del Made in Italy fatto cento per cento a mano e con amore. Segue le tracce della storia e si addentra nei forti della prima guerra mondiale, ieri difensori di confini, oggi custodi di memoria. Racconta di tenaci vignaioli che, lontano dalle luci della ribalta, alla frontiera dell'alta quota, producono buon vino e insegnano il valore e la bellezza del lavoro quotidiano. Quando #Campiglio12 è pronto per la stampa, la vigilia dell'inverno è liquida. Tra i timori, che sono tanti, una certezza: la gente di montagna conosce la complessità delle sfide e sa trovare la linea più facile per scalare la parete più difficile. Grazie, scritto con affettuosa riconoscenza, a chi ha contribuito, con il suo spartito, a questa nuova composizione. Senza il contributo di ciascuno di voi questo capitolo di #Campiglio non sarebbe stato scritto. Buon inverno, con lo sguardo oltre l'orizzonte di tempi inquieti.

NEW BEGINNINGS

THE WHITE MOUNTAIN STARTS AGAIN. CAMPIGLIO RETURNS. SKIING IS RENEWED.

Autumn is when the stories and characters, experiences and adventures begin to define the narrative architecture of 'Issue12' in the #Campiglio score. In updated attire, dressed for winter and the changes it brings, the magazine is interpreting the unique, distinctive, and recognisable signature style of the revamped branding for the destination of Madonna di Campiglio. The graphical style is modern and contemporary, the narrative carefully listening to the voice of the region and its people. Campiglio journeys into the spirit of its constantly surprising and inspiring people and places. This issue presents the birth of a new type of skiing, innovated by the push towards digitalisation, it is becoming a top-of-the-line experience, bringing increased quality, safety and enjoyment to the slopes.

It visits the workshop of Stufe Collizzolli and discovers Made in Italy excellence, lovingly handmade 100%. It follows in the tracks of history, penetrating the First World War forts that once defended borders and which now are the custodians of memories. It tells the story of the tenacious winemakers who, far from the limelight, are producing fine wines at high altitudes and teaching us the value and beauty of a hard day's work. When #Campiglio12 is ready to go to press, we will have a liquid supper on winter's eve. Among the many fears, one thing is certain: people from the mountains understand the complexity of a challenge and know how to find the easiest way to scale the most difficult face. Our heartfelt thanks to all those who have contributed a feature to this new composition. This chapter of #Campiglio could not have been written without the contribution of each and every one of you. Wishing you a great winter, with an eye beyond the horizon of these worrying times.



CAMPIGLIO

N°12
Inverno *Winter*
2021/2022

Rivista semestrale edita da
The semi-annual publication of
Madonna di Campiglio
Azienda per il Turismo Spa.
Autorizzazione del Tribunale di Trento
Authorized by the Trento Tribunal
n. 10/2016, 05.05.2016.

Redazione *Editorial Staff*
Amministrazione *Administration*
via Pradalago, 4 38086 Madonna
di Campiglio (TN), T. +39 0465 447501
Direttore responsabile *Managing Editor*
Alberta Voltolini
Progetto grafico e illustrazioni
Graphic design, layout and illustrations
Plus Communications, Trento
Foto di copertina *Cover photo*
D. Molineris
Traduzione *Translations*
PoliLingua Uk Ltd, Londra
Stampa *Press*
Esperia Print Evolution, Lavis (Tn)

M MADONNA
DICAMPIGLIO

4 PUNTI DI VISTA *VIEWPOINTS*
L'IMPORTANZA DEL TEMPO
THE IMPORTANCE OF TIME

8 PUNTI DI VISTA *VIEWPOINTS*
VERSO I GIOCHI 2026
TOWARDS THE 2026 WINTER OLYMPICS

10 PUNTI DI VISTA *VIEWPOINTS*
SCI, UNA NUOVA STAGIONE
SKIING, A NEW SEASON

14 INVERNO *WINTER*
SCI, ESPERIENZA AL TOP!
SKIING: TOP OF THE LINE EXPERIENCES!

22 PROGETTI *DEVELOPMENT*
CAPIRE IL PRESENTE
PROGETTARE IL FUTURO.
UNDERSTANDING THE PRESENT, PLANNING THE FUTURE

28 ESPERIENZE *EXPERIENCES*
L'INVERNO
DELLE ESPERIENZE
A WINTER OF EXPERIENCES

32 MARCA *BRAND*
UNA NUOVA IDENTITÀ VISIVA
A NEW VISUAL IDENTITY

36 PERSONE *PEOPLE*
STUFE COLLIZZOLLI,
SIMBOLO D'ECCELLENZA
STUFE COLLIZZOLLI, A SYMBOL OF QUALITY

46 MODA *FASHION*
I CAPI ICONICI DELL'INVERNO
ICONIC WINTER FASHION IDEAS

48 IMPRENDITORIA *ENTREPRENEURS*
GENTE D'IMPRESA
BUSINESSPEOPLE

54 BENESSERE *WELLNESS*
RISVEGLIA IL TUO CALORE
INTERIORE
AWAKEN YOUR INNER HEAT

58 SPORT INVERNALI *WINTER SPORT*
URSUS SNOWPARK

62 LIBRI *BOOKS*
LA MONTAGNA STAMPATA
THE MOUNTAINS IN PRINT

64 STORIA *HISTORY*
I FORTI, DIFENSORI
DI MEMORIA
FORTS, DEFENDERS OF MEMORY

72 ART'È
L'ARTE INCONTRA
L'ENOGASTRONOMIA
ART AND ENOGASTRONOMY MEET

76 STORIA *HISTORY*
C'ERANO UNA VOLTA...
LOGHI E SIMBOLI
PLACES AND SYMBOLS

78 MITI *LEGENDS*
3TRE, IL LIBRO
3TRE, THE BOOK

82 SPORTABILITÀ
BRENTA OPEN

84 PROGETTI *DEVELOPMENT*
UNA MONTAGNA
DI MONTAGNE
A MOUNTAIN OF MOUNTAINS

86 PERSONE *PEOPLE*
UN GRAPPOLO DI AMORE
A BUNCH OF LOVE

92 NATURE *WILDERNESS*
UN INVERNO "BESTIALE"
A "BEASTLY" WINTER

96 SPORT
TEZENIS VERONA E
CAMPIGLIO, UN'AMICIZIA
TEZENIS VERONA AND CAMPIGLIO, A FRIENDSHIP

100 EVENTI *EVENTS*
LA "DOLOMITICA"
DIVENTA MONDIALE
THE "DOLOMITICA" BECOMES THE WORLD CHAMPIONSHIP

102 TERRITORI *DESTINATIONS*
GARDA TRENTO,
L'OUTDOOR
CHE NON TI ASPETTI
GARDA TRENTO, THE OUTDOORS THAT YOU DO NOT EXPECT

106 PERSONE *PEOPLE*
I MESTIERI DI MIRKO
MIRKO'S JOBS

110 TOP AGENDA
EVENTI & ESPERIENZE
EVENTS & EXPERIENCES

L'IMPORTANZA DEL TEMPO

DALLA FOTOGRAFIA AL RACCONTO



Il reportage fotografico parla con le persone e delle persone, conosce i territori, indirizza lo sguardo oltre il velo dell'apparenza e rivela che anche le destinazioni turistiche hanno un'anima.

Il mio amore per la fotografia ha sempre coinciso con la gioia della scoperta e l'interesse nell'unicità dell'individuo. Buona parte dei miei lavori sono quindi nati sotto il segno del viaggio, dell'altrove, della rivelazione di persone e abitudini lontane. Il reportage è miniera inesauribile di umanità e, dal punto di vista personale, arricchimento continuo. Che si tratti di uno spostamento dall'altra parte del mondo o a poche ore di macchina, ogni volta torno a casa con un prezioso bagaglio di storie, di volti, di frammenti di esistenze. Il tempo, insieme alla macchina fotografica, è l'unica cosa di cui necessito. Non è così scontato, però. Specialmente quando si parte per un lavoro commissionato da una rivista, il tempo può essere tiranno. Spesso si giunge a destinazione dopo uno o due voli e magari si hanno a disposizione appena quattro o cinque giorni per raccontare quel luogo, storditi dal viaggio e dal jet lag. Un'immersione "mordi e fuggi", in linea con la velocità che contraddistingue il turismo di massa e, più in generale, i nostri tempi. Ho sempre avuto

la sensazione che le immagini che ne vengono fuori, per quanto belle, rimangano in qualche modo in superficie. Del resto, in un'epoca in cui pochi sono i viaggiatori e molti i turisti, lo stesso viaggio rischia di arrestarsi lì, alla superficie, allo stereotipo. Non solo. Sono le stesse località turistiche, a volte, a dare di sé una visione che è quella che il visitatore si aspetta di trovare e, altrettanto spesso, alle fotografie promozionali si richiede di fare altrettanto. Il mio lavoro sul territorio di Madonna di Campiglio, con la Val Rendena, le Valli Giudicarie e la Valle del Chiese, iniziato lo scorso settembre, rientra in una di quelle situazioni ideali in cui tutti convergono sull'importanza del tempo, necessario per dare una lettura articolata e scendere in profondità. Questo non significa, certo, affermare che esistano situazioni più autentiche di altre - una piazza affollata dai turisti è altrettanto reale, per esempio, di un malgaro e del suo bestiame - però il malgaro esiste, vive, si muove su binari paralleli, a prescindere dal turista stesso.

PUNTI DI VISTA VIEWPOINTS



di/by MARINA SPIRONETTI

Dopo la laurea in lingua e letteratura tedesca, inizia a raccontare il mondo con la scrittura. Al giornalismo si affianca ben presto la fotografia, che diventa la sua professione principale. I suoi interessi spaziano dal reportage di viaggio al food, ma sempre con un'attenzione particolare alle persone e alla loro unicità. Collabora da oltre 15 anni con riviste italiane e internazionali. I suoi lavori sono apparsi, fra gli altri, su *BBC Travel*, *BBC Design*, *Dove*, *Corriere della Sera*, *Traveller*, *Marie Claire*, *Lonely*

Planet Magazine, *Food and Travel*, *La Cucina Italiana*, *Bell'Italia*, *Bell'Europa*. La ricerca antropologica è spesso al centro dei suoi progetti personali. Il suo primo libro fotografico, *Senza Mare*, dedicato alle tradizioni e ai costumi dell'entroterra sardo, è stato pubblicato nel novembre 2020 (Crowdbooks editore). Lo scorso marzo, il suo progetto *Eight/Otto*, otto storie di donne durante il lockdown, è uno dei lavori selezionati da Apple in occasione del *Women Global Month 2021*. Nello stesso mese,

vince la prima edizione del *Claire Aho Award for Women Photographers*, all'interno del prestigioso *Pink Lady Food Photographer of the Year*, concorso dedicato alla fotografia enogastronomica. L'immagine vincente, parte di un lavoro sulle donne macellaie, nel mese di novembre viene esposta nella sede storica della *Royal Photographic Society* a Bristol. Per cinque anni consecutivi è fra i vincitori/finalisti del *Travel Photographer of the Year*. Ha vissuto a Londra, Parigi e Buenos Aires e attualmente risiede

a Milano, sua città natale. È felice ogni volta che può traslocare in un nuovo luogo: i cambiamenti di città e di paese sono un enorme arricchimento e rinnovano la sua vena creativa. Quando le chiedono quale sia il suo posto preferito, però, fatica a dare una risposta: si innamora di tutti i luoghi che visita e mette volentieri radici dappertutto.

After completing her degree in German language and literature, she began to write about the world. Before long, her writing was accompanied by photography,

which became her main profession. Her interests range from travel reporting to food, but always with a particular focus on people and their uniqueness. She has collaborated with Italian and international publications for more than 15 years. Her work has appeared on *BBC Travel*, *BBC Design*, *Dove*, *Corriere della Sera*, *Traveller*, *Marie Claire*, *Lonely Planet Magazine*, *Food and Travel*, *La Cucina Italiana*, *Bell'Italia* and *Bell'Europa*, to name but a few. Anthropological research is often at the centre of her personal projects. Her first book of photography, *Senza Mare*,

dedicated to the traditions and costumes of the Sardinian inland, was published in November 2020 (*Crowdbooks*). Last March, her *Eight/Otto* project, eight stories about women during the lockdown, was one of the works selected by Apple for *Women's History Month 2021*. The same month, she won the first edition of the *Claire Aho Award* for *Women Photographers* in the prestigious *Pink Lady Food Photographer of the Year*, a food and wine photography competition. The winning image, part of a project on women butchers, was displayed at the historic site of the *Bristol*

Royal Photographic Society in November. She has featured among the winners/finalists in the *Travel Photographer of the Year* for five consecutive years. She has lived in London, Paris and Buenos Aires and currently lives in her hometown, Milan. She is happy any time she moves to a new place: changing cities and countries is a source of huge enrichment and gets her creative juices flowing. When asked about her favourite place, however, she finds it hard to answer: she falls in love with anywhere she visits, willingly putting down roots there.

3trecompiglio.it



th

3tre

FIS Ski World Cup

Madonna di Campiglio

The Night Slalom

22 December 2021

Pentapfoto

E, addirittura, gli "sopravvive", come si è visto in questi due anni di pandemia.

Prendersi il tempo significa anche conoscere prima di scattare. Come diceva Kapuściński (e correva l'anno 1985!), siamo circondati da una miriade di immagini - quasi tutte inutili, a ben vedere - ed è necessario concentrarsi su quello che si intende mostrare. Conoscere ciò che vogliamo fotografare ci aiuta proprio a questo: a "distillare", a mirare all'essenziale. Le foto che ricordo con maggior intensità sono quelle che ho scattato dopo aver conversato a lungo con le persone che avevo davanti, dopo aver mangiato, bevuto, riso insieme a loro. Fare questo lavoro significa anche avere la pazienza di lasciare la macchina fotografica nella borsa per dedicare del tempo alla condivisione e alla costruzione di una fiducia reciproca.

Il mio lavoro a Campiglio, infine, è fatto anche di ritorni. E i ritorni, scriveva Claudio Magris, convinto che per vedere un luogo occorra rivederlo, "sono sempre i viaggi più affascinanti". È questo che ci permette di scalfire la superficie delle cose, di raccontare un territorio attraverso le mani, i gesti, i volti di coloro che lo vivono quotidianamente e ne rappresentano l'unicità; di immortalare quante più esistenze e storie possibili, di salvarle dal fiume del tempo e affidarle a chi verrà dopo di noi, come si lancia un sasso nell'acqua. Sia il viaggio che la fotografia, dopo tutto, regalano una sospensione provvisoria del tempo. Anzi, nei casi migliori sono addirittura delle parziali vittorie su di esso.

THE IMPORTANCE OF TIME

From Photography To Stories

Reportage photography speaks to people, knows the regions, looks beyond the veil of appearances, revealing that tourist destinations also have a soul.

My love of photography has always coincided with my joy of discovery and the uniqueness of each individual. A large part of my work is born under the sign of travel, of somewhere else, in revealing the people and customs of far away places. Reportage photography is an inexhaustible mine of humanity and, from a personal point of view, continuous enrichment. Whether travelling to the other side of the world or a just a few hours away by car, each time I return home with the precious baggage of stories, faces, fragments of existence. Time, along with a camera, is all that I need. However, it is not that predictable. Especially when leaving for a job that is commissioned by a magazine, time can be a tyrant. You often arrive at a destination after one or two flights and have just four or five days to tell the story

of that place, in a daze from the flight and from jet lag. A type of 'flying visit' immersion, in line with the rapidity that characterises mass tourism and, more generally, the times we live in. I have always felt that the images that emerge from this, as beautiful as they may be, are superficial in some way. Moreover, in a time where few people are travellers and many are tourists, the same journey is at risk of stopping there, on the surface, on stereotypes. But not just that. These are the same tourist destinations that at times give an image of themselves that visitors expect to find and, just as often, promotional photographs are required to do the same. My work in the region of Madonna di Campiglio, with the Val Rendena, the Giudicarie valleys and the Valle del Chiese, which began last September, falls into one of those ideal situations where no-one disputes the importance of time, necessary to provide a detailed reading and to go deeper. Of course, this does not mean claiming that there are some situations that are more authentic than others - a crowded square full of tourists is just as real, for example, as a herdsman and his cattle - but the shepherd is existing, living, moving on parallel tracks, regardless of the tourists. And, he is actually surviving, as can be seen from the last two years of the pandemic. Taking your time also means knowing before you take your shot. As Kapuściński used to say (and this was in 1985!), we

are surrounded by a myriad of images - almost all of which are useless on closer inspection - and it is necessary to concentrate on the one that you intend to show. Understanding what you want to photograph helps you do precisely this: to 'distil', to focus on the essential. The photos that I recall most intensely are those that I captured after talking at length with the people in front of me, after eating, drinking and laughing with them. This job also means having the patience to leave the camera in the bag so that you can devote time to sharing and building reciprocal trust. Lastly, my work in Campiglio also involves returning. And return trips, Claudio Magris wrote, "are always the most fascinating journeys", convinced that in order to see a place, you need to see it again. And this is what allows us to scratch the surface, to tell the story of a region through the hands, the gestures and the faces of those who live there every day and who represent its uniqueness; by immortalising as many existences and stories as possible, by saving them from the flow of time and entrusting them to those who come after, in the same way that one would throw a stone into the water. Travel and photography, after all, give us the ability to suspend time, momentarily. Indeed, in the best cases, it even represents a partial victory over it.

PUNTI DI VISTA VIEWPOINTS

I GIOCHI OLIMPICI E PARALIMPICI INVERNALI DI MILANO-CORTINA 2026 SARANNO UN'OPPORTUNITÀ DI CRESCITA COMUNE PER TUTTO IL PAESE.

DOPO PECHINO 2022 INIZIERÀ IL CONTO ALLA ROVESCIA E LA MONTAGNA ITALIANA SARÀ SEMPRE DI PIÙ AL CENTRO DELL'ATTENZIONE.



VERSO I GIOCHI 2026

Il tempo dei Giochi corre veloce. Dopo Tokyo 2020 è già vigilia di Pechino 2022. La fiaccola è a metà del cammino verso il braciere olimpico: mai era successo prima di avere due edizioni così ravvicinate. Mai di arrivare alla versione invernale sulla scia di un medagliere estivo tanto ricco e di una serie di successi mondiali ed europei così perentoria ed entusiasmante. Le emozioni dell'inno nazionale e del tricolore al vento ci hanno travolto, strabiliato e trascinato in uno stato di euforia infinita. Lo sport ha conquistato la massima visibilità di sempre confermandosi fattore essenziale in ottica sociale e solidale. Le storie delle Azzurre e degli Azzurri hanno toccato il cuore e ispirato soprattutto i più giovani con tanti esempi di coraggio, resilienza e determinazione. Sarà la passione la spinta principale del Team Italia anche per il prossimo

appuntamento con i Cinque Cerchi. Grandi le aspettative per gli sport della neve e del ghiaccio dietro ai sorrisi di Sofia Goggia e Michela Moioli, portabandiera già forti delle medaglie d'Oro conquistate nel 2018. Attesa fremente per le gare e i tanti protagonisti e pure per il passaggio di consegna tra le autorità cinesi e italiane in vista di Milano Cortina 2026, previsto domenica 22 febbraio durante la Cerimonia di chiusura. Da quel momento il nostro sarà ufficialmente il "Paese ospitante dei prossimi Giochi olimpici e paralimpici invernali". Al solo pensiero sono solo brividi e suggestioni magiche. Le Olimpiadi tornano sulle nostre montagne dopo il 1956 a Cortina e il 2006 a Torino. Tornano secondo l'innovativo modello diffuso sul territorio nella forma che vuole essere condivisa in tutta la nazione, per tutti da Nord a Sud. Per seguire il nuovo motto

olimpico "Citius, altius, fortius - Communiter", "Più veloce, più in alto, più forte - Insieme". Insieme dunque come sistema montagna, come regioni e luoghi, ambienti e tradizioni, culture e attrattive turistiche, e soprattutto come cittadini e sportivi appassionati. Per vivere una grande opportunità di crescita comune con motivazioni e stimoli unici e imperdibili, soprattutto per la Generazione 2026, i più giovani che avranno tante occasioni per fare esperienze indimenticabili e preziose per tutta la propria vita. La montagna nella sua essenza più ampia sarà sempre più al centro della cultura e della vita quotidiana, accanto ai valori olimpici che promuovono stili di vita più attivi, maggiore frequenza della pratica sportiva con conseguente benessere fisico, e proposte concrete di inclusione, integrazione sociale e parità di genere. La montagna con tutte le sue bellezze

naturali, i servizi sempre più avanzati e i tanti eventi sportivi testimoni dell'eccellenza italiana in fatto di organizzazione, professionalità e competenze riconosciuti ai più alti livelli nel mondo, capace di intrecciare conoscenze e tendenze innovative, lasciando benefici ed eredità infrastrutturali e intellettuali a favore della collettività. Già da ora intravediamo il traguardo finale. Che privilegio! Che bella responsabilità esserci con tutta l'energia possibile, qui a Madonna di Campiglio, circondati dal calore e dalla storia della 3Tre e ovunque seguendo i prestigiosi appuntamenti della grande stagione agonistica sulle nostre nevi. Sentiamoci messaggeri e inviati di un sogno che prestissimo sarà realtà. Nel segno delle più solide intese per progettare un futuro migliore. Sportivamente Insieme.

TOWARDS THE 2026 WINTER OLYMPICS

The Milano Cortina 2026 winter Olympic and Paralympic Games will be an opportunity for shared growth for the whole country. After Beijing 2022, the countdown and the Italian mountains will increasingly become the centre of attention.

The clock between games is ticking. After Tokyo 2020, we are now in the run-up to Beijing 2022. The torch is halfway to the Olympic cauldron: never

before have two editions been held so close together. Never have we arrived at a winter edition in the wake of such an imperious and thrilling, not to mention medal-laden and successful, summer of world and European success. The emotions of the national anthem and the Italian flag billowing in the wind overwhelmed, astonished and dragged us into a state of endless euphoria. Sport was more visible than ever, consolidating its position as an essential factor from the perspective of society and



solidarity. The story of the Italian men's and women's teams touched our hearts and, most of all, inspired young people with their many examples of courage, resilience and determination. This passion will also be the main thrust for Team Italia for its next appointment with the five rings. The expectations behind the smiles of Sofia Goggia and Michaela Moioli, the flag bearers already strong from gold medals won in 2018, are huge for the snow and ice sports. Quivering in expectation for the games and its many protagonists, and also for the handover between the Chinese and Italian authorities in preparation for Milano Cortina 2026, scheduled for Sunday 22 February during the closing ceremony. From that moment, Italy will officially be the 'Host Country of the next Winter Olympic and Paralympic Games'. The thought alone is enough to give you chills and the promise of magic moments. The Olympics are returning to our mountains for the first time since 1956 in Cortina and 2006 in Turin. They are returning in accordance with the innovative model spread throughout the region in a form that wants to be shared with the whole nation, for everyone from the north to the south. To follow the new Olympic motto 'Citius, altius, fortius - Communiter', 'Faster, higher, stronger - Together'. Together, therefore, as a mountain system, as regions and locations, environments and traditions, cultures and tourist attractions, and most of all as citizens and sports enthusiasts.

Azzurra dello sci alpino, capitana della Valanga rosa, Medaglia d'argento alle Olimpiadi di Innsbruck 1976. Vicepresidente del Comitato olimpico nazionale dal 2021 e dirigente della Federazione italiana sport invernali. Da sempre si occupa di comunicazione a favore del mondo sportivo e del turismo. Per anni ha fatto parte del Comitato organizzatore della 3Tre.

di/by **CLAUDIA GIORDANI**

To experience the great shared opportunities for growth with unique and unmissable motivations and stimuli, especially for Generation 2026, the youngest, who will have many opportunities for precious experiences that they will remember for the rest of their lives. In its broadest sense, the mountains will always be at the centre of culture and everyday life, alongside the Olympic values that promote an active lifestyle, the more frequent practice of sport and the physical wellbeing it brings, and the practical proposals of inclusion, social integration and gender equality. The mountains, with all of their natural beauty, increasingly advanced services and many sporting events, will witness Italian excellence in terms of organisation, professionalism and recognisable skills at the highest level in the world, capable of weaving knowledge and innovative trends, bringing benefits and infrastructural and intellectual legacies for society. We can already see the finish line. What a privilege! What a beautiful responsibility to be there with all the energy we can muster, here in Madonna di Campiglio, surrounded by the heat and the history of 3Tre, and following the prestigious events of the great competitive season on our snow. Let us be the messengers and envoys of a dream that will soon become a reality. In the name of the strongest intentions to design a better future. Together through sport.

Italian Alpine Skiing Team, Captain of the Valanga Rosa (women's team), silver medal at the 1976 Winter Olympics in Innsbruck. Vice President of the National Olympic Committee since 2021 and Director of the Italian Federation of Winter Sports. Long-time spokesperson for sports and tourism. Part of the 3Tre organising committee for many years.

SPERANZE E TIMORI, ASPETTATIVE E PREOCCUPAZIONI PER UNA STAGIONE TURISTICA INVERNALE CHE SI PREANNUNCIA COMPLESSA. NE PARLIAMO CON VALERIA GHEZZI, PRESIDENTE ASSOCIAZIONE NAZIONALE ESERCENTI FUNIVIARI (ANEF).

SCI, UNA NUOVA STAGIONE



SKIING, A NEW SEASON.

Hopes and fears, expectations and concerns for a winter tourist season that promises to be complex. We discuss this with Valeria Ghezzi, President of the National Association of Cable Transport Operators (ANEF).

PUNTI DI VISTA VIEWPOINTS

Lo scorso inverno, con la decisione governativa di tenere chiusi gli impianti di risalita e le piste da sci, c'è stata l'impressione che in ambito politico nazionale la montagna non fosse conosciuta come avrebbe meritato. Qual è la sua opinione?

Si, è proprio così, non si tratta di un'impressione, ma di una certezza. Il problema, inoltre, non ha riguardato solo il Governo che non conosceva la realtà della montagna come comunità che fonda la propria vita sul turismo, ma anche una sorta di invidia alimentata dai media, sia televisivi che della carta stampata. È passato il seguente messaggio: "Quest'inverno non andremo a sciare? Cosa sarà mai". Un'idea dello sci, quindi, sinonimo solo di divertimento e non quale perno di un sistema socio-economico

che permette alla montagna di esistere e rimanere abitata. L'epilogo è stata l'assenza della stagione invernale 2020/2021...

Questa errata percezione è emersa in tutta la sua gravità il 14 febbraio 2021 quando, dopo che abbiamo continuato a spendere per tenere piste e impianti pronti, in attesa di un'apertura posticipata ogni quindici giorni, anche l'ultima speranza è tramontata. Da un lato il sistema montagna non è stato capito, dall'altro occorre ricordare che a sfavore dello sci c'erano tutti i reparti di ortopedia degli ospedali trasformati in reparti Covid senza più un posto letto disponibile. Alla vigilia del nuovo inverno 2021/2022, abbiamo bisogno che gli ospedali non si riempiano di nuovo.

Da quasi due anni, come presidente di Anef, è in "prima

linea" nel fronteggiare, dal punto di vista dei gestori di impianti di risalita, la pandemia. Come ha vissuto questo periodo? Si porta via qualcosa di positivo?

Sì, ho appreso una forma di resilienza, prendendo in prestito una parola di moda. Ho imparato ogni giorno ad adattarmi alla realtà che si presentava, a non fermarmi, a non scoraggiarmi e a dire teniamo duro che ce la facciamo. Spesso ci concentriamo troppo su noi stessi e non proviamo a vedere il bicchiere mezzo pieno, ad andare avanti. La pandemia ha inciso però in modo pesante su molti collaboratori, ha spaventato tante persone, e lo capisco.

A che punto sono i ristori di cui tanto si è parlato negli ultimi mesi? Permetteranno di alleggerire le perdite

accumulate nei bilanci delle società impianti durante i mesi di chiusura?

È bene guardare avanti, ma finché non vedo non credo. I ristori li considererò sbloccati quando saranno accreditati sul conto in banca. Oggi (19 ottobre 2021, ndr) non c'è nemmeno la piattaforma per fare la richiesta. Detto questo, gli impiantisti sono tutti in grandissima difficoltà e gli aiuti sono necessari. Bisogna essere chiari, i ristori ci servono per appianare i debiti che abbiamo fatto in questi mesi senza un euro né di ricavi né di altre entrate e per pagare i conti in sospeso con i fornitori.

L'inverno è vicino e la sensazione è che ci sia tanta voglia di neve e di tornare in pista. Quali sono le sue aspettative?

C'è bisogno di ricominciare.

L'interesse è grande, l'attenzione per la montagna anche, al pari delle richieste degli ospiti, in particolare italiani. Il mercato straniero farà fatica, soprattutto per quanto riguarda i gruppi, ma dobbiamo dedicargli la giusta attenzione e cercare di farlo ripartire. E poi... speriamo nella neve, tanta neve. Il manto nevoso bianco fa muovere il mondo e trasforma l'interesse in prenotazioni.

Nella Skiarea Campiglio Dolomiti di Brenta, per la prima volta, sarà sperimentato un sistema di bigliettazione con prezzi dinamici e formule "pay per use". Cosa ne pensa?

I prezzi dinamici e altre novità si inseriscono in un'evoluzione iniziata da tempo e accelerata con la pandemia. Le innovazioni introdotte da quello che chiamo "Sistema Campiglio" le trovo

molto interessanti e funzionali. Questi cambiamenti, come quelli pensati da altri comprensori sciistici, devono però passare alla prova dei fatti che, purtroppo, per noi impiantisti avviene nel momento dell'alta stagione. Incrociamo le dita.

Qual è il punto di vista degli impiantisti sull'implementazione e la promozione di altre attività outdoor invernali come lo sci alpinismo?

In quasi tutti i comprensori sciistici si propongono e vendono attività diverse dallo sci, a partire dalle ciaspolate, e questo è sicuramente molto interessante per completare l'offerta rivolta all'ospite. I gestori di impianti di risalita hanno però bisogno di lavorare in assoluta sicurezza senza mettere in pericolo gli sciatori che pagano per sciare, le

maestranze impegnate sulle piste e l'intero sistema. Lo sci con le pelli è dunque un problema?

Diventa un problema quando è praticato in pista. Di giorno non è possibile praticarlo perché si sale in contromano, di notte nemmeno in quanto ci sono mezzi battipista in movimento e cantieri aperti. Aggiungo che lo sci alpinismo è diventato disciplina olimpica e ha l'evidente necessità di tracciati di gara per gli allenamenti. Si potrebbe pensare di lasciare qualche pista a disposizione fino alle 22 della sera, ma il legislatore deve sollevarci dalle responsabilità che, per noi impiantisti, sono anche penali. Il nostro "no" non è capriccioso o cattivo, ma dettato da come è la legge oggi. (AV)

Last winter, with the government's decision to close the ski lifts and the slopes, there was the impression that the mountains were not as understood as they deserved to be on the national political landscape. What is your opinion?

Yes, that's exactly right, this is not an impression but a certainty. The problem is also that it was not just the government who did not appreciate the situation in the mountains, of the communities whose livelihoods are based on tourism, but also a kind of envy fuelled by both broadcast and printed media. The following message was disseminated: 'We're not going skiing this winter? It's just one winter...'. An idea of skiing, then,



intervista a / interview with **VALERIA GHEZZI** Presidente Anef/ Anef President

Milanesa, dopo gli studi alla Scuola interpreti di Ginevra scopre la montagna e diventa imprenditrice nel settore dello sci e del turismo seguendo le orme del padre Walter Ghezzi. Amministratrice delegata degli impianti a fune di Alpe Tognola, a San Martino di Castrozza, è presidente di Anef (Associazione nazionale esercenti funiviari) alla quale aderisce il 90% delle società funiviarie italiane (1.500 impianti e 11.000 lavoratori). È anche presidente della Sezione impianti a fune dell'Associazione industriali del Trentino.

Originally from Milan, she discovered the mountain after her studies at the Faculty of Translation and Interpreting in Geneva, following in the footsteps of her father, Walter Ghezzi, to become businesswoman in the ski and tourism sector. She is CEO of the cable transport system in Alpe Tognola, San Martino di Castrozza, and President of ANEF, the National Association of Cable Transport Operators, of which 90% of Italian cable transport operators are members (responsible for 1,500 facilities and 11,000 employees). She is also President of the Cable Transport Facilities Department of the Industrial Association of Trentino.

PUNTI DI VISTA VIEWPOINTS

synonymous with leisure and not as the cornerstone of a socio-economic system that allows the mountain to exist and remain inhabited.

The epilogue was the absence of 2020/21 winter season... This mistaken perception came to light in all of its severity on 14 February 2021 when, after we continued to invest to keep our slopes and lifts prepared in anticipation of a delayed opening every two weeks, the last hope also waned. On the one hand, the mountain system was not understood, and on the other, it was necessary to remember that all hospital orthopaedic departments had been transformed into COVID wards with no available beds. On the eve of the new 2021/2022 winter season, we need to ensure that hospitals do not fill up again.

For almost two years, as president of ANEF, you have been on the 'front line', tackling the pandemic from the perspective of ski-lift operators. How did you experience this period? Were there any positive takeaways? Yes, I learned a certain resilience, to borrow a fashionable word. I learned to adapt to the reality that

presented itself every day, to not give up, to not become discouraged, and to say, 'hang in there, we can make it'. We often focus too much on ourselves and do not try to see the glass as half full, to push on. The pandemic had a heavy impact on many of our collaborators, scared so many people, and I can understand that.

What is the status of the relief payments that have been talked about so much in recent months? Will cable car operators be able to reduce their losses accumulated during months of closure? It's good to look forward, but I'll believe it when I see it. I will consider the relief payments unblocked when the bank accounts are credited. To date (19 October 2021), there isn't even a platform for applications. Having said that, the operators are all experiencing difficulty and assistance is needed. We have to be clear; we need the relief payments to settle the debts that have built up over recent months, without a euro in revenues nor any other income to pay outstanding accounts with suppliers.

Winter is approaching and the feeling is that people want the snow and to get back on the slopes. What are your expectations? We need to start again. There is a lot of interest, and also attention on the mountains, as well as visitor requests, Italian in particular. The overseas market will struggle, especially as far as groups are concerned, but we must devote enough attention to them and try to get it going again. And then hope for snow, a lot of snow. If there's snow, this will motivate people and transform interest into bookings.

In the Brenta Dolomites Campiglio Ski Resort, a 'pay-as-you-go' ticketing system with dynamic pricing will be tried out for the first time. What do you think of this? Dynamic pricing and other innovations are part of a long-standing evolution that has been accelerated by the pandemic. I find the innovations introduced by what we are calling the 'Campiglio System' extremely interesting and functional. These changes, however, like those conceived by other ski resorts, must pass the tests which, unfortunately for us operators, only occur in high season. We are crossing our fingers.

What do the operators think about the implementation and promotion of other outdoor winter sports like alpine skiing? Almost every ski resort offers activities other than skiing, starting from snowshoeing, and this is certainly very interesting in terms of offering visitors a complete range of activities. However, ski lift operators need to operate in absolute safety without putting paying skiers, the instructors working on the slopes and the whole system in danger.

Is skiing with skins a problem? It becomes a problem when on the slopes. During the day it is not possible to ski with skins because you go up the slopes 'against the traffic', nor at night when there are snow groomers out and sites open. I would add that alpine skiing has become an Olympic sport and there is an obvious need for racetracks for training. We could think about making some slopes available until 10 p.m., but legislators must relieve us of any liability, which, for us operators, includes criminal liability. Our negative response is not capricious or malicious, but dictated by current laws. (AV)



Con le prime donazioni ottenute sono state costruite le prime Ger, il nostro sogno ha iniziato a realizzarsi.

UNA GER PER TUTTI

L'antropologo David Bellatalla, in collaborazione con Montura Edinting ha concepito 3 progetti editoriali, con l'obiettivo di costruire un villaggio di Ger in Mongolia per aiutare le persone più in difficoltà.



2016

2018

Dopo due anni di duro lavoro il villaggio ha preso forma, ospita più di 100 persone: bambini disabili accompagnati dalle loro mamme.



Ogni giorno vengono aiutate e sostenute persone che arrivano al villaggio per studiare, essere curate o avere un pasto caldo.

2021



Il villaggio delle Ger non si ferma qui. Vogliamo costruire una nuova casa di accoglienza per garantire ospitalità e cure a chi ne ha più bisogno. Scopri di più sul sito www.sashikojacket.com



SCI: ESPERIENZA AL TOP!

di/by ALBERTA VOLTOLINI
photo DANIELE MOLINERIS,
ALICE RUSSOLO

**LA SKIAREA CAPIGLIO
DOLOMITI DI BRENTA GUARDA AL
FUTURO E TRASFORMA LO SCI IN
UN'ESPERIENZA SU MISURA DELLO
SCIATORE CONTEMPORANEO,
INTEGRATA CON LE PROPOSTE DI
SCOPERTA DEL TERRITORIO.**

INVERNO WINTER

INVERNO WINTER

Mai come quest'anno, la vigilia dell'inverno 2021/2022 è stata accompagnata da sensazioni, sentimenti, emozioni, pensieri. La maggior parte positiva, qualcuna di incertezza. Il desiderio di ripartire al meglio, dopo una stagione turistica 2020/2021 mai iniziata e drammatica nella sua assenza, è grande. Un lungo lavoro preparatorio, finalizzato a rendere ancora più speciale la vacanza sugli sci, ha visto protagonista, in questi lunghi mesi di attesa, la Skiarea Campiglio Dolomiti di Brenta Val di Sole Val Rendena. Qui, dove le guglie delle Dolomiti di Brenta nate dal mare si incontrano con il gruppo montuoso Adamello-Presanella generato dal fuoco, lo sci rinasce sotto il segno di una nuova stella, quella dell'innovazione.

Un cambio di passo nel segno del digitale e di un rapporto più equilibrato e trasparente tra chi gestisce impianti e piste, da una parte, e chi ama e pratica lo sci, dall'altra. La Skiarea Campiglio dice così addio al vecchio stagionale e introduce "Starpass", la tessera "pay per use" (paghi quanto scii) con sconti progressivi (più scii meno paghi) e il prezzo dinamico sui ticket giornalieri e plurigiornalieri acquistabili on line e in anticipo su www.ski.it. Inoltre, debutta il settimanale "Cinque su sette" che, per la prima volta, propone l'abbinamento "sci e territorio" in uno stesso ticket. Skiarea Campiglio Dolomiti di Brenta ha dunque scelto, in anticipo su tutti, di investire sulla qualità dell'esperienza sci, con l'obiettivo di contribuire a migliorare la soddisfazione dell'ospite-sciatore e della sicurezza sulle piste.

SKIING: TOP OF THE LINE EXPERIENCES!

The Brenta Dolomites Campiglio ski resort is looking to the future and transforming skiing into a bespoke contemporary skiing experience supplemented with recommendations for skiers to discover the region.

The eve of the 2021/2022 winter season, more than any other, has been accompanied by sensations, feelings, emotions and concerns,

the majority of which are positive, with some marred by a degree of uncertainty. There is huge desire for an improved restart, after a 2020/2021 tourist season that never got going and whose absence was dramatically felt. Lengthy preparations aimed at creating even more special ski holidays has, throughout these long months of waiting, seen the Campiglio Brenta Dolomites Val di Sole and Val Rendena ski resort play an active part. Here, where the peaks of the Brenta Dolomites, rising from the sea, meet the Adamello-Presanella mountain group, born of fire, skiing is being reborn under a new star - innovation. A change of pace into the digital realm and a more balanced and transparent relationship between those operating the facilities and

slopes, on the one hand, and skiing aficionados, on the other. The Campiglio ski resort is therefore bidding adieu to the old season-pass and introducing 'Starpass', the pay-as-you-go card featuring incremental discounts - the more you ski, the less you pay - and dynamic pricing on day and multi-day tickets that can be purchased online and in advance at www.ski.it. What's more, the '5/7' weekly ticket is making its debut, which offers a combination of 'skiing and the region' on a single ticket for the very first time. The Brenta Dolomites Campiglio ski resort has decided to invest in the quality of the skiing experience, ahead of all else, with the goal of contributing to improved visitor/skier satisfaction and safety on the slopes.



Scia in sicurezza con il GREENPASS

Tutti i dettagli, gli aggiornamenti e le modalità per acquistare lo skipass sono disponibili su www.ski.it

All details, updates and information about how to purchase the ski pass are available at www.ski.it

IL GIORNALIERO E I PLURIGIORNALIERI ONLINE: PIÙ QUALITÀ, MENO QUANTITÀ

Il prezzo dello skipass giornaliero e plurigiornaliero non è più fisso, ma dinamico, un po' come i biglietti aerei. Se acquistato in anticipo e online, avrà un prezzo vantaggioso, scontato fino al 20% (a seconda della stagionalità) rispetto al ticket acquistato sul posto il giorno stesso. Il costo aumenterà mano a mano che si avvicinerà la capienza massima delle piste e degli

impianti della Skiarea. Il ticket acquistato prima e online include anche l'assicurazione "Skipass Protetto" che rimborserà lo sciatore qualora, all'ultimo momento, dovesse rinunciare alla giornata di sci. I motivi, comprovati, sono contemplati nella polizza assicurativa che include anche il contagio da Sars-Cov2 e la quarantena fiduciaria.

INVERNO WINTER

STAGIONALE ADDIO, ARRIVA "STARPASS"

Lo stagionale tradizionale, che si pagava in anticipo ed era valido per tutta la stagione a prescindere da quanto si sciava, va in archivio. Al suo posto arriva "Starpass", tessera di nuova generazione, molto più di una comune "pay per use" perché assicura una doppia convenienza. "Starpass" si acquista online (www.mypass.ski) o tramite l'app "MyPass". Associato alla tessera "MyPass Ski" (costo annuale di 10 euro), successivamente alla registrazione si può scegliere se far arrivare "Starpass" a casa oppure ritirarlo presso alcune biglietterie della Skiarea. Una volta giunti agli impianti, con "Starpass" non c'è bisogno di passare alle casse e si può accedere subito ai tornelli. Il primo vantaggio, dunque,

è che si paga quanto si scia. "MyPass" registra quando si comincia a sciare e quando si finisce e fornisce, alla fine di ogni giornata sci, un consuntivo con il tempo sciato e il costo da pagare tramite addebito sulla carta di credito, carta di debito o prepagata. Se si rimane in pista solo due ore, si pagheranno solo due ore e la tariffa addebitata sarà sempre la più conveniente applicata dal comprensorio durante la giornata trascorsa sugli sci. Il secondo vantaggio riguarda, invece, i prezzi. Per cominciare si ha uno sconto garantito fino all'8% durante tutta la stagione invernale (3% a Natale e Capodanno) e per tutte le sciare. Poi, una volta superata la prima soglia di spesa nella Skiarea Campiglio sciare sarà scontato dell'80%; infine, raggiunta la seconda soglia, gli impianti di risalita saranno gratuiti.

GOODBYE SEASON-PASS, HELLO 'STARPASS'

The traditional season-pass, which was paid in advance and was valid for the entire season, no matter how much you skied, has come to an end. Taking its place is 'Starpass', the next-generation card that is much more than a simple 'pay-as-you-go' card, thanks to its double convenience. 'Starpass' is purchased online (www.mypass.ski) or through the 'MyPass' app. Together with the 'MyPass Ski' card (annual cost €10), after registration you can choose to have your 'Starpass' delivered to your home by post or pick it up at several ticket offices in the ski resort. With 'Starpass', once you arrive at the facilities there is no need to stop at the ticket office - you can head straight for the turnstiles. The first

advantage is that you only pay for how much you actually ski. 'MyPass' records when you start skiing and when you finish and, at the end of each day's skiing, a final balance of the time skied and the amount to be paid will be debited from your credit or debit card or your prepaid balance. If you only ski for two hours, you will only pay for two hours, and the tariff charged will always be the cheapest applied by the slopes on the day you ski. The second advantage concerns pricing. To start with, there is a guaranteed discount of up to 8% during the entire winter season (3% at Christmas and New Year) for all skiing. Then, once you have exceeded the first spending threshold in the Campiglio ski resort, you will benefit from an 80% skiing discount. Finally, once you reach the second threshold, the ski lifts will be free.



ONLINE DAY AND MULTI-DAY PASSES: MORE QUALITY, LESS QUANTITY

Day and multi-day ski passes now offer dynamic pricing - it is no longer fixed - similar to plane fares.

Tickets purchased in advance online will be cheaper, with discounts of up to 20% (depending on the season) compared to tickets purchased onsite on the day. The cost will increase as the slopes and the ski resort's facilities approach maximum capacity. Tickets purchased in advance online also include 'Ski pass Protect' insurance, which will reimburse skiers should they have to relinquish a day's skiing at the last minute. Proven reasons, which are listed in the insurance policy, also include infection with SARS-CoV-2 and quarantine.



INVERNO WINTER



BRUNO FELICETTI

Direttore generale
Funivie Madonna di Campiglio
General Director,
Funivie Madonna di Campiglio
(Madonna di Campiglio Ski lifts)

«L'inverno in corso è un test per verificare la sostenibilità economica delle innovazioni introdotte. Se i numeri, a fine stagione, confermeranno la validità delle nostre proposte, attraverso un'ulteriore e graduale applicazione i prezzi dinamici diventeranno uno strumento in grado di gestire i flussi di sciatori sulle piste e contenere le giornate che, troppo affollate, compromettono la soddisfazione dell'ospite-sciatore. L'obiettivo che vogliamo raggiungere è chiaro: più qualità meno quantità. Per quanto riguarda gli investimenti, la nostra società ha deciso, nel corso del lockdown, di "buttare il cuore oltre l'ostacolo" e mantenere quanto programmato prima dell'emergenza sanitaria. Siamo fortemente convinti che serva un segnale di fiducia al territorio per continuare il percorso intrapreso di continuo miglioramento dei servizi e, soprattutto adesso, insistere maggiormente sul miglioramento dell'offerta della nostra Skiarea».

"This winter will be a test to verify the economic sustainability of the innovations introduced. If the figures confirm the validity of our proposals come the end of the season, the gradual introduction of dynamic pricing will make them a tool that can help us manage the flow of skiers on the slopes and to keep days where the satisfaction of skiers and visitors is compromised due to overcrowding to a minimum. The goal that we want to achieve is clear: more quality and less quantity. With regard to investment, our company decided, during the lockdown, to 'go the extra mile to overcome obstacles' and stick to what was planned before the public health crisis. We are absolutely convinced that a sign of confidence in the region is required to continue the path taken for the continual improvement of services and, especially now, to further commit to improving what our ski resort can offer".

IN SETTIMANA BIANCA CON LA FORMULA "CINQUE SU SETTE": SCI E MOLTO DI PIÙ

Nella Skiarea, il settimanale "Cinque su sette" rivoluziona il concetto stesso di skipass tradizionale, grazie all'integrazione con le "Top experience" promosse sul territorio dall'Azienda per il Turismo Madonna di Campiglio. La vacanza bianca è dunque sci, ma non solo, sicuramente più appagante e completa. Sull'intera settimana di vacanza, il turista può scegliere cinque giorni per sciare, gli altri due da dedicare alle esperienze pensate in esclusiva per lui, alla ricerca dell'anima alpina del territorio che lo ospita.

A WEEK IN THE SNOW WITH THE '5/7' COMBINATION: SKIING AND MUCH MORE

The '5/7' (Cinque su sette) weekly pass revolutionises the concept of the traditional ski pass thanks to its affiliation with the 'Top Experiences' in the region promoted by the Madonna di Campiglio Tourist Board. This makes a holiday in the snow much more than just skiing, and surely more rewarding and varied. Over a full week's holiday, visitors can ski for five days, while the other two can be devoted to experiences that have been designed exclusively with them in mind, in search of the Alpine spirit of the region they are visiting.



Madonna di Campiglio.



MAESTRI E MAESTRE DI SCI: PRONTI A TORNARE IN PISTA!

Professionisti dello sci, protagonisti dell'inverno sulla neve e punto di riferimento non solo per insegnare la tecnica di questo sport tanto amato, ma anche per raccontare il contesto nel quale si svolge: la montagna. Sono i maestri e le maestre di sci che, dopo la

stagione 2020/2021 sospesa tra speranzose aperture e sconcertanti dietrofront, sono pronti a tornare in pista e a pensare positivo. Sì, perché, come ci fanno notare, a mancare non è stato solo il lavoro con le drammatiche conseguenze della sua assenza, ma qualcosa di più: i contatti, le conoscenze, le emozioni e la passione che ci si mette a spiegare come fare una curva perfetta senza dimenticare di ascoltare la voce della montagna. "In realtà - spiega **Andrea Sini**, direttore, a Madonna di Campiglio, della Scuola

sci Adamello Brenta e neo presidente del Collegio maestri di sci del Trentino - i "motori" sono sempre stati accesi. Le quattro ripartenze dello scorso inverno, che poi non ci sono state, hanno coinvolto i maestri in un lavoro di programmazione e organizzazione che non si è mai interrotto. Sciare è mancato a ognuno di noi, ma a mancare di più sono stati i clienti-allievi. Fare il maestro non vuol dire solo insegnare la tecnica di questo sport ma, soprattutto, stare con la gente e trasmettere l'amore per la montagna". Una professione in evoluzione, la vostra... "Sì - prosegue il presidente - sempre più globale e legata al mondo dell'outdoor. Saper accompagnare un ospite ed essere in grado di far emergere il valore esperienziale della lezione sono aspetti fondamentali". Protocolli e regole garantiranno la sicurezza della vacanza sulla neve. Una breve spiegazione? "È stato messo a punto un protocollo unico per l'apertura degli impianti - precisa Sini - mentre Amsi (Associazione maestri sci italiani) ha adottato, per tutta Italia, le linee guida per la gestione dell'insegnamento dello sci in sicurezza che già i maestri di sci del Trentino avevano preparato. Ne siamo orgogliosi. Il Trentino traccia la linea". "Dopo la nevicata di inizio novembre abbiamo cominciato a ricevere tantissime richieste - aggiunge **Chicca Catturani**, direttrice della Scuola Sci Campo Carlo Magno e referente delle scuole campigliane - che siamo pronti ad accogliere. Certo, la stagione passata ha lasciato il segno e, nonostante l'adeguamento ai protocolli e alle normative in essere, gli aspetti da rodare sono tanti. Qualche preoccupazione per le possibili incognite che potrebbero verificarsi c'è". Novità particolari?



ROBERTO SERAFINI

Presidente
Funivie Pinzolo
Chairman,
Funivie Pinzolo (Pinzolo Ski lifts)

«Sicurezza e innovazione fanno parte del DNA delle società impianti da sempre, ma in questo periodo particolare sono diventate ancora più importanti. Il cliente deve sentirsi sicuro quando accede e utilizza gli impianti e durante la sciata in pista, e Funivie Pinzolo ha messo in campo tutte le sue professionalità per garantire una vacanza tranquilla ai propri ospiti. Per quanto riguarda l'innovazione che negli ultimi anni ha riguardato soprattutto gli impianti, ultimo in ordine di tempo la realizzazione del bacino di accumulo per l'innevamento programmato, si è concentrata in questi due anni nello sviluppo e applicazione della digitalizzazione nei processi di vendita dei biglietti. In un mondo sempre più connesso, le società impianti della Skiarea Campiglio hanno concentrato le proprie risorse nell'implementare l'utilizzo delle nuove tecnologie per offrire al cliente un servizio sempre più personalizzato e puntuale».

"Safety and innovation have always been a part of the DNA of the facilities companies, but at this particular time they have become even more important. Customers have to feel safe when they come and use our facilities and while skiing, and Funivie Pinzolo has called upon all of its professional expertise to ensure a relaxing holiday for our guests. With regard to innovation, which in recent years has mostly concerned the facilities, the most recent of which was the construction of a storage reservoir for planned snow, we have, for the last two years, focused on developing and applying digitalised ticketing processes. In an increasingly connected world, the facility operators in the Campiglio ski resort have concentrated their resources on implementing the use of new technologies to offer customers an increasingly personalised and detailed service".

“I collettivi numerosi non esistono più - racconta Catturani - si lavorerà con piccoli gruppi offrendo un servizio non solo più sicuro, ma anche migliore”. Un auspicio per gli ospiti? “Seguendo le regole, con il buon senso e l’attenzione da parte di tutti possiamo alimentare la speranza di tornare ad una vita normale”. Fa eco, da Pinzolo, **Stefano Maturi**, che ha appena passato il testimone di direttore della Scuola italiana sci a **Matteo Caola**. “La voglia di ripartire - esordisce Maturi - è parecchia perché il nostro non è solo un lavoro, ma un impegno a trasmettere la passione per un territorio al quale siamo legati da sempre”. Cosa vi aspettate dall’inverno? “Ci auguriamo che la gente ritorni sulle piste”, chiosa Caola aggiungendo che “ci può essere ancora un po’ di paura e qualche limitazione, ma necessaria a garantire la sicurezza di tutti. C’è da aggiungere, inoltre, che gli impianti di risalita sono stati bravi, predisponendo una macchina che sanifica le telecabine, percorsi di accesso con distanziamento, tornelli ove possibile alternati. Non ci siamo dimenticati che c’è il Covid e anche a Pinzolo si lavorerà solo con piccoli gruppi”. Un invito per gli ospiti? Maturi cita un’originale metafora. “Quando parlo di sci - racconta - penso allo scivolo, uno dei giochi che fa divertire maggiormente i più piccoli. Sciare è scivolare con i piedi, provando la stessa gioia di quando eravamo bambini, all’aria aperta, in un paradiso, quello delle nostre montagne, che ha pochi eguali e riesce a distogliere la mente da due anni difficili per tutti. Guardi di fronte a te e vedi le Dolomiti di Brenta, ti volti dall’altra e si mostrano ghiacciai, nevai, la Presanella, l’Adamello e il Carè Alto. È sessant’anni che vedo questa meraviglia e ogni volta me ne innamoro”.



SKI INSTRUCTORS: READY TO RETURN TO THE SLOPES!

Ski professionals, who come to the fore on the snow during the winter and who are points of contact, not just for teaching this much-loved sport, but also for telling us about the context in which it is practiced: the mountain. They are the ski instructors who, after a 2020-2021 season caught between the hoped-for opening and the discouraging U-turn, are ready to return to the slopes and think positive. As they have pointed out to us, it was not just their work and its keenly-felt absence that they missed, but something more: contact, knowledge, the excitement and the passion you have when you start to explain how to

*perform a perfect curve without forgetting to listen to what the mountain is ‘telling’ you. “In reality”, explains **Andrea Sini**, Director of the Adamello Brenta ski school in Madonna di Campiglio, and incoming chairman of the Trentino Ski Instructors Board, “the ‘engines’ have always been running. The four resumptions of last winter, which did not then come to pass, involved instructors in the planning and organisation, which never stopped. Skiing was missed by each one of us, but what we missed the most were the customers and students. Being an instructor means more than just teaching the techniques*

of the sport but, most of all, being around people and passing on the love we have for the mountain”. An evolving profession - “Yes”, continues the chairman, “ever more global and tied to the world outdoors. Knowing how to help a visitor be able to bring out the experiential value of the lesson are essential characteristics”. Protocols and rules will ensure safe holidays on the snow. A short explanation: “A single protocol for the opening of facilities has been developed”, Sini states, “while AMSI (the Association of Italian Ski Instructors) has adopted the guidelines for managing safe ski instruction for the whole of

Un gruppo di giovani e di maestri di sci sulle piste nell’inverno 2019/20.
A group of young people and ski instructors on the slopes in winter 2019/20.

*Italy, which the ski instructors in Trentino had already prepared. We are proud of that. Trentino is drawing the line”. “After the snowfall at the beginning of November, we began to receive a great deal of requests”, add **Chicca Catturani**, Director of the Campo Carlo Magno Ski School, and Campiglio schools’ representative, “which we are ready to accommodate. Of course, last season left its mark and, in spite of adjusting to existing protocols and legislation, there are many aspects to break in. There is some concern about potential unknowns that may occur”. Special innovations? “We no*

*longer have large parties”, says Catturani. “We work with smaller groups, offering not just a safer service, but one that is also better”. Do you wish anything of your visitors? “By following the rules, with good sense and if everyone is careful, we can fuel the hope that we can return to our normal lives”. A sentiment echoed in Pinzolo by **Stefano Maturi**, who has just passed the baton of Director of the Italian Ski School to **Matteo Caola**. “There is a real desire to get back to work”, Maturi begins, “because this is not just a job for us, but a commitment to transmitting our passion for a region to which we have always been connected”.*

What are your expectations for this winter? “We hope that people return to the slopes”, Caola remarks, adding that “There may still be a little fear and some restraint, but this is necessary to ensure everyone is safe. It should also be added that the ski-lift operators have admirably prepared a machine capable of sanitising the chairlifts, socially-distanced access routes, and alternate turnstiles where possible. We haven’t forgotten that COVID is still a threat and we will also be working with smaller groups in Pinzolo”. An invitation to visitors? Maturi cites an original metaphor. “When I talk about skiing”, he

says, “I think of sliding, one of the games most enjoyed by young children. Skiing is sliding with your feet, experiencing the same joy that we had as children, outdoors, in a beautiful place, in our mountains, which have few equals and which manage to distract the mind from what have been two difficult years for everyone. Look straight ahead to see the Brenta Dolomites, look the other way and the glaciers, snowfields, Presanella, Adamello and Carè Alto appear. I’ve been looking at this beauty for sixty years and I fall in love with it every time”.



IL PIANO STRATEGICO
PLURIENNALE COSTITUISCE
UN DOCUMENTO DI INDIRIZZO
CHE ANALIZZA IL TURISMO
DEL PRESENTE E TRACCIA
LA STRADA PER PROGETTARE
IL TURISMO DI DOMANI.

CAPIRE IL PRESENTE. PROGETTARE IL FUTURO

PROGETTI DEVELOPMENT

PROGETTI DEVELOPMENT

"Cartoline" dalla destinazione Madonna di Campiglio.

"Postcards" from Madonna di Campiglio destination.

E. Veronese, S. Mondino, Foto Fiore



MATTEO BONAPACE
Direttore generale Azienda per il Turismo Madonna di Campiglio
General Director, Madonna di Campiglio Tourist Board



più ai target geografici, ma alle persone curando un dialogo sempre più personale con l'ospite che già frequenta o quanto meno conosce la località. Quindi il **Brand**, non più inteso come funzione della comunicazione, ma del prodotto, passando "da logo a luogo". Il nome unico Madonna di Campiglio, in rappresentanza di tutto l'ambito turistico, non vuole essere solo traino comunicativo per le svariate proposte che il territorio esprime, ma anche trainato e raccontato attraverso tanti contenuti veri e autentici, luoghi con le relative esperienze, storie, persone, leggende. Quarto pilastro, un modello di **Governance** a geometria variabile, più inclusiva, in grado di superare l'antagonismo tra le teste di sistema rendendole protagoniste rispetto a progetti strategici. La nuova Governance è già operativa per i progetti "Alta gamma", con il coinvolgimento degli albergatori del lusso e degli imprenditori delle eccellenze Made in Italy, e "Mobilità", con la presenza in prima linea e in prima battuta del Parco Naturale Adamello Brenta Geopark, i Comuni di Pinzolo e Tre Ville e la Comunità delle Regole Spinale e Manez. Infine la **Vivibilità**, aumentata, con una prospettiva di lungo periodo dove la sostenibilità da aspirazione diventa realtà. L'intento è di incrementare il valore aggiunto dell'esperienza vissuta dall'ospite, ottimizzare i flussi e innalzare la qualità (anche controllando la quantità), lavorare per attenuare il bipolarismo stagionale.

"PRESENTEFUTURO".

Iniziamo da una premessa importante: la certezza che Madonna di Campiglio è uno dei più solidi brand della montagna turistica in Italia e sulle Alpi e, allo stesso tempo, la consapevolezza che il valore del brand di destinazione non è assoluto, non dura per sempre e non è l'unica risorsa che può garantire lo sviluppo del turismo locale. Ci sono, infatti, altri elementi indispensabili che concorrono ad alimentare il brand stesso in un continuo scambio tra valore tangibile e intangibile, tra esperienza e immaginario. Poi introduciamo una domanda. Quali sono le altre componenti dell'offerta turistica che devono essere presidiate per garantire un progresso della destinazione

che sia armonico, sostenibile e non comprometta la qualità di vita delle generazioni future, permettendo così di nutrire il brand territoriale con valori, visione, contenuti, esperienze, futuro? Il Piano strategico "PresenteFuturo", al quale un team, in parte interno ad Azienda per il Turismo Madonna di Campiglio (Apt), in parte esterno, ha lavorato da dicembre 2019 all'approvazione da parte del Cda di Apt nel maggio 2021, è la risposta strategica a questa e ad altre domande altrettanto complesse e sfidanti.

UN PIANO DI DESTINAZIONE.

Il Piano strategico è pluriennale e il percorso per la sua definizione è stato condotto da Azienda per il Turismo Madonna di Campiglio insieme a Trentino School of Management (Tsm) - Scuola di Management del Turismo e della Cultura (Smtc). Declinato, dopo l'armonizzazione del nuovo ambito turistico (con la Legge provinciale di riforma del turismo trentino, n° 8 del 12 agosto 2020, l'area sulla quale opera Apt si è estesa alle Giudicarie Centrali e alla Valle del Chiese), su un territorio che conta 29.000 abitanti, ha visto un ampio coinvolgimento delle componenti istituzionali, economiche, sociali, culturali e del volontariato attraverso la somministrazione di un questionario, quindi di una serie di interviste a 30

rappresentanti di enti e categorie continuando, poi, con circa 50 incontri svolti interloquendo ad ampio raggio con il territorio. Numerose indicazioni proposte durante il percorso sono diventate elementi vivi del Piano che si può dire essere uno strumento partecipato e condiviso e, soprattutto, un vero e proprio "Piano di destinazione".

LA METODOLOGIA.

Nella strategia impostata si aprono nuovi scenari quali il passaggio da brand unico a vari brand di prodotto, da target predefiniti a persone con stili e gusti personali, da offerta turistica di massa a flussi di visitatori. Siamo di fronte a opportunità nuove. Per spiegare questo passaggio con azioni e progetti concreti, è stato utilizzato un approccio

multidisciplinare che ha riunito diverse metodologie di lavoro, articolate nelle seguenti macro fasi: analisi del contesto e dialogo con il territorio (analisi dei dati macro, focus group con la struttura di Apt, esplorazione delle progettualità territoriali, intervista in profondità con gli stakeholders, questionario online a operatori e amministratori, focus group con super guest della destinazione), analisi dei flussi di visita e dei trend di mercato, analisi dei competitor e definizione delle priorità di intervento. Inoltre sono stati organizzati 4 workshop per mappare i flussi di visita. Attraverso il coinvolgimento di operatori e stakeholders ne sono stati individuati ben più di 80.

CINQUE DICHIARAZIONI PER IL FUTURO.

La strategia del Piano "PresenteFuturo" si fonda su 5 dichiarazioni di intenti, che indicano la direzione da seguire per i progetti e le azioni operative. Il primo pilastro è lo sviluppo del **Prodotto** turistico, che viene prima di tutto, non solo perché incide sulla soddisfazione dell'ospite attuale e crea motivo di "riacquisto" della vacanza, ma anche perché può aprire a ulteriori opportunità individuando nuovi binomi prodotto-mercato; per Apt è la vera sfida presente e futura. Il territorio, nel suo complesso, esprime un elevato livello di diversità delle risorse che vanno valorizzate ed integrate con la consapevolezza che ci sia ancora molto da scoprire. Poi il **Mercato**, che non guarda

AI BLOCCHI DI PARTENZA.

Numerosi sono i progetti ispirati dal Piano strategico già definiti o in corso di realizzazione. In maniera non esaustiva citiamo: il processo

condotto dalle società impiantistiche di **innovazione dello sci**, in particolare del modello di prezzo e distributivo degli skipass (prezzo dinamico, Starpass, il nuovo skipass pay per use, coda virtuale), ma anche sul piano dei contenuti, integrando l'offerta invernale sci con le iniziative oltre lo sci (nuovo skipass "5 su 7"); l'"**Alta gamma**", con la programmazione di specifiche azioni di sviluppo del prodotto di altissima qualità e la relativa promozione rivolta ai mercati del lusso; l'iniziativa "**Plastic free**" per "liberare" i rifugi alpini dall'utilizzo della plastica monouso; il passaggio da **attività ad esperienze** ad alto valore aggiunto per l'ospite, sperimentato con successo già a partire dall'estate 2020; poi "**All season**" il progetto che punta, dal 2021 e ancora di più in previsione del 2022, ad un prolungamento di alcuni servizi di sistema in parallelo ad uno sforzo compiuto nello stesso senso dalle categorie di operatori privati; quindi l'iniziativa "**Montanità**", intesa come l'altra faccia della "Mondanità", che punterà sull'autenticità della vita in montagna anche attraverso i prodotti della filiera agro-alimentare, un'eccellenza molto ben distribuita in tutto il nuovo ambito. Infine un nuovo modello di **DoloMeet Guest Card**, che punta ad un aumento significativo delle card multiservizi utilizzate dagli ospiti. Siamo di fronte a un vero e proprio cambio di paradigma culturale per la destinazione e a strade innovative che rispetteranno la vera identità del territorio, così da sostenere nel tempo le nuove progettualità e trasferirle all'ospite in maniera forte e credibile. Per fare questo ci vogliono coraggio e un'assunzione di responsabilità da parte di tutti i soggetti territoriali.



A. Zanchi, P. Bisti.
Foto Fiore, D. Molineris

FIVE DECLARATIONS FOR THE FUTURE. ON YOUR MARKS.

The strategy of the "FuturePresent" plan is based on 5 declarations of intent, which indicate the direction to be followed for projects and operational actions. The first pillar is **Product**, which comes before everything else, and is what really draws visitors; for APT, the true present and future challenge. Campiglio is the heart of the product, but diversities must be enhanced, and the region can be greatly involved as there is still much to be discovered. Then the **Market**, which no longer looks at geographic targets, but people, maintaining a more personal dialogue with visitors who already know the location. Then the **Brand**, which is no longer interpreted as a function of communication, but of the product, it must be populated with true and current content. The fourth pillar is a **Governance** model with variable, more inclusive, geometry, capable of exceeding the antagonism between the heads of the system and valuing them in comparison to strategic projects. The new Governance is already operative for "top-of-the-range projects", with the involvement of luxury hotel owners and Made in Italy certified companies, and "Mobility", with the director entrusted with the Adamello Brenta Geopark National Park and the town of Pinzolo. Lastly, **Liveability**, increased with a long-term perspective where the aspired-to sustainability becomes a reality. The intention is to increase the added value of visitor experiences, to optimise flows and to increase quality, working to reduce bipolar seasonality.

Numerous projects inspired by the strategic plan are already defined or currently being implemented. These include: the "**Plastic Free**" initiative to rid the Alpine shelters of the use of plastic; the evolution of the traditional ski-pass into an "**Outdoor Winterpass**", integrating other non-skiing initiatives with the winter ski offering; "**Top of the Range**", with the scheduling of specific communication and distribution focused on the luxury market; the passage **from activities to experiences** that are qualitatively interesting to visitors, already successfully trialled in summer 2020; then "**Fifty Valleys**", which will highlight the valleys which are lateral to the Rendena-Giudicarie-Chiese axis, with an eye on the widespread enjoyment of the outdoors and the nearby exoticism; the "**Montanità**" initiative, which sounds just like the Italian word "**Mondanità**" which means worldliness - which will highlight the authenticity of mountain life through products drawn from the agri-food supply chain, featuring a range of excellent products which are well distributed throughout the new tourist area.

We are facing a genuine cultural paradigm shift for the destination, with innovative routes that will respect the true identity of the region, so as to support the new projects over time and transmit them to visitors in a strong and credible way.

THE MULTIYEAR STRATEGIC PLAN CONSISTS OF A WORKING (OR GUIDELINE?) DOCUMENT WITH AN IN-DEPTH ANALYSIS OF PRESENT-DAY TOURISM AND TRACES A ROUTE TO PLAN THE TOURISM OF TOMORROW.

UNDERSTANDING THE PRESENT, PLANNING THE FUTURE

"FUTUREPRESENT".

Let's begin with an important premise: the conviction that Madonna di Campiglio is one of the most robust brands in Italian mountain and Alpine tourism and, at the same time, the awareness that the destination's brand is not the only resource than can guarantee the development of local tourism. Indeed, there are other essential elements that contribute to fuelling the brand in an ongoing exchange between tangible and intangible value, experience and imagination. Let's, then, introduce a question. What are the other components of the tourist offering that must be overseen in



order to ensure progress for the destination that is harmonious, sustainable and which does not compromise the quality of life for future generations, thereby allowing the local brand to be nurtured with values, vision, contents, experiences, and a future? The "FuturePresent" strategic plan, which has been worked on by a partially internal team at the Madonna di Campiglio Tourist Board (APT), and a partially external team since December 2019, with the approval of the APT Board of Directors in May 2021, is the strategic response to this and other equally complex and challenging questions.

A DESTINATION MANAGEMENT PLAN.

Il Piano strategico è pluriennale e il percorso per la sua definizione è stato condotto da Azienda per il Turismo Madonna di Campiglio insieme a Trentino School of Management (Tsm) - Scuola di Management del Turismo e della Cultura (Smtc). Declinato, dopo l'armonizzazione del nuovo ambito turistico (con la Legge provinciale di riforma del turismo trentino, n° 8 del 12 agosto 2020, l'area sulla quale opera Apt si è estesa alle Giudicarie Centrali e alla Valle del Chiese), su un territorio che conta 29.000 abitanti, ha visto un ampio coinvolgimento delle componenti istituzionali,



economiche, sociali, culturali e del volontariato attraverso la somministrazione di un questionario, quindi di una serie di interviste a 30 rappresentanti di enti e categorie continuando, poi, con circa 50 incontri svolti interloquendo ad ampio raggio con il territorio. Numerose indicazioni proposte durante il percorso sono diventate elementi vivi del Piano che si può dire essere uno strumento partecipato e condiviso e, soprattutto, un vero e proprio "Piano di destinazione".

METHODOLOGY.

New scenarios have been opened up in the imposed strategy, such as the passage from a single brand to various product brands, from predefined targets but to people with personal tastes and styles, from the mass tourist offering to visitor

flows. We are faced with new opportunities. In order to explain this passage with specific actions and projects, a multidisciplinary approach that has combined diverse working methods has been articulated into the following micro-phases: analysis of the context and dialogue with the region (analysis of macro data, focus groups with the APT structure, exploration of regional planning, in-depth interview with stakeholders, online questionnaire for operators and administrators, focus groups with special guests from the destination), analysis of visitor flows (following the San Gallen Management Model method (SGDM)), and defining intervention priorities. Four workshops were also arranged to map visitor flows. Through the involvement of the operators and stakeholders, 80 were identified.

L'INVERNO DELLE ESPERIENZE

di/by PAOLA ZANETTE

IL CALENDARIO DELLE ESPERIENZE INVERNALI, TRA INIZIATIVE CONSOLIDATE E NUOVE SUGGERZIONI, INVITA GLI OSPITI AD IMMERSI NELLA MAGIA DELLA STAGIONE BIANCA E A CONOSCERE NEL PROFONDO LUOGHI, PERSONE, STORIE E TRADIZIONI.

photo P. Bisti

Si torna a vivere l'inverno! A incontrarsi nuovamente negli spazi liberi dei monti, a fare vacanza sulla neve, a sciare sulle piste da sci. In più, è pronto al debutto un variegato programma di "Top experiences" invernali. Iniziative in parte nuove, in parte collaudate, che hanno un preciso obiettivo: far vivere all'ospite una vacanza sicura e, allo stesso tempo, capace di lasciare impresse emozioni memorabili.

LE "TOP EXPERIENCES" NUOVE.

Sotto il titolo "Snowmoon", nei dintorni di Madonna di Campiglio sono promosse le passeggiate sulla neve (19 dicembre, 18 gennaio, 16 febbraio, 18 marzo e 16 aprile) nelle notti accarezzate dai raggi della luna piena. Raggiunta una radura prescelta, accompagneranno la suggestiva escursione ascolto di musica e poesie in cuffia, ristoro e vin brulé. Il prodotto sci alpinismo, di stagione in stagione, si arricchisce di opportunità. Così, a febbraio, è in calendario "Sunset Skialp": ogni settimana un'uscita pomeridiana con gli sci d'alpinismo. Si parte al tramonto, accompagnati dalle

guide alpine, con meta il rifugio dove si effettuerà una golosa sosta prima della discesa in notturna con gli sci lungo il tracciato "Skialp track by night." Dedicata alla scoperta di un nuovo benessere sono le proposte "Dolomiti Natural Wellness - Winter Edition" e "Hot Mind". La prima si inserisce in un programma settimanale di sessioni lungo i percorsi wellness e si concentra sulla scoperta dei benefici del freddo e del silenzio per il benessere del fisico e della mente. La seconda, sullo stesso tema, è una masterclass con Andrea Bianchi, autore de "La via del freddo alla felicità", il libro che svela i segreti dell'"Hot Mind", l'innovativo metodo che dona salute, vitalità ed energia. "Il freddo - spiega Bianchi - ha un potere rigenerante ed è un alleato del nostro benessere". Quattro, nelle domeniche di marzo, le

occasioni per parteciparvi e lasciarsi guidare verso un ritrovato contatto con la parte profonda di noi stessi dove si trova la sorgente naturale della felicità. Vi piace la storia e siete romantici? Allora vi suggeriamo la "Sciata asburgica", due giornate nella settimana del Carnevale Asburgico, dal 28 febbraio al 4 marzo 2022, durante le quali si potrà sciare in rigoroso costume di fine Ottocento al fianco di Sissi e Francesco Giuseppe.

A WINTER OF EXPERIENCES

The calendar of winter experiences, with its long-standing initiatives and new recommendations, invites visitors to immerse themselves in the magic of the snowy season and to get a better understanding of its places, people, stories and traditions.

A return to winter living! To seeing each other once more in the wide-open space of the mountains, to taking a holiday in the snow and to taking to the slopes. Plus, a varied programme of top winter experiences is ready to debut. Some new and some long-standing initiatives with one precise objective: to provide visitors with a safe holiday that will leave them with unforgettable emotions.



LE "TOP EXPERIENCE" CLASSICHE.

Chiamiamole "classiche" o "consolidate", sono le esperienze che scandiscono l'inverno da alcuni anni. Sempre vivaci e divertenti, all'insegna dello sport, dell'incontro e del buon cibo, si tengono all'alba o al tramonto, a tavola o in igloo. Una di queste porta con sé la magia dell'alba e l'emozione di qualcosa di insolito. Il riferimento è a **"Trentino Skisunrise"**, la serie di sciata alle prime luci del sole, a Madonna di Campiglio e Pinzolo, abbinata ad una gustosa colazione in rifugio e alla prima discesa sulle piste immacolate con i maestri di sci (29 gennaio; 5, 12 e 19 febbraio). Ha invece i colori caldi del tramonto **"Sunset ski"**, la sequenza di incontri in quota nel tardo pomeriggio accompagnati da aperitivo con musica sulle terrazze panoramiche

dei rifugi e sciata finale al chiarore delle fiaccole, sempre con i maestri di sci, indispensabili supporter a garanzia della massima sicurezza. Hanno invece il sapore della tradizione e dell'autenticità le serate gastronomiche **"Slow food tra le Dolomiti"** dedicate a conoscere il presidio Slow Food razza Rendena attraverso l'esperienza diretta dei produttori e l'assaggio di prelibati piatti tipici. Infine la più insolita e particolare. È la notte in **igloo**, nella "casa" di ghiaccio costruita dalle Guide alpine di Madonna di Campiglio. Nei boschi del Parco Naturale Adamello Brenta Geopark si trascorrono una notte e un'alba, con cena e colazione, da vivere con spirito avventuroso, completamente immersi nella natura e dormendo su letti di neve attrezzati con sacco a pelo invernale (su prenotazione presso l'ufficio guide alpine di Madonna di Campiglio).

THE TOP NEW EXPERIENCES.

Under the title **"Snowmoon"**, around Madonna di Campiglio, night-time walks in the glittery snow, bathed in the light of the full moon (19 December, 18 January, 16 February, 18 March and 16 April) are being promoted. And after arriving at a specially-selected clearing, this evocative excursion will be accompanied by listening to music and poetry through headphones, refreshments and mulled wine. Alpine skiing offers rich possibilities from season to season, with **"Sunset Skialp"** - an afternoon outing on alpine skis every week - scheduled for February. Departing at twilight, accompanied by alpine guides, you will head to a lodge, where you will take a tasty break before tackling the nocturnal descent by ski along the 'Skialp track by night'. **'Dolomites Natural Wellness - Winter Edition'** and **'Hot Mind'** are dedicated to the discovery of new wellbeing. The first has been included in

a weekly wellness sessions programme and is focussed on discovering the benefits of cold and silence for physical and mental wellbeing. On the same topic, the second is a masterclass with Andrea Bianchi, author of the 'The Cold Road to Happiness', the book that reveals the secrets of 'Hot Mind', the innovative method that provides health, vitality and energy. "The cold has a regenerative power and is an ally to our wellbeing," explains Bianchi. The four Sundays in March are opportunities to participate in and get back in touch with the deepest part of ourselves where the natural source of happiness can be found. Are you romantic and a history-lover? Then we recommend **'Habsburg Skiing'**, two days during the week of the Habsburg Carnival, from 20 February to 4 March 2022, during which you can ski in authentic late-nineteenth century costume alongside Sissi and Franz Josef.

THE TOP CLASSIC EXPERIENCES.

'Classic' or 'long-standing' experiences are those that have characterised winter for several years. Always lively and fun, in the name of sport, get-togethers and good food, they can take place at dawn or dusk, at the table or in an igloo. They bring with them the magic of dawn and the emotion of something unusual. The landmark event is **'Trentino Skisunrise'**, a series of ski events at the first light of day in Madonna di Campiglio and Pinzolo, which involve a tasty lodge breakfast and the first descent on the immaculate slopes guided by ski instructors (29 January; 5, 12 and 19 February). There are also the warm colours of **'Sunset Ski'** to enjoy; a series of late afternoon, high-altitude get togethers with aperitifs and music on the panoramic terraces of the lodges and a final torchlit ski descent,

again accompanied by ski instructors, who offer their essential support to guarantee utmost safety. For something different, the **'Dolomites Slow Food'** gastronomic evenings have the flavour of tradition and authenticity, the perfect introduction to the Rendena Slow Food movement by interacting directly with producers and tasting delicious traditional dishes. And finally, the most unusual and unique experience of all: a night in an **igloo**, in the ice house constructed by the alpine guides of Madonna di Campiglio. You will spend one night and experience the sunrise in the forests of the Adamello Brenta Geopark National Park, with dinner and breakfast. This is to be undertaken in the spirit of adventure, completely immersed in nature, sleeping on snow beds in winter sleeping bags (which can be booked at the office of the Madonna di Campiglio alpine guides).

LO SCI... E ALTRE 12 ATTIVITÀ DA FARE ALL'ARIA APERTA.

L'inverno 2021/2022 è alle porte. Nell'ambito turistico Madonna di Campiglio, con Pinzolo, la Val Rendena, le Valli Giudicarie e la Valle del Chiese, si rinnovano il rito dello sci e l'invito a scoprire gli ampi spazi aperti della natura. Sci alpino, che a Campiglio ha oltre un secolo di storia, ma anche numerosi altri sport e attività all'aria aperta e a contatto con l'ambiente. **Escursioni a piedi**, con le ciaspole e i ramponcini,

lungo **100 km di sentieri (15 percorsi)** mappati e segnalati, ad esempio. Poi lo **sci di fondo** (presso le strutture sportive dedicate a Campo Carlo Magno e Carisolo), lo **sci alpinismo**, lo **sleddog**, il **parapendio**, le **passeggiate in carrozza**, il **pattinaggio** indoor e outdoor, lo **snowboard** e il **freestyle** nei park dedicati, il **telemark**, lo **sci slittino**, l'**arrampicata su ghiaccio** e l'**alpinismo** in versione invernale.

SKIING... AND 12 OTHER OUTDOOR ACTIVITIES.

Winter 2021/2022 is knocking at the door. In the Madonna di Campiglio tourist area, with Pinzolo, Val Rendena, the Giudicarie valleys and the Valle del Chiese, the ritual of skiing and the invitation to discover the area's natural wide open spaces is being renewed. This includes alpine skiing, which has a history of over a hundred years in Campiglio, as well as numerous other outdoor pursuits and activities where you can come into contact with nature.

Walking excursions, with snowshoes and trekking crampons, along **100 km of mapped and signposted trails (15 routes)**, for example, not to mention **cross-country skiing** (in the dedicated Campo Carlo Magno and Carisolo sports facilities), **alpine skiing**, **dog sledding**, **paragliding**, **carriage rides**, indoor and outdoor **ice skating**, **snowboarding** and **freestyle** in dedicated parks, **telemark skiing**, **sledding**, **ice climbing** and **winter mountaineering**.

Le esperienze sono acquistabili su campigliodolomiti.it/topexperience dove è possibile conoscere tutti i dettagli su novità, date e luoghi.

Experiences can be booked at campigliodolomiti.it/topexperience, where further details concerning news, dates and places can also be found.

UN NOME UNICO E UNA NUOVA IDENTITÀ VISIVA FIRMATE DA INTERBRAND

di/by **SABRINA FRIZZI**

MADONNA DI CAMPIGLIO E L'AMBITO TURISTICO DI CUI COSTITUISCE LA "PUNTA DI DIAMANTE" HANNO RECENTEMENTE PRESENTATO ALCUNI CAMBIAMENTI: IL NOME UNICO, QUELLO DI MADONNA DI CAMPIGLIO, LA NUOVA IDENTITÀ VISIVA E UN'EXPERIENCE STRATEGY RINNOVATA, NATI DA UNA COLLABORAZIONE CON LA BRAND CONSULTANCY INTERBRAND.

L'ambito turistico del Trentino occidentale che si estende dalle Dolomiti di Brenta al lago d'Idro ha, da giugno 2021, un **nome unico** e una **nuova identità** visiva, rappresentativi di un place brand che ha in **Madonna di Campiglio** il suo motore e nell'estesa cornice di luoghi attorno un mosaico di risorse, unico e particolare, capace di farsi notare da nuovi e sempre più segmentati target di ospiti. L'Azienda per il Turismo Madonna di Campiglio ha voluto questo cambiamento radicale rispetto al passato a seguito di un percorso di rinnovo del brand territoriale iniziato alcuni anni fa e recentemente integrato con il Piano strategico di destinazione. Per realizzare questo ambizioso progetto l'Azienda per il Turismo Madonna di Campiglio si è rivolta a **Interbrand**, società leader nella brand consultancy.

Fare di un luogo un brand è, infatti, un processo complesso che non si limita ad associare un logo a una località. Il punto di partenza del progetto realizzato da Interbrand è stata un'analisi strategica, basata su un'audit immersivo e interviste agli stakeholders. Ne è emerso un quadro di insight dettagliati che ha portato alla definizione di una traiettoria di crescita del brand e del business di Madonna di Campiglio attraverso un'experience strategy capace di coinvolgere un ampio ventaglio di interlocutori che, oltre ai residenti e ai turisti, considera anche la pubblica amministrazione e la comunità economica, italiana e internazionale. Per intraprendere questo percorso era però necessario far sì che le molte identità del territorio condividesse la stessa ambizione: valorizzare il patrimonio naturale del contesto con un approccio sostenibile e dare rilevanza all'anima italiana del luogo attraverso un'offerta culturale di qualità. Ciò è possibile solo comunicando in modo univoco e coerente, a partire da un'identità visiva distintiva. Interbrand ha tradotto questa necessità in un'immagine coordinata, a partire dal logo, che porta in sé i valori e dell'ambito turistico e delle componenti turistiche territoriali. Il nuovo logo, in discontinuità rispetto a quello precedente, storico, ha un design d'**alta gamma**, coerente con il minimalismo della **contemporaneità** ed è composto da due elementi: il **simbolo a forma di "M"** e il **logotipo "Madonna di Campiglio"**. La rinnovata identità è sintetizzata in un **segno grafico forte ed essenziale**. Le due montagne rappresentate nella "M" simboleggiano, in coerenza con l'attuale

evoluzione strategica di destinazione (la montagna vive tutto l'anno e le sue peculiarità sono un'opportunità per rivolgersi, in modo verticale, a ben definiti target di ospiti, già presenti o potenziali, appartenenti al contesto internazionale), il **punto d'incontro** tra le maestose Dolomiti di Brenta e le solide Alpi dell'Adamello-Presanella, richiamano la montagna in una delle sue più straordinarie espressioni e sottolineano una territorialità ampia dove la **bellezza nasce dalla convergenza di opposti**. Il logo risponde così alla sfida del Piano strategico di «passare da un **logo riconoscibile a un brand fatto di contenuti**, lavorando su molteplici prodotti e raccontando innumerevoli storie, grazie alle persone che lo "animano". Il territorio è ampio e variegato e va interpretato lavorando su posizionamenti multipli, perché diversi sono i prodotti e quindi le persone alle quali ci rivolgiamo», spiega il Direttore di Apt **Matteo Bonapace**. «Il processo di creazione di un place-brand è una delle sfide più interessanti del branding, in virtù degli obiettivi di natura sociale, economica e culturale con cui questi progetti nascono», afferma **Lidi Grimaldi**, Managing Director di Interbrand, aggiungendo che «con la definizione del nuovo brand, Madonna di Campiglio ha intrapreso un percorso di crescita che si basa su una visione chiara e univoca espressa attraverso un linguaggio visivo ed esperienze coerenti, capaci di coinvolgere i propri stakeholders sia sul territorio locale, ma anche sul fronte nazionale e internazionale».

IL NUOVO LOGO.

Il nuovo logo è una "M" dal design contemporaneo che esprime l'identità fortemente legata alla montagna di questo territorio luogo d'incontro tra due straordinari gioielli della natura: il massiccio granitico dell'Adamello-Presanella, con il

ghiacciaio più esteso d'Italia, e le Dolomiti di Brenta Patrimonio dell'Umanità. Segno grafico e logotipo valorizzano la centralità di Madonna di Campiglio e, allo stesso tempo, parlano di tutto il territorio e delle sue diverse anime.

THE NEW LOGO.

The new logo is an 'M' in a contemporary design that expresses an identity that is heavily linked to the mountain of this meeting place between two extraordinary natural gems: the granite massif of Adamello-Presanella, site of the largest glacier

in Italy, and the Brenta Dolomites, a UNESCO world heritage site. The graphic design and logotype enhance the centrality of Madonna di Campiglio and, at the same time, speak of the entire region and its different characteristics.

A SINGLE NAME AND A NEW VISUAL IDENTITY CREATED BY INTERBRAND

Madonna di Campiglio and the tourist area that makes up the 'crown jewel' have recently gone through some changes: a single name - Madonna di Campiglio - a new visual identity and an updated experience strategy, born of the collaboration with the branding consultancy Interbrand.

The tourist area in western Trentino that stretches from the Brenta Dolomites to Lake Idro has, from June 2021, a single name and a new visual identity, representative of a brand location that has Madonna di Campiglio as its beating heart and, in its widespread surroundings, a mosaic of unique and distinctive resources capable of making a name for itself with a new and increasingly segmented guest target market.

The Madonna di Campiglio tourist board (APT) wanted this radical break with the past following a regional rebranding that began some time ago and which was recently integrated into the Strategic destination plan. In order



Il nuovo logo, immagine di un ambito rinnovato, strumento per un posizionamento più preciso e un coinvolgimento più esteso, "firma" il nuovo storytelling di destinazione finalizzato a rafforzare un'identità di brand che si differenzi dai competitors e sia facilmente riconoscibile dagli ospiti da conquistare. Racconteremo al mondo, anche attraverso le nuove brand experiences recentemente ideate, che qui, a Madonna di Campiglio e nelle terre alte che si adagiano attorno ad essa, "grandi cose accadono, dove le montagne si incontrano".

INTERBRAND?

Da più di 45 anni Interbrand è leader mondiale nella brand consultancy, pioniera di progetti iconici che hanno contribuito a creare molti degli strumenti di branding diventati standard di settore. Fanno parte di Interbrand Group: Interbrand, leader nella brand consultancy, la customer agency globale C Space, il sito di brand news Brandchannel, premiato con il Webby Award, il podcast sulla customer centricity Outside In e due realtà dedicate al settore sanitario, Interbrand Health e C Space Health. Interbrand Group si avvale di oltre 800 esperti di brand, creatività, insight e innovazione in tutto il mondo.

In un'epoca di abbondanza di scelta e di innovazione, le aspettative dei consumatori crescono a una velocità superiore a quella delle aziende. In questo contesto è necessario intraprendere mosse coraggiose, in grado di cambiare lo scenario competitivo catturando l'immaginazione delle persone; è ciò che in Interbrand definiamo "Iconic Moves". Aiutiamo i nostri clienti a rafforzare i loro brand: il nostro approccio dà loro la fiducia per realizzare quelle Iconic Moves capaci di generare desiderio, utilità e margini nel lungo periodo.

Per maggiori informazioni: www.interbrand.com

Interbrand has been a leading worldwide branding consultancy for more than 45 years, a pioneer of iconic projects that have contributed to creating many of the rebranding tools that have become industry standard. The Interbrand Group is made up of: Interbrand, the leading branding consultancy; global customer agency C Space; brand news website and recipient of the Webby award Brandchannel; customer centricity podcast Outside In; and two businesses dedicated to the healthcare sector, Interbrand Health and C Space Health. The Interbrand Group employs more than 800 brand, insight, and innovation

experts throughout the world. In a time when we are spoilt for choice and innovation, consumer expectations are growing at a rate faster than businesses can keep up with. In this context, it is necessary to make bold moves that are able to change the competitive landscape by capturing people's imagination; this is what we at Interbrand call 'Iconic Moves'. We help our clients to strengthen their brand: our approach gives them the confidence to make these Iconic Moves that are capable of generating desire, utility and margins in the long term.

For more information, please go to www.interbrand.com



Alcuni esempi del nuovo logo integrato negli strumenti di comunicazione.

Some examples of the new logo integrated into communication tools.

to achieve this ambitious project, the Madonna di Campiglio Tourist Board turned to leading branding consultancy Interbrand. Branding a place is, in truth, a complex process that is not just limited to associating a logo with a location. The jumping off point for Interbrand's project was a strategic analysis based on an immersive audit and interviews with stakeholders. From this, a framework of detailed insights emerged, which led to the defining of a growth trajectory for the brand and the businesses of Madonna di Campiglio through an experience strategy that involved a range of parties. In addition to residents

*and tourists, this experience strategy also considered both Italian and international public authorities and the economic community. In order to embark on this journey, it was therefore necessary to make the many identities of the region share the same ambition: that of promoting the natural heritage of the area through a sustainable approach and to emphasise the Italian spirit of the location through a high-quality cultural offering. This is only possible by cohesive and coherent communication, starting with a distinctive visual identity. Interbrand translated this need into a coordinated image, beginning with the logo, which itself bears the values of the towns that make up the tourist area and the touristic elements of the region. The new logo, in a departure from the much-used previous one, has a **high-end** design that is consistent with **contemporary** minimalism and consists of two elements: the **'M'-shaped symbol** and the **'Madonna di Campiglio' logotype.***

*The rebranding is summarised in a **strong and minimalist graphic design.** The two mountains represented in the 'M' symbolise, consistent with the current strategic destination*

*development (the mountain is alive throughout the year and its unique characteristics are an opportunity to vertically address well-defined visitor target markets, present or potential, in an international context), **the meeting point** between the majestic Brenta Dolomites and the imposing Adamello-Presanella Alps, and bring to mind the extraordinary mountain scenery, emphasising the wide-ranging local identity where **beauty is found in the coming together of opposites.** The logo therefore meets the challenge thrown down by the Strategic Plan to "move from a **recognisable logo to a content-based brand**, working together with a variety of products and telling a variety of stories, thanks to those who bring it to life. The region is vast and varied and must be interpreted from a range of perspectives, because the offering is as diverse as the people we are addressing," explains the manager of the tourist board, **Matteo Bonapace.** According to **Lidi Grimaldi**, Interbrand Managing Director, "The process of creating a place brand is one of the most interesting challenges in branding, given the social, economic and cultural objectives behind this type of project." She adds that "With the definition of the new brand, Madonna di Campiglio has embarked upon a journey of growth that is based on a clear and unambiguous vision expressed through a visual language and consistent experiences capable of involving stakeholders on local, national and international levels."*

The new logo is an image of a rejuvenated tourist area, a tool that allows for more precise positioning and more widespread engagement, and puts its signature to the new storytelling about this destination aimed at strengthening a brand identity that stands out from its competitors and is easily recognisable to the target market. We will tell the world, including through the recently conceived new brand experiences, that here in Madonna di Campiglio and the surrounding highlands, 'great things happen, where the mountains meet'.

STUFE COLLIZZOLLI: SIMBOLO DELL'ECCELLENZA MADE IN ITALY

di/by ALBERTA VOLTOLINI
photo MARCO VAROLI

NELLE PIEGHE
DELLA MONTAGNA,
LONTANO
DALL'ATTIVISMO E
DALLE OPPORTUNITÀ
DELLE GRANDI CITTÀ,
SI INSEGUONO SOGNI
E SI CONCRETIZZANO
GRANDI IMPRESE.

“Realizziamo stufe interamente fatte a mano. Ogni settimana ne nasce una nuova, unica e personalizzata”.

Eros Collizzolli



Particolari del laboratorio.
Workshop details.

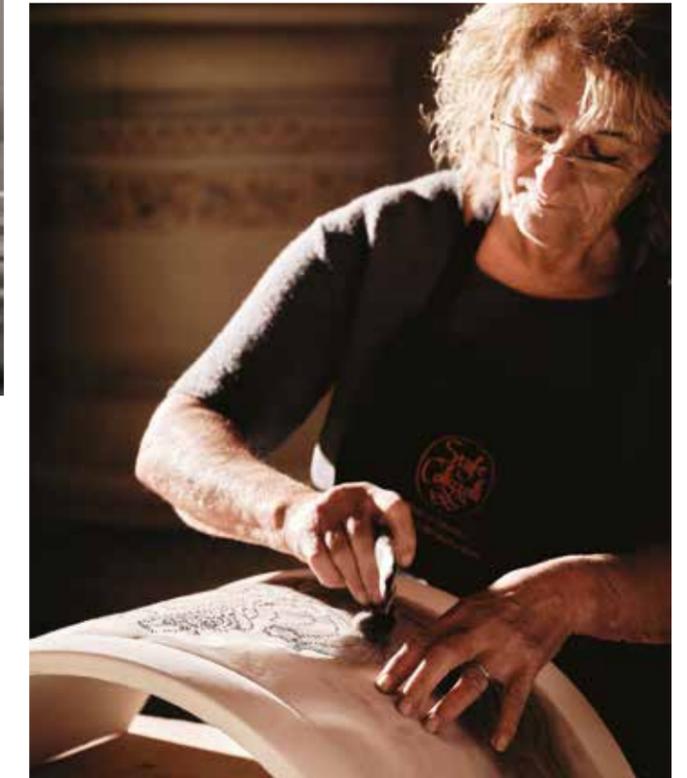


“Our stoves are entirely handmade. A new unique and personalised stove is created every week.”.

Eros Collizzolli

Le mani “d’oro” di Gemma durante l’esecuzione di un disegno.

The ‘magic’ hands of Gemma as she draws.



Cento per cento fatte a mano, in Italia, nel piccolo paese di Bolbeno, comune di Borgo Lares. Prodotto di eccellenza, esempio dell’artigianalità italiana conosciuta e apprezzata in tutto il mondo, le creazioni Collizzolli sono stufe-gioiello che vestono gli ambienti di un’eleganza senza tempo e scaldano non solo la casa, ma anche i cuori di chi la abita. A pochi chilometri da Madonna di Campiglio, nel laboratorio che è, allo stesso tempo, officina di ingegnosità e atelier d’arte, nasce una nuova stufa, unica e personalizzata, ogni settimana. Ciascun esemplare sboccia coltivato dalle mani amorevoli di abili artigiani, nutrito di esperienza, cura per i dettagli e attenzione verso il committente, la sua personalità e le sue esigenze. Per questo motivo nessuna stufa è uguale all’altra. Parlare di stufe Collizzolli è raccontare un’avventura imprenditoriale che è anche la storia di una famiglia. Gemma, la mamma artista, che scopre il dono della creatività e lo alimenta con costanza e

dedizione, anche quando la vita la porta a percorrere altre vie. Dario, il papà geniale che vede lontano e insegue sogni. Eros e Gabriele, i figli appassionati ed entusiasti che scelgono di seguire le orme paterne e accompagnare l’azienda nel nuovo millennio, denso di sfide e prove inattese. Insieme a loro Paolo Rivani, il collaboratore che da quattordici anni è presenza irrinunciabile nelle varie fasi che scandiscono la produzione. Visitare il laboratorio di Bolbeno suscita lo stesso stupore che provano i bambini di fronte alle novità. È un mondo fatto di gesti, quelli sapienti dell’artigiano, e di parole, quelle gentili di chi sa cogliere il valore della vita e dell’impegno quotidiano. Gli spazi sono colmi di oggetti e attrezzi disposti in un disordine che è solo apparente. Ognuno di essi ha il suo posto e insieme compongono un quadro armonioso. Varcato l’ingresso, sulla destra, sono in mostra alcune stufe finite mentre a sinistra l’occhio è attirato da una sequenza di maioliche variopinte. Colori e pennelli pronti all’uso sono

posizionati in una vetrinetta mentre in grandi cassetti sono conservati i disegni per le decorazioni. Gemma, al centro, è al lavoro. Sta mescolando terre e polveri per ottenere il colore con la sfumatura desiderata. Poi, con delicatezza, fa scivolare il pennello sulla maiolica che in pochi minuti impreziosisce con una decorazione semplice, ma d’effetto. Numerosi sono i disegni che possono personalizzare la stufa. A secondo del gusto indicato dal cliente, la maiolica presenterà un motivo moderno oppure antico, un decoro inciso oppure un bassorilievo, potrà essere essenziale oppure abbellita in modo complesso come lo erano, un tempo, le stufe presenti nelle case contadine e nelle abitazioni signorili del Trentino e dell’Alto Adige. In un altro ambiente, Eros Collizzolli ci mostra le sue mani all’opera nella modellazione e lisciatura dell’argilla all’interno degli stampi. L’operazione avviene su un grande tavolo da lavoro, in tonalite della Val Genova.

STUFE COLLIZZOLLI: A SYMBOL OF MADE IN ITALY QUALITY

In the folds of the mountains, far from the hustle and bustle and the opportunities of the big cities, dreams are followed and successful businesses built.

100% handmade in Italy, in the tiny village of Bolbeno in the municipality of Borgo Lares. A product of excellence, an example of Italian craftsmanship popular around the world, the timeless elegance of a Collizzolli stove enhances any space, warming not just the home, but also the hearts of those who live there.

Just a few kilometres from Madonna di Campiglio, a new stove is created each week, unique and personalised, in the studio that is at once a workshop of ingenuity and designer store. Each piece comes to life, cultivated by the loving hands of skilful craftsmen and women, nurtured by experience, attention to both detail and to the customer, in terms of their personality and needs. It is for this reason that no two stoves are the same. To speak about Stufe Collizzolli is to tell a story of an entrepreneurial adventure that is also the story of a family. Gemma, the artist mother, who discovers the gift of creativity and nourishes it constantly

and with dedication, even when life leads her down other roads. Dario, the brilliant father, his far-sighted vision, a follower of dreams. Eros and Gabriele, their passionate and enthusiastic sons who chose to follow in their father’s footsteps and see the business into the new millennium, meeting its many challenges and unexpected tests. Together with Paolo Rivani, who has been overseeing the various stages of production for fourteen years. Visiting their Bolbeno workshop arouses the same amazement a child feels in the face of something new. This is a world made of the wise gestures of an expert craftsman and the kind

“Le stufe che realizziamo sono artigianali e vengono create insieme al cliente. Ogni passo del progetto passa dall’ascolto del committente”.

Gabriele Collizzolli

Eros lavora l’argilla modellandola nello stampo.

Eros works the clay, shaping it in the mould.

Gabriele apre il forno raffreddato ed estrae le maioliche in argilla smaltata pronte per l’assemblaggio.

Gabriele opens the cold oven and removes the glazed majolica, ready for assembly.



“Our stoves are handmade and created together with the customer. Each step of the design comes from listening to the customer.”

Gabriele Collizzolli



Posizionato all’interno del laboratorio prima che venisse concluso, è una delle invenzioni di Dario. Sulla sua superficie, levigata e livellata alla perfezione, nascono e si provano i vari elementi che compongono la stufa. Se i pezzi superano la prova del tavolo, è garantito che sono corretti e potranno essere installati ovunque. Una tramoggia che priva l’argilla dell’aria e un forno per la cottura delle maioliche che raggiunge i 1.000 gradi, sono gli unici macchinari ammessi nel laboratorio Stufe Collizzolli. Il resto è ingegno, saper fare, ricerca della perfezione, tenacia, e amore per un lavoro che va oltre le difficoltà dei tempi e le regole del mercato.

words of those who know how to seize the value of life and daily commitment. Spaces are filled with objects and tools arranged in a seemingly haphazard manner. Yet everything has its place and together, they make up a harmonious picture. Walking through the entrance, on the right, some completed stoves are on display, while on the left, the eye is drawn to a sequence of colourful majolica. Colours and brushes, waiting to be used, are placed in a display cabinet, while the designs for decorations are kept in large drawers. Gemma is at work in the middle of this. She is mixing earth and powder to achieve the desired shade.

Then, she delicately glides the brush over the majolica, which, in just a few minutes is decorated with a simple, yet effective, design. There are numerous designs to personalise stoves. Depending on the customer’s taste, majolica can feature a modern or an old motif, an engraved decoration or a bas-relief, it can be simple or have a complex design like the stoves once found in the homes of peasants and the noble dwellings of Trentino and South Tyrol. In another area, Eros Collizzolli lets us see his hands at work as he shapes and smooths the clay within the moulds. He does this on a large Val Genova tonalite workbench. One of Dario’s creations was

placed within the workshop before it was completed. Smoothed and levelled to perfection on the surfaces, the various elements that make up a stove are created and tested. Pieces that pass the ‘bench test’ are guaranteed to be correct and can be installed anywhere. A hopper that deprives the clay of air and an oven that can reach 1000 degrees for baking the majolica are the only machinery permitted in Stufe Collizzolli’s workshop. The rest is ingenuity, know-how, the pursuit of perfection, tenacity, and love for a work that goes beyond the difficulties of the times and market rules.



“In ogni decorazione ci metto il cuore. Mia figlia Mariacristina dice che pensare un disegno è come meditare”.

Gemma

Partiamo dall'inizio. Quando inizia la storia di Stufe Collizzolli?

DARIO: “Andiamo indietro di molti anni a quando ero un ragazzino. Il primo lavoro che ho fatto è stato da “uomo di fatica”. Portavo i mattoni da malta per un artigiano che realizzava stufe. Poi ho fatto il muratore, ma la passione per le stufe mi è rimasta dentro e ho cominciato a costruirne su richiesta. All'inizio, tra gli alti e bassi del mercato, acquistavo le ceramiche dalle ditte di settore mentre Gemma si occupava dei disegni. Poi, alla fine degli anni Ottanta, ho deciso di progettare e creare le mie stufe, sempre con l'aiuto di Gemma e di mio fratello Simone, fino a creare la stufa che volevo. Poco a poco sono entrati nell'attività i miei figli ed è nato quello che vedete oggi. I ragazzi sono stati bravi perché mi hanno seguito senza che io gli chiedessi nulla e senza alcuna osservazione sul lavoro da parte mia. Ho lasciato che crescessero a modo loro, guardando, osservando, apprendendo. È stato un lavoro enorme. Ora non mi occupo più di nulla. Mi sono messo in parte, veramente”.

Nei vostri prodotti si leggono elementi della tradizione, ma anche innovazione e genialità...

DARIO: “Io dico sempre che mi sono fatto un grande mazzo e che ho visto un po' più in là di quello che pensavo di riuscire a vedere. Ho fatto alcune cose e ideato piccole novità che mi hanno stupito. Le consideravo provvisorie, invece la maggior parte non ha più avuto bisogno di ritocchi o cambiamenti e funziona che è una meraviglia ancora oggi”.

Come promuovete la vostra azienda? Quali sono i mercati ai quali vi rivolgete?

DARIO: “La nostra azienda è piccola e si trova in un posto piccolo. Inoltre, una stufa Collizzolli, una volta costruita dura generazioni e, come conseguenza, il mercato si satura. La visibilità attraverso i nuovi mezzi di comunicazione e internet, come mi dicono i miei figli, aiuta nel farci conoscere anche lontano da Bolbeno. Oggi le nostre stufe sono in tutta Italia e sono arrivate anche oltre oceano, fino a Boston”.

Quali sono le principali fasi produttive che portano alla nascita di una vostra stufa?

GABRIELE: “Produciamo stufe artigianali insieme al cliente. Il committente ci contatta, ci parla della sua casa, delle questioni termiche e, insieme, creiamo la stufa perfetta per l'ambiente al quale è destinata. Dopo il sopralluogo, la fase di studio e il progetto vero e proprio, le ceramiche sono realizzate senza l'utilizzo di alcuna macchina. Create a partire dall'argilla, una a una sono prima battute a mano in stampi di gesso poi, il giorno seguente, vengono

spatolate, lisiate e rovesciate. Fatta questa operazione il tutto deve asciugare per circa 8 settimane prima di passare alle fasi successive. Creare una stufa è un lungo lavoro che dura dai 3 ai 4 mesi e richiede l'impiego di 300/350 ore. Infine, quando i singoli pezzi escono dal forno, la stufa è pronta per essere montata nel tempo di 1 o 2 giorni. In un secondo momento ritorneremo nella casa dove l'abbiamo installata per fare il collaudo”.

La decorazione è forse il passaggio che esprime di più la personalità della stufa. Ci può raccontare il suo ruolo?

GEMMA: “Il mio non è solo un lavoro, è un dono, qualcosa di creativo che mi gratifica. La cosa più importante è capire ciò che desidera il cliente, cercare e trovare una sintonia con il committente, in modo poi da poterlo accontentare, rispondendo al suo gusto oltre che all'ambiente dove sarà posizionata la stufa. Non ci sarà mai nessuno che dirà: “Oh, guarda come è bella la tua stufa”. Tutti diranno: “La mia è

più bella”, ma semplicemente perché fatta come desiderata”.

Quando ha scoperto il suo talento?

GEMMA: “Da piccola ho sempre disegnato e dipinto e negli anni ho portato avanti questo dono che è, allo stesso tempo, un'esigenza. Anche mentre facevo altro, non ho mai smesso di disegnare o dipingere. Per me è un'espressione di una parte di me stessa, è importante”.

I prodotti che realizzate sono qualcosa in più di splendidi oggetti Made in Italy, raccontano la vostra storia...

GEMMA: “Sì, è vero. La creazione in laboratorio è lunga e richiede molto impegno. C'è molto di noi nelle stufe che realizziamo e qualche volta si fa fatica a lasciarle andare”.

“I put my heart into every design. My daughter Mariacristina says that thinking of a design is like meditating.”

Gemma

Let's start at the beginning. When did the story of Stufe Collizzolli begin?

DARIO: “We go back many years, to when I was a boy. The first job I had was as a handyman. I used to carry bricks and mortar for a craftsman who made stoves. Then I was a builder, but the passion for stoves never left me and I began making them to order. At the start, between the ups and downs of the market, I bought ceramics from businesses in the industry while Gemma handled the designs. Then, in the late 1980s, I decided to design and create my own stoves, still with the help of Gemma and my brother, Simone, until I had created the stove that I wanted. My children gradually came into the business and the

company you see today was born. My children were great because they followed without me asking them for anything and without me having to observe their work. I left them to develop in their own way, watching, observing and learning. It was a huge task. I don't do anything anymore. I'm no longer a part of it, really.”

Traditional elements as well as innovation and ingenuity can be seen in your products...

DARIO: “I always say that I worked really hard and that I saw a little further than I thought I could see. I have done some small innovations that surprised me. I considered them temporary, but most did not need any adjustments or changes and it's a wonder that they are still working today.”

STUFE COLLIZZOLLI
Via S. Antonio, 16
38079 Bolbeno (Tn)
T. +39 0465 321797
www.stufecollizzolli.it
info@stufecollizzolli.it

“In testa avevo un sogno e come i veri sogni non ti lasciano mai. Volevo far rivivere le vecchie stufe a olle che per centinaia di anni hanno riscaldato e ascoltato i racconti dei nostri nonni ormai persi nel tempo”.

Dario Collizzolli

Dario Collizzolli, il fondatore di “Stufe Collizzolli”, racconta la sua storia e quella della sua famiglia-impresa. Dario Collizzolli tells his story and that of the family business.



“In my head I had a dream, and like all true dreams, they never leave you. I wanted to revive the old ‘olle’ stoves that heated and listened to the stories of our grandparents for hundreds of years, that have now been lost in time.”

Dario Collizzolli

When did you discover your talent?

GEMMA: “I’ve always drawn and painted, ever since I was a little girl, and over the years I have developed this talent which is, at the same time, a need. Even when I was doing other things, I never stopped drawing or painting. For me, it’s an expression of a part of myself, it’s important.”

The products that you make are something more than stunning ‘Made in Italy’ pieces, they tell your story...

GEMMA: “Yes, that’s true. Creating something in the workshop takes a long time and requires a lot of commitment. We put a lot of ourselves into our stoves and sometimes it is hard to let them go.”

How do you promote your business? What markets do you focus on?

DARIO: “We are a small business in a small place. Also, a Collizzolli stove will last for generations and, as a result, the market is saturated. Visibility via the new methods of communications and the Internet, as my children tell me, helps to get your name out there even a long way from Bolbeno. Today, our stoves are all over Italy and even across the ocean, as far away as Boston.”

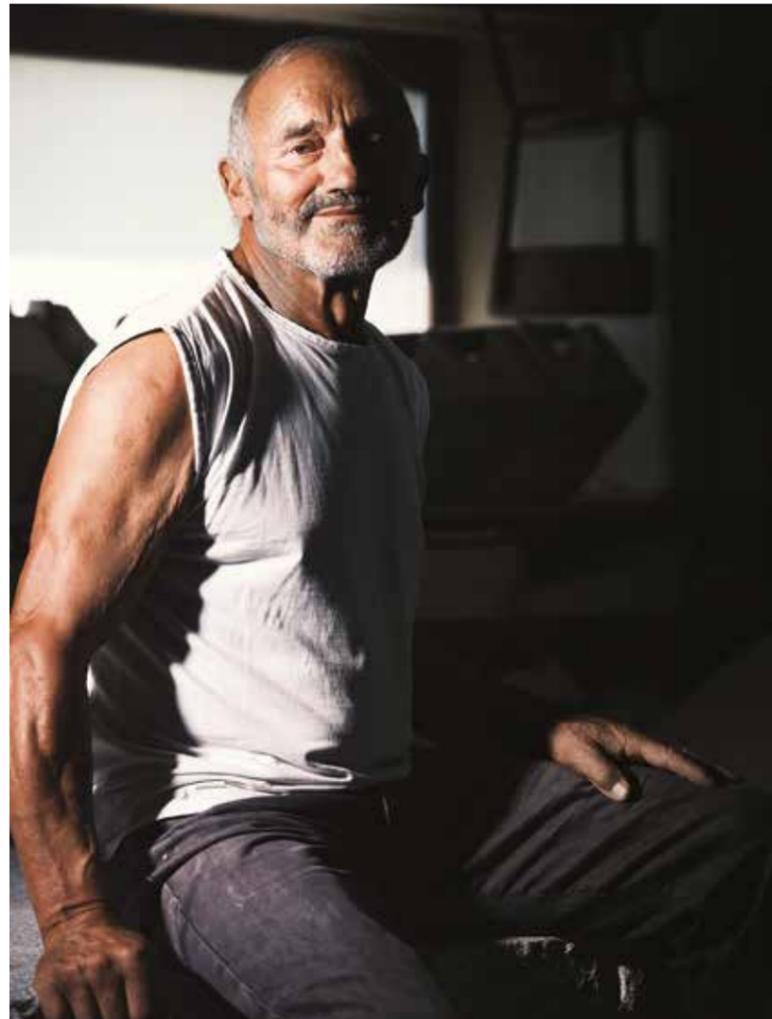
What are the main stages of production required to create one of your stoves?

GABRIELE: “We manufacture handmade stoves together with the customer. The buyer contacts us, we talk about their house, thermal factors and, together, we create the perfect stove for its intended environment. After inspection, the research phase and the actual design, the ceramics are made without the use of any machinery. Created from clay, one by one they are first manually hammered in plaster moulds, then the next day, they

are spatulated, smoothed and turned. Once this is completed, everything must dry for about 8 weeks before moving on to the next stage. Creating a stove is a long process that takes 3 to 4 months and requires between 300 and 350 hours. Finally, when the individual pieces come out of the oven, the stove is ready to be assembled within 1 or 2 days. We will return to the house where it is installed for testing at a later date.”

Decoration is perhaps the stage that most expresses the stove’s personality. Can you tell us about your role?

GEMMA: “My role is more than a job, it is a gift, something creative that makes me happy. The most important thing is to understand what the customer wants, to try to find a chemistry with the customer so that we can make them happy, in line with their taste as well as with the environment in which the stove is to be installed. There will never be anyone who says, ‘Oh, look how lovely your stove is’. Everyone will say, ‘Mine is more beautiful’, but only because it has been made how they wanted.”



Nel laboratorio di Stufe Collizzolli si realizzano stufe in ceramica, stufe a legna, stufe a olle e stufe in maiolica tutte fatte a mano. Tradizionalmente a legna, oggi le stufe possono essere realizzate anche con alimentazione elettrica, ideale in seconde case e in città. Ogni progetto nasce dalla collaborazione diretta con il cliente e ha un design personalizzato. Forme, decori e colori possono ispirarsi alle antiche stufe di tradizione alpina, ricche di dettagli (note a molti sono quelle con sfondo di colore verde e rilievi in bianco, prodotte tra la fine del Settecento e la metà dell’Ottocento), oppure ad uno stile minimale e contemporaneo. Tutte, però, hanno in comune l’ingegno Collizzolli e un calore diffuso che profuma di legno e armonia.

Segui i social @campigliodolomiti e visita campigliodolomiti.it per scoprire il video realizzato da Marco Varoli presso il laboratorio Stufe Collizzolli e altri contenuti aggiuntivi.

Handmade ceramic stoves, wood burning stoves, ‘olle’ stoves and majolica stoves are all built in the Stufe Collizzolli workshop. Generally wood burning, stoves can also be electric. Each project comes from direct collaboration with the customer and has a personalised design. Shapes, decorations and colours may be inspired by the heavily detailed traditional Alpine stoves (those with a green background and white reliefs produced between the end of the 18th and the mid-19th centuries are familiar to many), or by a more contemporary minimalist style. All, however, share Collizzolli’s ingenuity and a widespread warmth that bears the scent of wood and harmony.

Follow us on social media @campigliodolomiti and visit campigliodolomiti.it to see the video made by Marco Varoli at the Stufe Collizzolli workshop, as well as other additional content.





1 Washington Dee-Cee

Come essere alla moda questo inverno? C'è sempre l'occasione giusta per esprimere un po' di **self made style**, ma non è possibile sottrarsi ad alcune regole base e tendenze che ti salveranno da crisi di panico, **fashion faux pas**, o dalla situazione di «un armadio pieno di vestiti e niente da mettere», come diceva la nostra amica Carrie Bradshaw.

Dunque, sia che si tratti di una passeggiata stile "Greenwich Village" per le vie e le piazze di una delle destinazioni alpine più in voga di quest'inverno, o che sia in occasione di una cena in un locale **mountain chic** o in baita da amici, o ancora semplicemente perché oggi ti vuoi sentire più cool del solito, ecco il manuale di stile per questo inverno da adottare in montagna, in città, in vacanza, al lavoro.

1. Se sei un tipo **casual-chic** il must have di questa stagione è il blazer, un capo di carattere che mixa i codici del guardaroba femminile e maschile. Come portarlo? Abbina il rigore di questo capo classico - in lana o tweed - alla dinamicità di una sneaker o di uno stivale, indossalo insieme ad una dolcevita oppure una t-shirt e matcha il tutto con una borsa preferibilmente in pelle. Da indossare nelle giornate in cui ti senti particolarmente confident e **radical chic**.

2. **Stile Bohème**: azzarda un po' con capi audaci, scegliendo una versione di te un po' hippie. Jeans a zampa anni '70, abbinato ad una camicia romantica con stampa floreale, un cappotto con le frange o con lavorazione patchwork. Esagera con un accessorio (sciarpina o coprispalla) eco-fur, il più sfrangiato possibile, o un cestino alla Jane Birkin. Un ensemble a tratti drammatici o nostalgici, con toni gitani e scapigliati, da osare nelle giornate in cui ti senti indemodabile.

3. **Sportswear**: sei uno spirito libero? Lo sportswear si fa retrò: dal piumino (che questo inverno deve essere particolarmente gonfio in stile spedizione sull'Himalaya) ai pantaloni, è un attimo. Se parliamo di settimana bianca, quest'anno si torna "in pista" con un total look trapuntato *après-ski*. Per un look *sporty glam*, in montagna ma anche in città. Cosa dire del denim: sia che tu sia un tipo da jeans modello high-waisted Levi's 501 in pieno stile Winona Ryder oppure da oversized l'importante è abbandonare lo skinny, che questo inverno è OUT; IN invece per baggy e wide-leg jeans e vita alta. Da vestire nel tuo mood particolarmente avventuriero e quando senti un particolare pizzicore da "astinenza da settimana bianca".

4. **Working girl**: una vera e propria metamorfosi del tradizionale abito da lavoro femminile, che cambia ambientazione e si ritrova in jumpsuit total dark denim, obbligatoriamente intero. Tutto è fluido, la parola d'ordine è Donna, ma anche contaminazione e inclusione. Un look da indossare consapevolmente.

LEZIONI DI STILE: COME PORTARE I CAPI ICONICI DELL'INVERNO.

di/by Sara & Frida

LESSONS IN STYLE: ICONIC WINTER FASHION IDEAS.

How to keep up with fashion this winter? There's always a right time to express a little self made style, but there are some basic rules that should be followed to save you from panic attacks, **fashion faux pas**, or from those situations where you have a 'wardrobe full of clothes, but nothing to wear', as our friend Carrie Bradshaw says. So, whether it's a 'Greenwich Village'-style look for a stroll through the streets and piazzas of one of this winter's more fashionable alpine destinations, a dinner in a **mountain-chic** restaurant or in a cabin with friends, or simply because you want to feel cooler than usual today, here is this winter's style guide for the mountains, the city, on holiday or at work.

1. For a **casual-chic** look, a blazer is this season's must-have, a characterful garment that smoothly blends male and female wardrobes. How to wear it? Combine the restraint of this classic garment - in wool or tweed - with the dynamism of trainers or boots, wear it with a polo-neck or a T-shirt, and ideally match the whole



2 Magali Pascal



2 Magali Pascal

ensemble with a leather bag. For those days when you want a particularly confident and radical chic look.

2. **Bohemian style**: take a risk with bold garments by choosing a slightly hippie version of yourself. 70s-style flared jeans, blended with a romantic shirt with floral print and a tasselled or patchwork overcoat. Embellish with an eco-fur accessory (scarf or shawl), the more frayed the better, or a basket bag à la Jane Birkin. A dramatic or nostalgic ensemble, with gypsy, shabby-

chic tones, for those days when you feel timeless.

3. **Sportswear**: are you a free spirit? Sportswear is going retro: from the quilted jacket (which should be particularly puffy this winter, in a Himalayan expedition style), to trousers, it's a moment in time. For a week in the snow, get back to the slopes with a complete quilted, *après-ski* look. For a sporty-glam look in the mountains, but also in the city. What can we say about denim? Whether it's a full Winona Ryder-style high-waisted Levi's 501s jeans look, or oversized, the important thing is to leave skinny fit on the peg, which is OUT this winter; Instead, baggy, wide-leg and high-waisted jeans are IN.

To be worn when you are in a particularly adventurous mood, and when you are feeling that tingling sensation for a week in the snow.

4. **Working girl**: a genuine metamorphosis from traditional women's working clothes, for the woman who is changing the setting and finds herself in an all-in-one dark denim jumpsuit. Everything flows, the word of the day is Woman, but also fusion and inclusivity. To be worn knowingly.



4 Magali Pascal

3 Moncler Collection Woman FW21

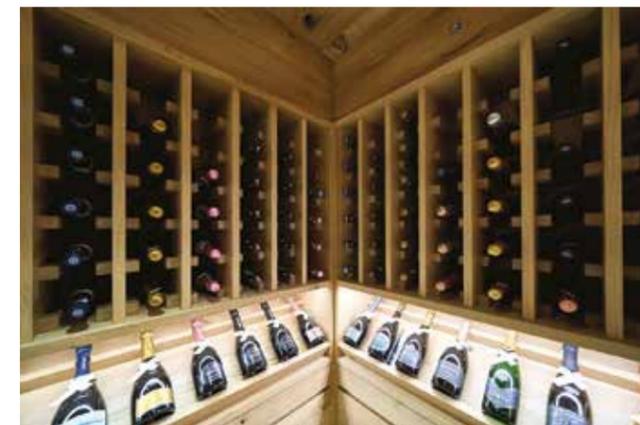
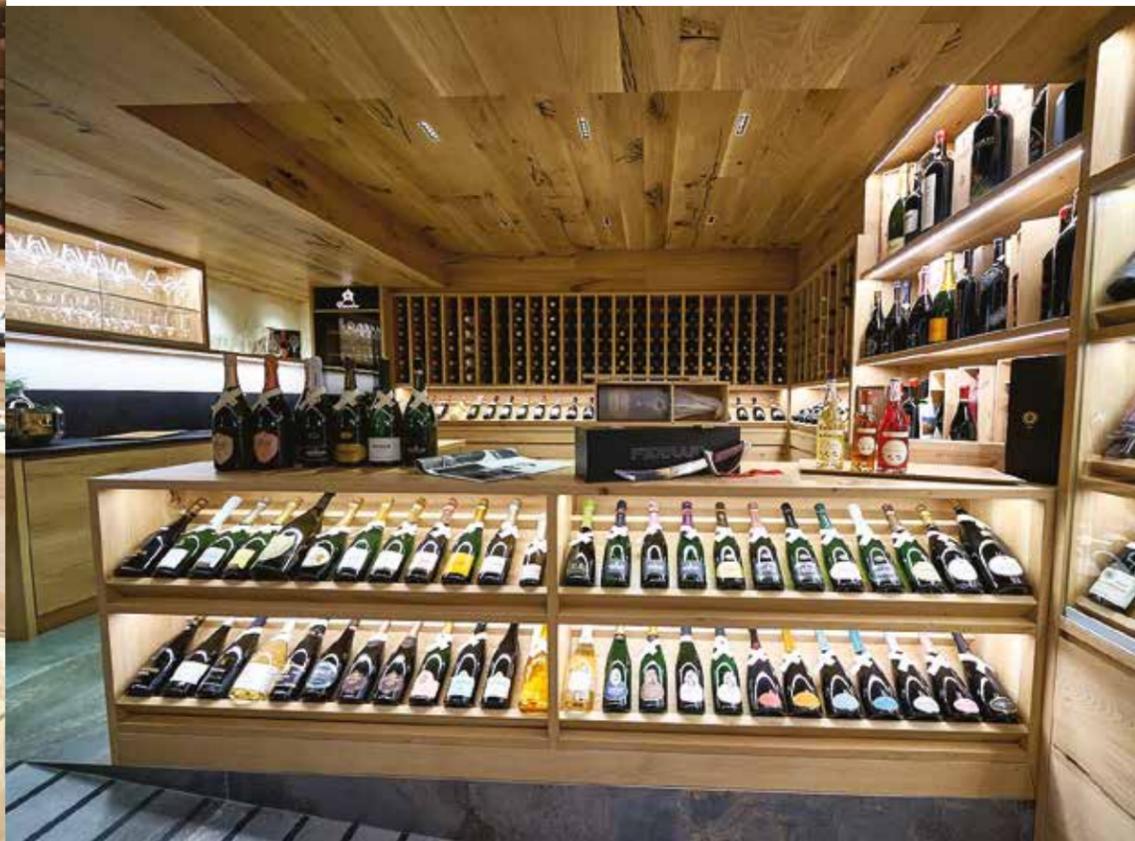
GENTE D'IMPRESA

BUSINESSPEOPLE

di/by ALBERTA VOLTOLINI

DALLA CULTURA DEL CIBO ALLA SOSTENIBILITÀ CERTIFICATA FINO AL DESIGN. QUANTI TRAGUARDI, SUCCESSI E SORPRESE NELLA NOSTRA DESTINAZIONE.

FROM FOOD CULTURE TO CERTIFIED SUSTAINABILITY, TO DESIGN. THE MANY ACHIEVEMENTS, SUCCESSES AND SURPRISES IN OUR REGION.



Antonio Caola e il nuovo spazio di "Alimentari Caola" dedicato ai vini d'eccellenza.

Antonio Caola and the new area of 'Alimentari Caola' devoted to fine wines.

CENTO ANNI DI "ALIMENTARI CAOLA".

A Pinzolo c'è un luogo speciale che ci dimostra come l'enogastronomia sia non solo un viaggio sensoriale alla scoperta del buon vino e del buon cibo, ma un racconto, attraverso le storie dei produttori e dei prodotti, del nostro territorio. "Alimentari Caola" è una bottega storica trentina aperta nel 1921 da nonno Antonio Caola, rilevata nel 1937 dal figlio Ippolito e dalla consorte Leopoldina e oggi gestita, con immutata passione, da Antonio Caola con la moglie Alberta e la figlia Letizia. Di generazione in generazione, la bottega del gusto si è sempre evoluta e per il centesimo anniversario ha aggiunto un nuovo spazio, elegante ed esclusivo, dedicato alle bollicine, con area "Trentodoc".

Siamo nel 1921 quando il capostipite della famiglia Caola, nonno Antonio, decide, dopo un periodo di formazione presso una salumeria di Mantova, di aprire la sua bottega a Pinzolo, nella casa paterna. L'attività viene battezzata "Alimentari Caola" e si fa conoscere in fretta per essere ben fornita di ogni tipo di cibo e anche di prodotti extra alimentari. Nel 1937 c'è la prima ristrutturazione e la "butega" diventa un emporio. Poi, nel corso degli anni, Ippolito e Leopoldina seguono le orme di Antonio fino ad assumere la gestione del negozio, completamente ristrutturato all'insegna della modernità nel 1992. "Alimentari Caola" è oggi in capo alla quarta generazione della famiglia. Nonna Poldina ha raggiunto i 92 anni e spesso passa ancora in bottega,

indossando l'immancabile divisa bianca. Un giro per vedere se tutto procede al meglio e qualche presenza più fugace di un tempo nella sua cantina, il "raoft". Qui, per i clienti, prepara prelibati assaggi dei più buoni formaggi e salumi della Val Rendena e del Trentino, accompagnandoli con i racconti sui prodotti e produttori e le storie di famiglia. "La nostra chiave distintiva - spiega la famiglia Caola - è sempre stata quella di offrire la genuinità dell'enogastronomia trentina senza dimenticare una selezione del meglio della cucina italiana. Seguiamo una precisa filosofia - sottolinea Antonio - quella di valorizzare e promuovere i piccoli produttori locali, dando agli ospiti provenienti dalla città la possibilità di scoprire, attraverso le nostre proposte, le peculiarità del territorio". Buon compleanno e cento di questi giorni!

A HUNDRED YEARS OF 'ALIMENTARI CAOLA'.

There is a special place in Pinzolo that demonstrates that enogastronomy is not just a sensory journey of discovery in search of good food and wine, but also a story, told through the histories of the producers and the produce, of our region. 'Alimentari Caola' is a long-standing Trentino store, opened in 1921 by nonno Antonio Caola, taken over by his son Ippolito and his wife, Leopoldina in 1937, and today run with the same passion by Antonio Caola, his wife Alberta and their daughter Letizia. From generation to generation, this 'shop of flavours' has constantly evolved, and for its hundredth anniversary has added a new elegant and exclusive space exclusively for sparkling wine, with its

'Trentodoc' area. It was in 1921 when the head of the Caola family, nonno Antonio, decided to open his own shop in the family home in Pinzolo after a period training at a delicatessen in Mantua. The business was christened 'Alimentari Caola' and quickly became known for being well stocked with food of all types, and even non-food products. In 1937, the 'butega' was renovated for the first time, becoming an emporium. Then, over the years, Ippolito and Leopoldina followed in Antonio's footsteps, until they took over the running of the shop, completely renovating it in the name of modernity in 1992. Today, 'Alimentari Caola' is in the hands of the family's fourth generation. Nonna Poldina is 92 and still often comes into the shop in her unmistakable white

uniform. A little stroll just to see if everything is going well and some fleeting appearances in the cellar, the 'raoft'. Here, she prepares delicious treats using the best cheese and meats from Val Rendena and Trentino for her customers, serving them with stories about the produce and producers, as well as family stories. "Our unique selling point," the Caola family explain, "has always been to offer authentic food and wine from Trentino without overlooking a selection of the best Italian cuisine." "We have a precise philosophy," Antonio points out, "to highlight and promote small local producers, giving visitors from the city the opportunity to discover, through our products, the distinctive features of the region." Happy birthday and many happy returns!

È NATO IL BRAND "SIMONE PEDRETTI", TRA INNOVAZIONE E TRADIZIONE.

Sabato 2 ottobre 2021 è stata svelata la prima collezione del brand "Simone Pedretti". L'evento di presentazione si è svolto presso l'Atelier dell'artista Matteo Cavaioni, nel meraviglioso contesto della Valpolicella e con la presenza di una selezionata platea di invitati. Stiamo parlando di "LAPIS", dal latino "pietra": una serie di oggetti unici e irripetibili nel loro genere, capaci di lasciare tutti gli invitati senza parole. Disegnata dall'architetto e designer Luca Sartori, co-fondatore dello studio italiano Superluna (www.superluna.it), la collezione si ispira ai luoghi della memoria, agli oggetti e alle tradizioni della vita trentina. Questa serie di prodotti è stata creata attraverso l'utilizzo e l'enfaticizzazione di una delle pietre più rare e sconosciute al mondo: il legno pietrificato. Risalente a più di 30 milioni di anni fa, questo legno è stato sottoposto ad alcune circostanze estremamente rare e speciali che lo hanno trasformato in pietra. L'azienda, dopo lunghe e minuziose ricerche, è riuscita a trovare questo materiale solo nelle foreste tropicali indonesiane e, vista l'unicità e la complessità del legno pietrificato, il percorso di

progettazione, prototipazione e realizzazione è durato quasi due anni. L'originalità dell'idea di Luca Sartori è stata quella di dare una "nuova vita" agli oggetti della tradizione trentina, rivisitandoli in chiave contemporanea e cercando di valorizzare al massimo il legno pietrificato, grazie anche alla maestria di alcuni tra i migliori artigiani Italiani con cui l'azienda collabora. Tra gli oggetti presentati troviamo i "CIOCĀT", dal dialetto trentino "ciocchi di legno", un fantastico set di tre tavolini di cui un coffe-table, un comodino ed uno sgabello; la "TRIGA", dal dialetto trentino "trigar", una panchina per riposare, ideologicamente composta da due tronchetti in metallo e un'asse in legno pietrificato e, per concludere, la libreria "SFŌIA", la cui struttura rimanda alle sfoglie interne al tronco e quindi alla prima parte subito dopo la corteccia, più comunemente chiamata "libro". L'unione tra la passione e l'impegno hanno dato vita a quella che è la prima collezione di un giovane brand italiano di valore, che ha saputo stravolgere l'idea di creazione attraverso dettagli e sfumature sempre differenti.

www.pedrettihome.com



Simone Pedretti (in piedi) con l'architetto e designer Luca Sartori. A destra e sotto, alcuni oggetti della collezione "Lapis" e un momento dell'inaugurazione.

Simone Pedretti (standing) with architect and designer Luca Sartori. On the right right, some objects from 'Lapis' and a moment from its inauguration.



SOMEWHERE BETWEEN INNOVATION AND TRADITION, THE 'SIMONE PEDRETTI' BRAND WAS BORN.

The first 'Simone Pedretti' collection was unveiled on Saturday 2 October 2021. The event took place at the studio of artist Matteo Cavaioni, in the wonderful surroundings of Valpolicella and in the presence of a select audience of invitees. We are referring to 'LAPIS', from the Latin word for 'stone': a range of unique, one-of-a-kind objects that left all guests speechless. Designed by architect and designer Luca Sartori, co-founder of the Italian studio Superluna (www.superluna.it), the collection is inspired by places from memory, and by the objects and traditions of Trentino life. This range of products was created by using and enhancing

one of the world's rarest and most unknown stones: petrified wood. Dating back more than 30 million years, this type of wood was exposed to some extremely rare and special conditions that transformed it into stone. After long and meticulous research, the company only managed to find this material in the Indonesian rainforest and, given the unique nature and the complexity of petrified wood, the design, prototyping and production process took almost two years. The originality of Luca Sartori's idea was to give 'new life' to traditional Trentino objects, reinventing them with a modern twist and trying to bring the best out of petrified wood, thanks in no small part to the

expertise of some of the best Italian craftsmen working with the company. The objects include 'CIOCĀT', from the Trentino dialect for 'blocks of wood', a fantastic three-piece set comprising a coffee table, a nightstand and a stool; 'TRIGA', from the Trentino dialect for 'trigar', a bench on which to rest, ideologically consisting of two metal 'logs' and an axis made from petrified wood; and, completing the collection, the 'SFŌIA' bookcase, whose structure is reminiscent of the inner layers of the trunk and the first part immediately after the bark, commonly known as the 'book'. This union of passion and commitment has given life to the first collection from a young, high-value Italian brand that has

been able to revolutionise the concept of creation through details and consistently different hues.

www.pedrettihome.com



Marco Masè con lo staff dell'Hotel Bertelli.

A destra l'interno del ristorante 1 Stella Michelin "Il Gallo cedrone" e lo chef Sabino Fortunato.

Marco Masè with the staff of the Hotel Bertelli. Right, the interior of the Michelin 1 star restaurant "Il Gallo Cedrone" and chef Sabino Fortunato.



HOTEL BERTELLI: PRIMO HOTEL D'ITALIA CERTIFICATO ISO 21401.

Sostenibilità, responsabilità, attenzione alle persone e all'ambiente, rispetto per la natura e il territorio, valorizzazione dei lavoratori e delle loro competenze, impegno nel risparmiare energia e nell'utilizzo di fonti rinnovabili. Fondamenti del fare impresa sostenibile oggi che, per la famiglia Masè e l'Hotel Bertelli di Madonna di Campiglio sono un impegno quotidiano a crescere in qualità fino a diventare primo hotel d'Italia certificato ISO 21401. La certificazione attesta e garantisce la gestione sostenibile della struttura ricettiva. "La sostenibilità - spiega Marco Masè - è sempre stata il cardine del nostro operato

in quanto abbiamo sempre lavorato con l'obiettivo di dare continuità alla vita dell'azienda mantenendo un costante e attuale livello di qualità dei servizi offerti. Con questo progetto abbiamo deciso di fare un ulteriore passo avanti rendendo pubblica la nostra "Politica della sostenibilità". Si tratta di un progetto innovativo che non riguarda solamente la sostenibilità ambientale, ma anche quella sociale intesa nei termini di prendersi cura e tutelare i rapporti con clienti, dipendenti, fornitori, stakeholder locali; aspetti, questi, che sono sempre stati una priorità per noi. Abbiamo deciso di richiedere questa certificazione durante il lockdown e ci sono voluti alcuni mesi di lavoro. La certificazione è stata per noi anche un

momento di crescita e un modo di restare impegnati e per avere stimoli riguardo al futuro durante i duri mesi di inattività". L'Hotel Bertelli di Madonna di Campiglio è gestito da oltre quarant'anni dalla famiglia Masè, con Armando, Marco e oggi i figli di quest'ultimo, i giovanissimi Lorenzo, Giorgia e Alice che, in un'epoca di grandi cambiamenti, si affacciano all'impresa di famiglia. Gli investimenti sono stati costanti nel tempo e accompagnati da una visione sul futuro. Basti pensare al ristorante "Il Gallo Cedrone", 1 Stella Michelin, annesso al Bertelli. Gioiello dell'alta cucina creato da Marco Masè, insieme ad alcune altre lungimiranti esperienze firmate da imprenditori locali ha fatto di Campiglio una destinazione celebre e amata

anche per la cucina gourmet. La certificazione ISO 21401 Turismo e servizi correlati è uno standard internazionale. Nata nel 2019, si rivolge a tutto il variegato mondo delle strutture ricettive. Analizza e certifica, in riferimento ad una struttura ricettiva, i diritti umani e alla salute, la sicurezza di lavoro per i dipendenti e la sicurezza per gli ospiti, la protezione e la tutela dell'ambiente, il consumo di acqua e di energia, la produzione di rifiuti e lo sviluppo dell'economia locale. Gli ospiti, da parte loro, sempre più attenti alla tematica della sostenibilità e della salvaguardia ambientale, hanno la garanzia reale e concreta che la struttura che hanno scelto per la loro vacanza lavora nel pieno rispetto dei principi dichiarati.

HOTEL BERTELLI: THE FIRST ITALIAN ISO 21401 CERTIFIED HOTEL.

Sustainability, responsibility, a focus on people and the environment, environmentally friendly and respect for the region, with an emphasis on developing employees and their skills, and a commitment to energy saving and the use of renewable sources. The foundations of a sustainable way of doing business today which, for the Masè family and Hotel Bertelli in Madonna di Campiglio, are a daily commitment to improving quality, to the point that they became the first ISO 21401 certified hotel in Italy. The certification attests to and is a guarantee of sustainably-managed tourist accommodation. "Sustainability has always been the cornerstone of our business,

as we have consistently operated with the goal of giving continuity to the company by maintaining a constant and current level of quality in the services we provide. With this project, we decided to take a further step forward by making our 'sustainability policy' public. This is an innovative project that does not just concern environmental sustainability, but also social sustainability, interpreted in terms of maintaining and safeguarding relationships with customers, employees, suppliers and local stakeholders; these are aspects that have always been a priority for us. We decided to apply for this quality certification during lockdown and it took several months of hard work. The certification was a period of growth for us and a way

to remain committed and be motivated for the future during those difficult months of inactivity". The Masè family has run the Hotel Bertelli in Madonna di Campiglio for more than forty years, with Armando, Marco and now Marco's children, young Lorenzo, Giorgia and Alice who are overseeing the family business in a time of great change. There has been constant investment over time, in tandem with a blueprint for the future. Just consider the 'Il Gallo Cedrone' restaurant and its 1 Michelin Star, adjoining the Bertelli. This jewel of gourmet cuisine created by Marco Masè, together with other forward-thinking experiences offered by local businesses, has made Campiglio a popular and much-loved destination for its gastronomy alone.

The ISO 21401 Tourism and Related Services certification is an international standard. Created in 2019, it is aimed at the diverse world of tourist accommodation. It analyses and certifies human rights and health entitlements, health and safety in the workplace for employees and guests, the protection and safeguarding of the environment, water and energy consumption, the production of waste and the development of the local economy. Guests, who are increasingly attentive to the topic of sustainability and environmental protection, have a real and concrete guarantee that the accommodation in which they have chosen to spend their holiday operates in full compliance with the stated principles.



LE CULTURE DEL NORD EUROPA CI INSEGNANO CHE OGNI STAGIONE È QUELLA GIUSTA PER PRATICARE ATTIVITÀ ALL'APERTO E GODERE DEL POTERE BENEFICO DEGLI ELEMENTI NATURALI. HOT MIND® È UN METODO CHE FA RISCOPRIRE IL POTERE RIGENERANTE DEL FREDDO.

RISVEGLIA IL TUO CALORE INTERIORE

Andrea Bianchi - autore di numerosi libri sul cammino a piedi nudi in Natura ed egli stesso convinto barefooter - ha sviluppato un metodo che ci aiuta a riattivare le nostre capacità innate di termoregolazione, per stare bene anche, o soprattutto, con il freddo. Chi dice che l'inverno è una stagione buona solo per leggere un libro davanti al caminetto, e che le giornate fredde siano da cancellare dai nostri calendari? La scienza ci dimostra, in realtà, che un'esposizione graduale e costante al freddo è apportatrice di numerosi benefici per la nostra salute.

Eccone alcuni tra i più importanti:

- una **migliore circolazione sanguigna**, soprattutto a livello di microcircolazione e capillari;
- un **maggior dispendio di energie**, che come risposta al freddo ci porta a bruciare più calorie;
- un **effetto antinfiammatorio**;
- l'**attivazione del sistema immunitario** con conseguente aumento della produzione di globuli bianchi;
- una **maggiore lucidità mentale**, grazie al minor consumo di glucosio;
- un **umore migliore**, grazie alla liberazione di endorfine, oltre che un miglior ritmo sonno-veglia dovuto a una

maggiore produzione di melatonina. Per godere di questi benefici non è necessario esporsi a temperature polari o fare il bagno in laghi ghiacciati, ma può essere utile seguire un metodo e farsi consigliare da chi con il freddo ha imparato a dialogare come con un amico. Il metodo HOT mind® ideato e sviluppato da Andrea Bianchi ci insegna proprio questo, cioè a fare del freddo l'alleato migliore del nostro benessere, grazie al contatto rigenerante con la parte profonda di noi stessi, sorgente naturale di felicità. Dal Barefoot Morning (il "risveglio a piedi nudi") agli esercizi di respirazione, al vestire leggero anche

d'inverno, questo metodo ci riporta in sintonia con noi stessi e con le forze della Natura. Andrea è un amico dei luoghi di Madonna di Campiglio, dove, in particolare durante le ultime due estati, ha condotto numerose persone a provare l'esperienza del cammino a piedi nudi in Natura, nell'ambito del progetto Dolomiti Natural Wellness.

Quest'anno il progetto avrà una sua edizione invernale, e i boschi innevati - vivissimi pur nella loro apparente immobilità - saranno il teatro ideale per imparare a riscoprire i benefici dell'aria fresca, della luce invernale, e per apprendere alcune semplici pratiche capaci di risvegliare in noi energie, vitalità e... calore!

Nelle quattro domeniche di marzo 2022 - accompagnati da Andrea Bianchi e dal suo metodo HOT mind© - impareremo a utilizzare il nostro respiro, e il cammino, come fonte primaria del nostro "fuoco interiore", ci meraviglieremo magari di sentire il bisogno di toglierci il piumino, giocheremo con il caldo e con il freddo, e se le condizioni lo consentiranno sperimenteremo anche l'ebbrezza del cammino a piedi nudi sulla neve!

Il metodo HOT mind© è fatto di pratiche accessibili a chiunque, organizzate secondo quattro ideali orizzonti.

Impariamo la forza e le tecniche del respiro a Nord, il potere di riscaldare la mente a Sud, le tecniche del risveglio con il freddo per cominciare la giornata a Est, e le diverse pratiche che possiamo fare all'aperto all'Ovest. Ne risulta un sistema integrato di tecniche tutte tra loro in connessione, ognuna delle quali può essere applicata in quasi ogni momento della giornata, a casa come all'aperto, ma che trovano la possibilità di esprimere appieno il loro potenziale quando le pratichiamo a contatto con gli elementi della Natura invernale, come la neve e l'aria pungente, le acque fredde di un torrente e la luce che abbaglia nelle ore centrali della giornata.

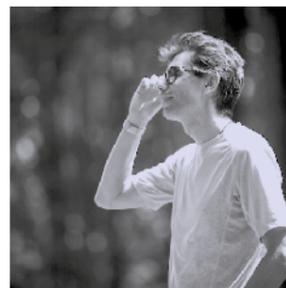
Impareremo che sapendo come dialogare con il freddo possiamo elevare i nostri livelli di energia, e scopriremo che in questo modo è possibile vivere una vita più piena, capace di entrare in una relazione empatica - fatta di emozioni sottili - con la Natura anche nelle sue manifestazioni invernali: il bosco

silenzioso e ammantato di neve, lo scorrere dell'acqua sotto il ghiaccio, la luce del sole che ci sorprende là in alto oltre le cime innevate. Torneremo allora al nostro comfort di casa un po' più forti e resilienti, un po' più consapevoli che non può esserci un benessere individuale se non c'è quello dell'ambiente naturale in cui viviamo e dal quale dipende la nostra vita. A Campiglio potrete sperimentarlo di persona e in sua compagnia, immersi nel contesto naturale della montagna invernale, ad un passo da quello stare bene con se stessi esattamente lì dove si è, perché in ogni passo vive il senso del viaggio intero!

Attività wellness invernali a Madonna di Campiglio.

'Wellness in the Snow' activities in Madonna di Campiglio.

A. Polla



ANDREA BIANCHI

Andrea Bianchi conduce workshop di camminata scalza un po' ovunque, dalle Dolomiti alla Via Francigena, ed è il punto di riferimento del barefoot hiking in Italia. Nel 2017 ha fondato "Il silenzio dei passi" (ilsilenzioideipassi.it), la prima scuola italiana di barefoot hiking, che propone il cammino a piedi nudi come una pratica di benessere psicofisico accessibile a tutti, per riconnettersi alle energie della Terra ma anche per imparare a diventare interiormente leggeri e silenziosi. Studioso e praticante di yoga, quando indossa le scarpe è ingegnere e consulente di comunicazione, giornalista, fondatore ed editore del magazine online MountainBlog, uno dei più seguiti siti web sul mondo della montagna e degli sport outdoor.

Andrea Bianchi leads 'Barefoot Walking' workshops just about anywhere, from the Dolomites to the Via Francigena, and is the leading authority on barefoot hiking in Italy. In 2017, he founded 'Il silenzio dei passi' (Silent Steps) (ilsilenzioideipassi.it), the first Italian Barefoot Hiking school, which recommends barefoot walking as a practice for psychological and physical wellbeing that is accessible to all, in order to reconnect with the Earth's energy but also to learn inner lightness and silence. A scholar and practitioner of yoga, when he is wearing shoes he is an engineer and communications consultant, journalist, and the founder and editor of the online MountainBlog magazine, one of the most widely read websites in the world concerning mountains and outdoor sports.

AWAKEN YOUR INNER HEAT

Northern European cultures teach us that any season is the right time to practice outdoor activities and to enjoy the healing powers of the natural elements. HOT mind© is a method for rediscovering the regenerative power of cold.

Andrea Bianchi, the author of numerous books on walking barefoot through nature and a committed barefoot walker himself, has developed a method to help us reactivate our innate capabilities to thermoregulate, and particularly to be comfortable with the cold. Who says that winter is a season that is only good for reading a book in front of the fireplace, and that cold days should be deleted from our diaries? In reality, science is showing us that gradual and constant exposure to the cold brings numerous benefits for our health. Here are some of the most important:

- **improved blood circulation**, especially with regard to microcirculation and the capillaries;
- **greater energy expenditure**, which burns more calories in response to the cold;
- **anti-inflammatory** effects;
- **it activates the immune system**, leading to a consequent increase in the production of white blood cells;
- **improved mental alertness**, thanks to reduced glucose consumption;
- **improved mood as a result of the release of endorphins**, in addition to better sleep-wake rhythm due to increased melatonin production.

You do not need to expose yourself to polar temperatures or bathe in frozen lakes to enjoy these benefits, but it can be useful to follow a method and get advice from those who have learnt to live with the cold as if it were a friend. The HOT mind© method, conceived by Andrea Bianchi, teaches us precisely how to do this: to make cold our



"La via del freddo alla felicità", uscito nel 2020 per Vallardi e a marzo 2021 nell'edizione in lingua tedesca per Lübke Life, con il titolo "Feeling fresh", è l'ultimo libro di Andrea Bianchi che, precedentemente, ha pubblicato tre libri sulla filosofia e i benefici del camminare a piedi nudi in Natura: "Con la Terra sotto i piedi" (2018) per Mondadori, "A piedi nudi" (2017) e "Il silenzio dei passi" (2016) per Ediciclo.

Published in 2020 by Vallardi with the title 'The Cold Road to Happiness', and in March 2021 in German by Lübke Life with the title 'Feeling Fresh', this is the latest book by Andrea Bianchi, who has previously had three books published on the subject of philosophy and the benefits of barefoot walking in nature: 'The Ground Beneath our Feet' (2018) by Mondadori, 'Barefoot' (2017) and 'Silent Steps' (2016) by Ediciclo.

strongest ally in our wellbeing, thanks to the regenerating contact with the deepest part of ourselves, a natural source of happiness. From 'Barefoot Mornings' to breathing exercises, to wearing light clothes in winter, this method brings us back in sync both with ourselves and with the forces of nature. Andrea is a friend of many places in Madonna di Campiglio where, particularly during the last two summers, he has inspired numerous people to try walking barefoot in nature, as part of the Dolomites Natural Wellness project.

This year, the project will have a winter edition, and the snowy forests - still very much alive in spite of their apparent stillness - will be the ideal theatre in which to learn to rediscover the benefits of fresh air, of winter light, and to learn some simple practices that can reawaken energy, vitality and heat within ourselves.

Over the four Sundays of March 2022 - guided by Andrea Bianchi and his HOT mind© method - we will learn to use breathing and walking as a primary source of 'inner heat'. We will perhaps be surprised

to feel the need to take off our winter coat, we will play with heat and the cold, and if conditions permit, we will also experiment with an exhilarating barefoot walk in the snow!

The HOT mind© method consists of practices that are accessible to all, organised according to four ideal horizons. We will learn the techniques and the power of breath to the North, the power of warming up the mind to the South, the techniques for waking up and starting your day with the cold to the East, and the various practices that we can do outdoors to the West. This results in an integrated system of techniques that are all connected to each other, each of which can be applied at almost any time of day, whether at home or outdoors, but which have the possibility to fully express their potential when practiced in contact with natural winter elements like snow and fresh air, the cold water of a river, and the dazzling midday sun.

We will learn that by knowing how to dialogue with the cold, we are able to raise our energy levels and discover that it is possible to live a fuller life in this way, capable of forming an empathic relationship, with subtle emotions, with nature, even in winter: silent forests cloaked in snow, running water beneath the ice, the surprising sunlight that can be glimpsed above the snowy peaks of the mountains. We will return to the comfort of home a little stronger and more resilient, a bit more aware that individual wellbeing cannot exist if it does not also exist in the natural environment in which we live and upon which our lives depend.

It can be experienced first-hand and in his company in Campiglio, deep in the wild, mountainous winter landscape, just one step outside of your comfort zone, because the meaning of the journey is experienced in every step.

URSUS SNOWPARK:

TRA I 3 TOP PARK EUROPEI

di/by Gian Luca 'Jimmi' Zanetti

SPORT INVERNALI WINTER SPORT

SPORT INVERNALI WINTER SPORT

L'ARTICOLATO STUDIO DI BEST SKI RESORT HA INSERITO L'URSUS SNOWPARK AL TERZO POSTO DEI PARK PIÙ GRADITI D'EUROPA IN UNA CLASSIFICA CHE COMPRENDE 55 RINOMATE LOCALITÀ.

Madonna di Campiglio vanta tra le sue eccellenze uno dei migliori snowpark delle Alpi, frequentato da un vasto pubblico di appassionati di freestyle. Il suo obiettivo è di fare divertire tutti, proponendo strutture adatte a più livelli, dai bambini e principianti fino agli appassionati più esperti e agli atleti professionisti. Gli investimenti, che la società impianti Funivie Madonna di

Campiglio ha messo in atto da qualche stagione a questa parte, stanno portando ottimi risultati, facendo risultare le aree snowpark di Madonna di Campiglio tra le più apprezzate d'Europa. Secondo l'analisi di Best Ski Resort, uno degli studi periodici più informativi delle Alpi che viene effettuato ogni due anni, Ursus Snowpark è stato classificato, nello studio 2020, al terzo posto su un totale di 55

stazioni sciistiche esaminate. La notevole crescita di questo prodotto è sicuramente dovuta alla professionalità con cui viene trattato il tema snowpark, considerato una parte fondamentale dell'offerta turistica della località e della Skiarea Campiglio Dolomiti di Brenta.

Da qualche stagione sono state introdotte nuove metodologie e tecnologie.

Il campione Alberto Maffei in allenamento all'Ursus Snowpark di Madonna di Campiglio.
Champion Alberto Maffei training at the Ursus Snow park in Madonna di Campiglio.
N. Nosova.

La progettazione dello snowpark viene elaborata in studio su modelli 3D, in collaborazione con una delle aziende leader del settore F-TECH Snowpark. Il progetto viene quindi trasferito alla strumentazione satellitare GNSS presente sui mezzi battipista e sullo strumento manuale detto rover in uso allo staff dell'Ursus Snowpark che si occupa poi della realizzazione e manutenzione meticolosa delle strutture. Lo snowpark di Madonna di Campiglio è stato uno tra i primi al mondo ad utilizzare questa tecnologia che permette una gestione precisa ed ottimizzata del park, a partire dalle prime fasi di progettazione, produzione neve e costruzione fino alla manutenzione giornaliera, offrendo strutture sempre in ottime condizioni. Le zone della Skiarea dedicate al freestyle sono due. Ursus Snowpark, inteso come l'area più grande, si trova nella zona del Grostè tra i 2500 e i 2300 metri di altitudine. Su una lunghezza di circa 1 km si trovano quasi 50 strutture, salti e strutture rail divise in zone e linee per difficoltà, più un tracciato fun boardercross adatto a tutti. Per i puri appassionati di freestyle Madonna di Campiglio è una delle poche località che offre anche uno skipass dedicato allo snowpark. La tessera permette di raggiungere l'area con la cabinovia Grostè, utilizzare gli impianti adiacenti e le due seggiovie Express e Rododendro, per poi fare ritorno a valle a fine giornata



con la seggiovia Boch. La seconda area freestyle, più piccola e conosciuta come Mini Ursus, si trova sul versante opposto, in zona Pradalago, a fianco della seggiovia Zeledria. Questo fun snowpark con strutture facili è una sorta di parco giochi ideale per i primi approcci al freestyle o per svagarsi al di fuori delle classiche piste. Madonna di Campiglio

ospiterà alcuni degli eventi internazionali più interessanti dell'inverno 2021/2022. Dal 2 al 6 febbraio 2022 si terrà il Burton Mountain Mash, evento di riferimento per il mondo snowboard con tante attività, test materiali, esperienze dedicate al mondo femminile e gare internazionali. Per il freestyle ci sarà il World Rookie Tour che, dopo aver fatto il giro del mondo, farà

tappa all'Ursus Snowpark con l'evento conclusivo, le World Rookie Finals Freeski, dal 20 al 25 marzo 2022. Nella speranza che gli ottimi risultati ottenuti fino ad ora si confermino nelle prossime stagioni e Madonna di Campiglio continui ad essere una delle mete preferite dai freestylers, vi invito a passare in park questo inverno, ci vediamo sulla neve!



URSUS SNOWPARK: ONE OF EUROPE'S TOP 3!

A comprehensive study by Best Ski Resort has ranked the Ursus Snowpark as Europe's third most popular park on its list of Europe's 55 best resorts.

Among its many highlights, Madonna di Campiglio boasts one of the best snow parks in the Alps, visited by many freestyle enthusiasts. Its goal is to be enjoyed by everyone, offering facilities suitable for all levels, from children and beginners, up to more expert enthusiasts and professional athletes. The investment made in this area by Funivie Madonna di Campiglio (the Madonna di Campiglio cable car company) over recent seasons is yielding excellent results, making

the Snowpark areas around Madonna di Campiglio some of Europe's best. According to the analysis carried out by Best Ski Resort, one of the more informative periodic studies of the Alps conducted every two years, Ursus Snowpark came third out of 55 ski resorts that were assessed in its 2020 study. The remarkable growth of this offering is almost certainly due to the professionalism of snow parks, which are considered an essential part of the tourist attractions offered by the region and the Campiglio Brenta Dolomites ski resort. New methods and technologies have been introduced in recent seasons. The Snowpark's design was developed in a studio using 3D modelling, as part of a collaboration with F TECH Snowpark, one of the leading companies in the sector. The design was then transferred

to GNSS satellite equipment installed on the snow groomers and on the manual tool, known as rover, used by the staff at Ursus Snowpark, who then took care of meticulously constructing and maintaining the facilities. The Madonna di Campiglio Snowpark was one of the first in the world to use this technology, which facilitates the precise and optimised management of the park, from the early design phases, snow production and construction, up to its day-to-day maintenance, in order to offer facilities that are always in excellent condition. There are two dedicated freestyle zones in the resort. Ursus Snowpark, the larger of the two, is in the Grostè area situated at an altitude of 2,500 to 2,300 metres. Over a length of approximately 1 km, there are almost 50 structures, jumps and rails, arranged according

Vari momenti all'Ursus Snowpark. Various moments at the Ursus Snow park: preparation, jumps and events.
C. Lanzafame, N. Nosova, A. Boatto, A. Schilirò.

to their difficulty, plus a boardercross fun circuit that is suitable for everyone. For pure freestyle enthusiasts, Madonna di Campiglio is one of the few resorts that also offers a dedicated ski pass for the Snowpark. The card allows you to reach the area by the Grostè cable car, to use the adjacent facilities and the two Express and Rododendro ski-lifts, to then return to the valley at the end of the day by the Boch ski-lift. The second smaller freestyle area, known as Mini Ursus, is located on the opposite slope, in the Pradalago area next to the Zeledria ski lift. This fun snow park, with easy facilities, is the ideal playground for freestyle beginners, or for having fun away from the traditional pistes. Madonna di Campiglio will also be hosting some of the more interesting international winter events in 2021/2022. The Burton Mountain Mash will be held from 2-6 February 2022, a key event in the snowboard calendar boasting a wide variety of activities, test materials, female-oriented experiences and international competitions. For freeskiers, there will be the World Rookie Tour, which, after touring the world, will conclude at the Ursus Snowpark with its closing event, the Freeski World Rookie Finals, from 20-25 March 2022. In the hope that the outstanding results achieved so far will be consolidated over the coming seasons and that Madonna di Campiglio will continue to be one of the preferred destinations for freestylers, we invite you to visit the park this winter. We'll see you on the slopes!

LA MONTAGNA STAMPATA

THE MOUNTAINS IN PRINT

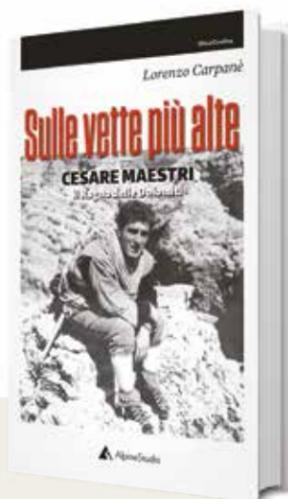
DOLOMITI-AMERICA-EVEREST: NUOVI LIBRI PER COMPIERE UN AFFASCINANTE GIRO DEL MONDO ALLA SCOPERTA DI STRAORDINARI ALPINISTI, NATURALISTI, MONTAGNE.

DOLOMITES-AMERICA-EVEREST NEW BOOKS TO TAKE A FASCINATING TOUR OF THE WORLD IN SEARCH OF EXTRAORDINARY MOUNTAINEERS, NATURALISTS AND MOUNTAINS.

di/by MARCO BENEDETTI

Le imprese del "Ragno delle Dolomiti"

La sua impresa più grande, ed era lui stesso a ricordarcelo, è stata "essere diventato vecchio". Cesare Maestri, scomparso nel Gennaio 2021 all'età di 91 anni, guida alpina e scrittore, è stato uno dei più straordinari arrampicatori al mondo ed è questo il punto di partenza sul quale si è concentrato l'autore Lorenzo Carpanè, consapevole però che quando si scrive di Maestri non si può prescindere dall'unire due aspetti, quello alpinistico e quello umano intimamente connessi tra loro nel personaggio Maestri. In questa biografia, autorizzata dalla famiglia e da Maestri stesso, Lorenzo Carpanè racconta tutto quello che sta dietro a quell'appellativo, "Ragno delle Dolomiti": una serie infinita di arrampicate solitarie e vie nuove compiute nelle Alpi. Maestri è stato tuttavia anche precursore nell'apertura di vie ardite con l'utilizzo di mezzi artificiali, ai tempi delle "drettissime". Ben consapevole di questo suo essere contraddittorio, è però stato in assoluto il più prolifico arrampicatore solitario della storia dell'alpinismo internazionale.



Lorenzo Carpanè
SULLE VETTE PIÙ ALTE
Cesare Maestri.
Il Ragno delle Dolomiti
P. 180
Alpine Studio
2021
€ 19,80

The exploits of the 'Spider of the Dolomites'

His greatest feat, as he himself recalled, was "reaching old age". Cesare Maestri, mountain guide and writer, who passed away in January 2021 at the age of 91, was one of the world's most extraordinary climbers. This was the starting point on which author Lorenzo Carpanè focussed, only too aware that when writing about Maestri you cannot ignore two aspects that were intimately linked in Maestri's persona; the mountaineer and the human. In this biography, authorised by Maestri's family and the man himself, Lorenzo Carpanè recounts everything behind his nickname, 'the Spider of the Dolomites': an infinite series of solo climbs and new paths completed in the Alps. Maestri was also a pioneer in opening daring routes using artificial methods, at a time of vertical climbers. Well aware of his contradictory nature, he was by far the most prolific solo climber in the history of international mountaineering.

John Muir
LA MIA PRIMA ESTATE SULLA SIERRA
Con diciassette illustrazioni di Roberto Abbiati
P. 256
Keller Editore
2021
€ 17,50



I diari del "padre" dei parchi nazionali

"La mia prima estate sulla Sierra", l'opera più importante del grande naturalista americano, figura leggendaria del conservazionismo statunitense e uno dei più ispirati cantori della wilderness, è un diario di viaggio. Pubblicato più di quarant'anni dopo la stesura, conserva la freschezza degli appunti buttati giù di sera in sera accanto al fuoco del campo. L'estate di cui si parla è nel 1869 e l'autore, John Muir, ha 31 anni. Scozzese di origine, immigrato in America undicenne, eclettico e geniale, ha già fatto di tutto, perfino l'inventore. Il mondo che in quella estate si spalanca davanti agli occhi di Muir non è nuovo solo per lui. I bianchi hanno "scoperto" la valle di Yosemite di recente ed è iniziato subito lo sfruttamento. Muir guarda quel mondo con la meraviglia di un naturalista dell'Ottocento e con lo stupore dell'uomo di fronte alla creazione. A lui si deve l'istituzione di numerose aree protette e un'idea di tutela della natura che ha influenzato il moderno concetto di conservazione e protezione dei luoghi selvaggi della Terra.

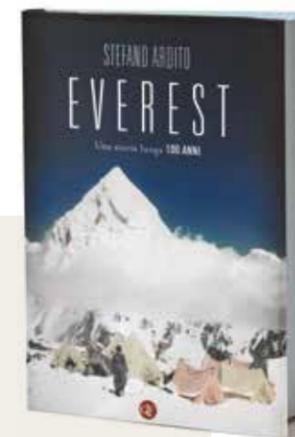
The diary of the 'father' of the national parks

'My First Summer in the Sierra', the most important of the works by the great American naturalist, a legendary figure in US conservationism and one of the most inspired patron saints of the wilderness, is a travelogue. Published more than forty years after it was written, it maintains the freshness of notes scribbled down from night to night next to the campfire. The summer that it refers to is 1869, and the author, John Muir, is 31 years old. Born in Scotland, he immigrated to America when he was eleven. Eclectic and brilliant, he had already turned his hand to everything, even inventing. The world that opened up before his eyes that summer was not new for him alone. The Yosemite Valley had recently been 'discovered' by non-native Americans, who immediately began to exploit it. Muir looked at the world with the wonder of a nineteenth-century naturalist and the awe of mankind before creation. The establishment of numerous protected areas and the idea of nature conservation, which has influenced the modern concept of conservation and protection of the Earth's wild places, is due to him.

Cento anni sul tetto del mondo

Era la primavera del 1921 quando una spedizione di alpinisti britannici lasciava Darjeeling diretta ai piedi della montagna più alta del mondo che dal 1865 porta il nome del primo direttore del "Survey of India", Sir George Everest. Da quel momento il "Big E" diventerà teatro di imprese rimaste scolpite nella storia dell'alpinismo. L'ascensione di Mallory e Irvine nel 1924, rimane la più enigmatica. Anche dopo il ritrovamento nel 1999 del corpo mummificato di Mallory, non si è potuto stabilire se i due alpinisti, avvistati oltre quota 8600 m prima di scomparire nella bufera, riuscirono a toccare la vetta già allora. Il 29 maggio del 1953, la foto di Tenzing che alza al cielo la piccozza con le bandierine di Inghilterra e Nepal, scattata da Edmund Hillary, fece il giro del mondo in poche ore. Un'altra data che fissa un prima e un dopo sull'Everest è l'8 maggio 1978: quel giorno Reinhold Messner e Peter Habeler giungono in vetta senza usare l'ossigeno. Gli anni '80 e '90 sono ricchi di imprese, nuovi protagonisti, ma anche tragedie: il mondo scopre le spedizioni commerciali alle quali, con poche eccezioni, si è ridotto l'alpinismo di oggi sul tetto del mondo.

Stefano Ardito
EVEREST. UNA STORIA LUNGA 100 ANNI
P. 278
Edizioni Laterza
2020
€ 20,00



One hundred years on top of the world

It was spring 1921 when an expedition of British mountaineers left Darjeeling towards the foot of the highest mountain in the world, which, since 1865, had borne the name of the first director of the 'Survey of India', Sir George Everest. From that moment, the 'Big E' became the theatre of a series of ventures that have been carved into the history of mountaineering. Mallory and Irvine's ascent in 1924 remains the most enigmatic. Even after Mallory's mummified body was recovered in 1999, it was not possible to establish whether the two mountaineers, last spotted at an altitude of 8,600 metres before disappearing into the storm, had already managed to reach the summit. On 29 May 1953, the photo of Tenzing, with his ice axe bearing the British and Nepalese flags raised to the sky on the summit of the 'third pole', snapped by Edmund Hillary, went around the world in a few hours. In the history of this mountain, as detailed in Ardito's book, another date marking a 'before' and 'after' for Everest is 8 May 1978: that is the date that Reinhold Messner and Peter Habeler reached the summit without the use of oxygen.

LA VALLE DEL CHIESE E LA VAL RENDENA, DOPO ESSERE STATE PER QUASI UN SECOLO SILENZIOSE CUSTODI DI UN PASSATO TRAGICO, SONO DIVENTATE PREZIOSE NARRATRICI DELLA GRANDE GUERRA.

I FORTI, DIFENSORI DI MEMORIA

di/by FRANK SALVADORI
photo ALBERTO ZANCHI

Forte Larino.

Forte Larino e / and
Forte Corno.

È passato più di un secolo da quando il Trentino divenne uno dei fronti caldi della Grande Guerra. Qui si fronteggiarono gli eserciti contrapposti dell'Impero austroungarico e del Regno d'Italia. Il territorio compreso tra il massiccio montuoso dell'Adamello, a ovest, e il gruppo del Cadria e del Nozzolo, a est, dove si inserisce la profonda incisione che dal lago d'Idro conduce a Madonna di Campiglio, fu interessato da interventi che ne modificarono l'aspetto originario. Dalle gole profonde della Valle del Chiese, scavate milioni di anni fa dal ritiro dei ghiacciai alpini, fino alle vette più alte dei monti circostanti, gli eserciti opposti costruirono numerose opere: fortezze e osservatori, trincee e camminamenti, gallerie scavate nella roccia e baracche di legno edificate fin oltre 3.000 mt di quota, mulattiere e strade carrozzabili dalle dolci pendenze, tuttora utilizzabili, e... camposanti.



Forte Larino,
Forte Ampola,
Forte Corno.

I FORTI DI PRIMA GENERAZIONE.

Una storia rivelata attraverso le impronte, mobili ed immobili, abbandonate in tutta fretta dietro di sé dagli eserciti ormai stremati da un interminabile conflitto, non appena cessarono le ostilità. Le costruzioni più monumentali furono edificate ben prima del 1915, quando il Regno d'Italia entrò in guerra contro l'Impero asburgico. Dal 1860 allo scoppio della Prima guerra

mondiale, in diverse località e quote, in tempi differenti e con modalità e soluzioni talvolta diverse, l'Impero austroungarico realizzò opere militari con l'intento di presidiare e fortificare il confine meridionale dell'Impero. Fu così che a seguito delle guerre di indipendenza (1848-1866), il Genio austriaco costruì le tagliate vallive o sbarramenti vallivi (*Tahlensperre*). Si trattava di robuste costruzioni dotate di pesanti portoni in ferro, collocate appunto a

tagliare la viabilità, spesso affiancate da altre costruzioni di appoggio posizionate nei dintorni. Erano caratterizzate da una straordinaria architettura, casematte costruite con conci regolari in pietra lavorati finemente in superficie, dalla perfezione geometrica e costruttiva. Non si mimetizzavano con il paesaggio ma, al contrario, si palesavano come efficienti macchine da guerra.

FORTE LARINO E FORTE AMPOLA.

In Valle del Chiese sono rimaste due testimonianze di queste fortificazioni di prima generazione. Il **forte Ampola**, costruito nel 1861 e assediato dalle truppe garibaldine nel 1866, di cui si conservano unicamente alcuni tratti di mura, è stato di recente oggetto di recupero con l'istituzione del **Parco Storico Naturalistico forte Ampola**, dove è presente un piccolo ma pregiato museo contenente cimeli della Grande Guerra. Poi **forte Larino** che si trova nei pressi di Lardaro ed è perfettamente conservato. Era parte di un sistema difensivo, costruito tra il 1860 ed il 1861, noto come lo Sbarramento di Lardaro e composto in origine da altre due fortificazioni: **forte Reveglèr**, la vera e propria tagliata stradale oggi completamente scomparsa, e **forte Danzolino**, i cui resti riposano al di sotto del bosco.

FORTE CARRIOLA.

Forte Carriola, realizzato alle pendici del monte Nozzolo poco oltre i 1.000 mt di quota, fu una delle ultime opere di ingegneria militare ad essere edificata in Trentino. Con la sua struttura in calcestruzzo armato di putrelle di acciaio è un'opera militare corazzata perfettamente mimetizzata nel paesaggio. Occupava un'ampia superficie quadrilatera circondata, su tre lati, da un profondo fossato ed era suddivisa in tre nuclei: una casamatta, un blocco della batteria degli obici e un grosso cofano in calcestruzzo. Come forte Corno, può essere raggiunto a piedi, in bici oppure in auto. Pur essendo attualmente non accessibile, un itinerario esterno consente di rimirarlo passeggiandovi attorno e godendo, nel contempo, uno straordinario panorama che spazia fino al lago d'Idro.

FORTE CORNO.

Forte Corno, costruito a quasi 1.100 mt di quota secondo le teorie progettuali del colonnello Julius Vogl, rappresenta il classico esempio di forte di montagna (*Gebirgsfort*). Imponente e massiccio, si dispone su cinque differenti livelli di quota seguendo la pendenza del versante della montagna. Con le sue 54 stanze è una struttura di immenso pregio nell'ambito dell'architettura militare. Completamente ristrutturato, raggiungibile a piedi, in bicicletta o in auto, è gestito ed accessibile grazie alle visite guidate curate dall'Associazione "La Bùsier".

FORTS, DEFENDERS OF MEMORY

The Valle del Chiese and the Val Rendena have, after being silent guardians of a tragic past for almost a century, become invaluable storytellers of the Great War.

More than a century has passed since Trentino became one of the mostly hotly contested fronts in the Great War. It was here that the opposing forces of the Austro-Hungarian Empire and the Kingdom of Italy confronted each other. The region between the mountainous massif of the Adamello to the West, and the Cadria and Nozzolo group to the East, where the deep cut that connects Lake Idro to Madonna di Campiglio is located, was involved in military interventions that changed its original appearance. From the deep gorges of the Valle del Chiese, excavated millions of years ago by the retreating Alpine glaciers, to the highest peaks of the surrounding mountains, opposing soldiers built numerous forts and observatories, trenches and paths, tunnels excavated into the rock, wooden barracks built at altitudes of 3,000 metres, mule tracks and carriage roads from the gentle slopes, still usable today, and... cemeteries.

LA RICOSTRUZIONE IN 3D.

Forte Reveglèr e forte Danzolino, i due capisaldi scomparsi, possono oggi essere nuovamente ammirati nella loro interezza grazie alle ricostruzioni 3D curate dalla Fondazione Bruno Kessler e visualizzabili in realtà aumentata all'interno di forte Larino. Lo Sbarramento di Lardaro venne rinforzato per ben due volte: dapprima con la costruzione, tra il 1883 e il 1890, di una nuova e ben più grande opera di fortificazione (forte Corno), collocata sulla destra orografica della valle, e in seguito con una più moderna opera massiccia (forte Carriola), compiuta tra il 1909 e il 1914 sulla sinistra orografica della valle.

3D RECONSTRUCTION.

Fort Reveglèr and Fort Danzolino, the two vanished strongholds, can today be admired again in their entirety thanks to 3D constructions maintained at the Bruno Kessler Foundation, and which can be viewed in augmented reality in Fort Larino. The Lardaro blockade was reinforced twice: first with the construction of new, much larger fortification works (Fort Corno) between 1883 and 1890, located on the right bank of the valley, and then with the more modern, massive works (Fort Carriola), completed between 1909 and 1914, on the left bank of the valley.



Forte Larino.



La Grande Guerra è un frammento di storia recente che ha segnato profondamente queste valli al punto da rendere il territorio un'area immensamente ricca di testimonianze passate, non solo per la loro quantità, ma anche per la loro diversità e, soprattutto, per la capacità di saper raccontare il conflitto attraverso le testimonianze materiali di entrambi i fronti.



FIRST GENERATION FORTS

A story that is revealed through footprints, buildings and effects, abandoned in a hurry by armies, by that time exhausted after the interminable conflict, as soon as hostilities came to an end.

More monumental constructions were built long before 1915, when the Kingdom of Italy went to war with the Habsburg Empire. From 1860 to the outbreak of the First World War, in different regions and at different altitudes, in different times and sometimes using different methods and solutions, the Austro-Hungarian Empire built military works with the intention of garrisoning and fortifying the Southern borders of the empire.

So it was, following the wars of independence (1848-1866), that Austrian engineers cut into and fortified the valleys (Tahlensperre). There were strong buildings with heavy iron gates, carefully positioned to block the road network, often flanked by other supporting constructions positioned in the surrounding areas. They were characterised by extraordinary

architecture, casemates built with regular stone ashlars finely worked on the surface, with geometric and constructive perfection. Not camouflaged into the landscape, but rather showing themselves as efficient war machines.

FORT LARINO AND FORT AMPOLA

Two testaments to these early fortifications remain in the Valle del Chiese. **Fort Ampola**, built in 1861 and besieged by Garibaldi's troops in 1866, of which only some parts of the walls are preserved, was recently restored by the **Fort Ampola Historic Park** institute, where there is a small but esteemed museum containing mementos of the Great War. **Fort Larino**, near Lardaro, is perfectly preserved. It was part of a defensive system known as the Lardaro Blockade built between 1860 and 1861, originally consisting of another two forts: **Fort Reveglèr**, the actual roadblock, of which no trace remains, and **Fort Danzolino**, the remains of which lie beneath the forest.

FORT CORNO

Fort Corno, constructed at an altitude of almost 1,100 m, in accordance with the design theory of Colonel Julius Vogl, is the classic example of a mountain fortress (Gebirgsfort). Large and imposing, it has five different levels, following the slope of the mountainside. With 54 rooms, it is a structure of immense prestige in the context of military architecture. Completely renovated, reachable on foot, by bike or by car, it is managed and accessible thanks to the guided tours provided by the 'La Bùsier' Association.

FORT CARRIOLA

Fort Carriola, constructed on the slopes of Mount Nozzolo and a little over 1,000 m above sea level, was one of the last military engineering projects to be built in Trentino. With its reinforced concrete structure of steel joists, it is an armour-plated military project that is perfectly camouflaged into the landscape. It occupies a large quadrilateral surface area surrounded on three sides by a deep trench and was divided into three cores: a casemate, a battery block for the

howitzers and a large concrete pillbox. Like Fort Corno, it can be reached on foot, by bike or by car. Although currently inaccessible, a surrounding trail allows you to walk around it and admire it, while at the same time enjoy an extraordinary view that stretches as far as Lake Idro.

FROM SALVAGERS TO CUSTODIANS OF MEMORIES

Considered one of the most advanced and robust of the blockade forts, Fort Carriola is actually very damaged today, yet not as a result of the war, but rather of salvagers. These were groups of people who, in search of a source of livelihood that would supplement the poor mountain economy in the aftermath of World War I, salvaged an impressive amount of abandoned iron and steel in the surrounding mountains, including the same steel armour as found at Carriola. From the work of those who salvaged out of necessity, to that of the custodians of memories, a genuine passing of the torch transformed it into a collection of memorabilia from the

Great War. A painstaking task, consisting of collecting materials that had been abandoned in the mountains, imprisoned in the ice of the Adamello, covered by the grassy turf of the by now largely vanished trenches, buried in the tunnels dug into the rock, or still forgotten in the basements or in the floors of old houses. Expertly restored, inventoried and displayed in museum exhibitions.

MUSEUMS OF THE GREAT WAR

This is how Bersone's **Valle del Chiese Museum of the Great War** and the **Adamellina Museum of the White War** in Spiazzo were founded. Exhibitions that portray everyday life in the years 1915-1918, through the remains of a material culture dominated by the necessities of conflict. Helmets, weapons, rounds of varying calibres, uniforms, various instruments of war, but also for medical aid, toiletries and much more, from both the Italian and Austrian armies, can be admired at Bersone's Museum of the Great War. Here, the active association that looks after, preserves and restores the collection often accompanies

guests on their visits. At Spiazzo's Adamellina Museum of the White War, managed by the eponymous association, visitors can instead grasp the significance of the mountain war fought among the highest peaks of the Adamello. The exhibition (military materials, personal effects, articles of clothing, sleds and skis, as well as a copious amount of documents, photographs and books) is supplemented by interesting maps and models showing the front. A brief mention of the **private collection of Antonio Scozzafava** in Roncone is also important. An impressive collection of military materials, uniforms, ceramic pipes, stoves and documents of various types gathered over 40 years of dedicated research, as a true passionate antiquarian of relics of the Great War. On exiting the rooms adorned with collections and exhibitions, you once more come across a region that is rich in traces and testimonies of the past. The Valle del Chiese, separated into two factions during World War I, offers a cultural experience that is unique in all Trentino. Deep in the splendour of the Alpine countryside, trails, mule tracks



and roads still maintained to this day offer the opportunity to visit and admire the most disparate engineering and military architecture operations built by the opposing forces.

The Great War is a fragment of recent history that has profoundly marked these valleys, making this a region that is immensely rich in testimonies of the past, not just in terms of their quantity, but also due to their diversity and, most of all, for the ability of the material evidence to tell the story of the conflict from both sides.



Official Toast of Formula 1®



C E L E B R A T I N G W I T H T H E G R E A T E S T

The F1 logo, FORMULA 1, F1, GRAND PRIX and related marks are trademarks of Formula One Licensing BV, a Formula 1 company. All rights reserved.

DA RECUPERANTI A CUSTODI DI MEMORIA.

Considerato come il più avanzato e robusto tra i forti dello Sbarramento, il forte Carriola è in realtà giunto ai nostri giorni assai danneggiato, ma non a causa della guerra bensì dei recuperanti. Erano questi gruppi di persone che, alla ricerca di una fonte di sostentamento che integrasse la povera economia di montagna, nel primo dopoguerra recuperarono una quantità impressionante di materiale in ferro abbandonato sulle montagne circostanti tra cui la stessa armatura in acciaio del Carriola. Dal mestiere dei recuperanti per necessità a quello di custodi della memoria, un vero e proprio passaggio di consegne tramutato in collezioni di cimeli della Grande Guerra. Un lavoro certosino, fatto di raccolta dei materiali abbandonati sulle montagne, imprigionati nei ghiacci dell'Adamello, ricoperti dal manto erboso delle trincee ormai in buona parte scomparse, sepolti nelle gallerie scavate nella roccia o, ancora, dimenticati negli scantinati o nei solai di vetuste case. Reperti restaurati, inventariati ed esposti nei percorsi espositivi museali.



I MUSEI DELLA GRANDE GUERRA.

Così nascono il **Museo della Grande Guerra** in Valle del Chiese di Bersone e il **Museo della Guerra Bianca Adamellina** di Spiazzo. Percorsi espositivi in cui si narra la vita quotidiana degli anni 1915-1918, attraverso i resti di una cultura materiale dominata dalle necessità del conflitto. Elmetti, armi e proiettili di vario calibro, uniformi, arnesi bellici di vario

genere, ma anche per il soccorso sanitario, per la toileria e molto altro, appartenuti sia all'esercito italiano che austriaco, si possono ammirare al Museo della Grande Guerra di Bersone. Qui, la vivace associazione che lo cura, conserva e valorizza il patrimonio raccolto e spesso accompagna l'ospite nella visita. Presso il Museo della Guerra Bianca Adamellina di Spiazzo, gestito dall'associazione che porta lo stesso nome, si può invece cogliere il significato della guerra di montagna,

quella che si consumò lungo le vette più alte dell'Adamello. Il percorso espositivo (materiale bellico, effetti personali, capi di vestiario, slitte e sci, oltre a una copiosa raccolta di documenti, fotografie e libri) è integrato da interessanti mappe e plastici illustranti il fronte. Un breve accenno alla **collezione privata di Antonio Scozzafava** a Roncone è doveroso. Un'impressionante raccolta di materiale bellico, divise, pipe in ceramica, stufe e documenti di vario genere radunata in oltre quarant'anni di appassionata ricerca con lo stile di un vero e proprio antiquario appassionato di cimeli della Grande Guerra. Usciti dalle stanze adorne di collezioni ci si imbatte nuovamente in un territorio ricco di tracce e testimonianze del passato. La Valle del Chiese, divisa in due fazioni durante il Primo conflitto mondiale, offre un'esperienza culturale unica in tutto il Trentino. Immersi nello splendore della natura alpina, sentieri, mulattiere e strade ancora ben conservate regalano l'opportunità di raggiungere e ammirare le più disparate opere di ingegneria e architettura militare costruite dagli eserciti contrapposti.

I CIMITERI DI GUERRA IN VALLE DEL CHIESE.

La coesistenza dei due eserciti sul territorio ha lasciato tracce anche nei luoghi di preghiera e di lutto. Il **cimitero monumentale austroungarico di Bondo**, un'opera magnifica collocata sul fondovalle nel paese di Bondo e il sobrio cimitero militare italiano di **Malga Clef**, costruito ad oltre 1.700 mt di quota, sono i più importanti rappresentanti degli esiti nefasti del conflitto che si è consumato su queste montagne.

VALLE DEL CHIESE WAR CEMETERIES.

The coexistence of the two armies in the region has also left traces in the form of places of prayer and mourning. The Bondo Austro-Hungarian Monumental Cemetery is a magnificent example located on the valley floor in the village of Bondo. Together with the sombre Italian military cemetery at Malga Clef, built at an altitude of over 1,700 m, they make up the most important representations of the disastrous consequences of the conflict that consumed these mountains.





SUISSE_ART: L'ARTE INCONTRA L'ENOLOGASTRONOMIA

di/by GIULIA CIRILLO
photo PAOLO BISTI

"SUISSE_ART" È UN PROGETTO CHE PARLA DI DUE MONDI: RISTORAZIONE E ARTE, IN TUTTE LE FORME E SFACCETTATURE. È, INOLTRE, UNA RISPOSTA ALLA DOMANDA: "COME POSSONO CONVIVERE QUESTI DUE AMBIENTI, APPARENTEMENTE COSÌ LONTANI E DIVERSI TRA LORO?"

"Suisse_ART" ha voluto trasmettere agli ospiti un'esperienza completa: il nutrimento per il corpo e la scoperta di artisti e opere che rappresentano il nutrimento, nel senso più profondo, dello spirito e dell'intelletto. L'arte esce così dagli spazi istituzionali ad essa dedicati, rompe i confini e si mescola ad altre forme di creatività come la cucina gourmet e l'enologia. È stato un modo, inoltre, per avvicinare le persone all'arte contemporanea e far capire che non occorre essere esperti per apprezzarne la bellezza o i significati sottesi.

Basta semplicemente essere attenti a ciò che ci circonda e coglierne il senso. Uscire a cena per stare bene e trascorrere dei momenti piacevoli, non esclude la scoperta di elementi nuovi e sorprendenti: conoscere un artista, leggere le sue opere, rimanerne affascinati e completare così un'esperienza che sicuramente lascerà arricchiti. L'edizione estiva di "Suisse_ART" ha visto protagonisti quattro artisti molto diversi tra loro che hanno dialogato creando sinergie e confronti. La natura o, meglio, la montagna rappresentano il leitmotiv tematico dei due artisti che hanno esposto per primi.

SUISSE_ART: ART AND ENOLOGASTRONOMY MEET

'Suisse_ART' is a project dealing with two worlds: gastronomy and art, in all their forms and facets. It is also an answer to the question: 'How can these two worlds, which seem so far apart and different from each other, coexist?'

'Suisse_ART' wanted to offer its guests a complete experience: nutrition for the body and the discovery of artists and works that represent nourishment, in its deepest sense, of the spirit and the intellect. Art has therefore left the institutions dedicated to it, broken through boundaries, and is mixing with other forms of creativity, like gourmet cuisine and winemaking. It has also been a way to bring people closer to contemporary art and to help them understand that you do not have to be an expert in order to appreciate its beauty or underlying meanings. It is enough to simply be aware of what surrounds us and to grasp its meaning. Going out for dinner to feel good and have a nice time does not exclude discovering new and surprising elements: getting to know an artist, reading their works, becoming fascinated by them, and complementing an experience that will certainly leave you enriched. The summer edition of 'Suisse_ART' saw a dialogue between four very different artists, creating synergies and comparisons. Nature or, rather, the mountain are the thematic leitmotiv of two artists exhibiting for the first time.



Matteo Lencioni domina le pareti della Cantina del Suisse con le sue tele che sembrano vere e proprie finestre sulle nostre montagne: dalla serie "Montagne Dipinte", dove predominano l'iperrealismo e una resa quasi fotografica della tela, alla serie "Spazi del pensiero", panorami arricchiti da campiture geometriche di colore che invitano il fruitore ad immaginare cosa potrebbe celarsi dietro di esse e, infine, la serie "Outline(s)" che comprende opere realizzate durante il primo lockdown. L'acquerello, che cola in modo spontaneo sulla tela, sostituisce l'acrilico, molto più preciso e ordinato, delle opere precedenti. Le linee di costruzione sono visibili e i colori non fedeli alla realtà regalano un'impressione di sogno e fantasia.

Nicola Cattania è, invece, un "catcher" di realtà, di colori e di forme. La sua Musa è la natura stessa, che si presta a scatti istantanei di dettagli che solo i più attenti possono scorgere. L'artista li vuole rendere visibili a tutti, li cattura quindi, e li stampa ingrandendo il dettaglio che si mostra come elemento astratto o comunque di libera interpretazione.

Le cortecce di Nicola Cattania, in dialogo con le montagne di Matteo Lencioni, portano la bellezza, la libertà e i colori degli alberi all'interno del ristorante, che li ospita creando un ambiente caldo e accogliente.

Gli altri due protagonisti dell'estate firmata SuisseART sono stati **Andrea Viviani** e **Riccardo Gusmaroli**.

Il dialogo tra loro oscilla tra diversità che si completano. Il primo, artista locale e maestro di ceramiche, presenta dei totem verticali e sculture da muro, colori brillanti e giardini lunari. Ognuna delle sue opere racconta una storia attraverso figure e colori. Viviani concretizza i suoi pensieri utilizzando un materiale pesante, ma il risultato si traduce in forme talmente dettagliate ed equilibrate che possono essere immaginate in qualsiasi contesto.

Gusmaroli, invece, indaga il tema del viaggio, utilizzando oggetti del nostro quotidiano, dai francobolli alle carte geografiche, come quelle presenti in mostra: "Da Imperia a Portofino" ed "Europa Blu". Distintamente da Viviani, i vortici di leggere barche di carta formano sulla tela rotte di viaggi immaginari, ricalcano le maree e i venti creando un movimento ordinato. La tridimensionalità delle sculture di ceramica in questo caso si presenta direttamente sulla tela, che prende vita a seconda della luce, facendoci quasi percepire il danzare delle barche.

Non solo tele per Gusmaroli, ma anche le "Uova-mondo": il guscio bianco è traforato, ricamato, bucato, per diventare di volta in volta finestra, superficie, punto di partenza da cui osservare la vita. Il tentativo di avvicinamento al contemporaneo e al concettuale si avvale dell'aiuto di un elemento in grado di riassumere al meglio le caratteristiche di ogni opera: il vino. La sua storia risale a secoli fa, è cambiato e si è evoluto nel tempo e accompagna momenti del nostro quotidiano e della nostra vita, aggiungendo una nota di poesia.

Anche il vino si racconta quando viene degustato e, abbinato all'arte, non fa altro che arricchire il racconto. Ad ogni artista ne è stato accostato uno in grado di richiamare i tratti principali delle opere esposte attivando un altro tra i quattro sensi: il gusto.

L'ospite può così osservare le opere con gli occhi e "sentirle" in bocca attraverso il vino.

Il racconto è sempre in evoluzione, vi aspettiamo per scoprire insieme le opere che accompagneranno il nostro inverno!

Matteo Lencioni dominates the walls of the Cantina del Suisse with his canvases that seem to be an authentic window looking out onto our mountains: from the 'Painted Mountains' series, dominated by hyperrealism and an almost photographic rendering of the canvas; to the 'Spaces of Thought' series, panoramas enriched by geometric backgrounds of colour that invite the viewer to imagine what could be concealed behind them; and, lastly, the 'Outline(s)' series, which includes works completed during the first lockdown. Watercolour, which is dripped spontaneously onto the canvas, replaces the much more precise and ordered acrylic of the previous works. The lines of construction are visible, and colours that veer away from reality give an impression of dream and fantasy.

Nicola Cattania on the other hand, is a 'catcher' of reality, of shapes and colours. Her muse is nature itself, which lends itself to instantaneous snapshots of details that only the most attentive can spot. The artist wants to make them visible to all, to capture them and print them, enlarging the detail that is shown as an abstract element, or one for free interpretation. Nicola Cattania in dialogue with the mountains of Matteo Lencioni bring the beauty, freedom and colours of trees into the restaurant to create a warm and welcoming environment. Suisse_ART's other two featured artists of the summer were **Andrea Viviani** and **Riccardo Gusmaroli**. Their dialogue oscillates between a complementary diversity. The former, a local artist and ceramics teacher, presented some vertical totems and wall sculptures, brilliant colours and moonlit gardens. Each of his works tells a story through shape and colour. Viviani gives life to his thoughts through the use of heavy materials, but the result translates into such detailed and balanced form that can be pictured in any context. In contrast, Gusmaroli explores the theme of travelling, using everyday objects, from stamps to maps, such as those on

display in the exhibition: 'From Imperia to Portofino' and 'Blue Europe'.

Unlike Viviani, vortices of light paper boats form the routes of imaginary voyages on the canvas, following the tides and the winds to create an orderly movement.

The three-dimensionality of the ceramic sculptures is presented directly on the canvas in this case, which come to life according to the light, making us almost feel the dancing of the boats.

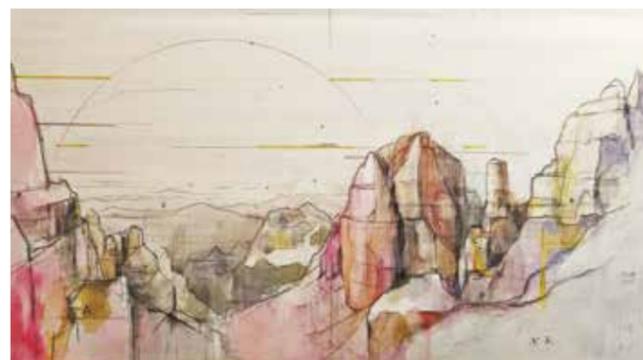
Gusmaroli does not just work with canvas, but also 'Uova-mondo': the white shell is pierced, embroidered and punctured to occasionally become a window, a surface, a point of departure through which life can be observed.

The attempt to approach the contemporary and the conceptual draws upon the help of an element that can best summarise the characteristics of each work: wine. Its history dates back centuries, has changed and evolved over time and accompanies our everyday moments and our lives, adding a hint of poetry.

Wine also tells a story when tasted, and combined with art, all it can do is enrich the story. Each artist has been paired with a wine that evokes the main features of the works on show, activating another of the four senses: taste.

Guests can therefore observe the works with their eyes, and capture the flavour of them through the wine.

Storytelling is constantly evolving. Come and enjoy with us the works of art that are complementing our winter!



Dall'alto in basso le opere di From top to bottom, works by Matteo Lencioni, Riccardo Gusmaroli, Andrea Viviani.



In basso le opere di Below works by Riccardo Gusmaroli e/and Matteo Lencioni.



C'ERANO UNA VOLTA... LOGHI E SIMBOLI

di/by PAOLO BISTI

QUALI SONO STATI I LOGHI, I SIMBOLI E LE IMMAGINI ICONICHE CHE HANNO RAPPRESENTATO MADONNA DI CAMPIGLIO DAL PRIMO INCONTRO CON IL TURISMO ALL'INIZIO DEL TERZO MILLENNIO? CE LO RACCONTA UNA CURIOSA RICERCA REALIZZATA DALLO STORICO CAMPIGLIANO PAOLO LUCONI BISTI.

Flora e fauna, sciatori e stelle, sacro e profano, bastoncini e lettere dell'alfabeto. Tanti sono i simboli che hanno rappresentato Madonna di Campiglio nel corso della sua storia. Una lista di segni grafici che decennio dopo decennio si sono succeduti nell'immaginario della località. Eccoli qui raccolti, tutti, per la prima volta: buon viaggio nella memoria.

1. Corre l'anno 1874. Lo Stabilimento Alpino di Giovanni Battista Righi, primo albergo moderno di Campiglio, è alla sua seconda stagione di attività. Righi pubblica questa pubblicità sui quotidiani locali con l'"aere saluberrimo" tra le qualità più sottolineate. Il nome "Campiglio" è evidenziato con un carattere ridondante e imponente, a tre dimensioni. Lo Stabilimento, seguendo la moda del tempo, è proposto come bagno termale!

2. A Righi subentra Franz Josef Oesterreicher, principale protagonista della "Campiglio asburgica". Durante il suo tempo a Campiglio viene fondata la Forderungs-Verein, antesignana dell'attuale Azienda per il Turismo. Questo è il suo simbolo: la Madonna con Bambino del paese, coronata dalla flora locale e disegnata da Gottfried Hofer.

3. Uno tra i simboli più noti di Madonna di Campiglio: l'orso su raponzolo di roccia, che dal 1895 adorna la facciata meridionale del Salone Hofer. Dopo un restauro minimale negli anni Ottanta, pochi anni fa è tornato al suo splendore grazie a un secondo intervento che ne ha recuperato l'impronta originale.

4. La creatività portò Gottfried Hofer, pittore bolzanino che trovò a Campiglio il luogo ideale per la sua ispirazione, a realizzare numerose composizioni. Qui ne vediamo un esempio pubblicato sulla guida del dott. Max Kuntze, "Madonna di Campiglio un seine Umgebung" ("L'insediamento di Madonna di Campiglio e i suoi dintorni"), nel 1905.

5. Metà anni Trenta. Lo sci irrompe sulla scena del turismo invernale, e nulla fu più come prima. Le località alpine accolgono con entusiasmo questa novità, portatrice di nuove fortune. Madonna di Campiglio si avvia in questa avventura con ritardo rispetto alle sue più blasonate concorrenti, a causa dell'assenza di una via di comunicazione adeguata.

6. L'orso torna a fare capolino sul logo di Campiglio, questa volta declinato in versione invernale. Voluta dall'Azienda di Soggiorno, questa grafica (primo vero simbolo dell'età moderna) caratterizzò l'immagine della località per vari decenni.

7. Il simbolo che ha accompagnato Madonna di Campiglio per cinquant'anni: la stella, ma l'ispirazione originaria era quella della rondella del bastoncino da sci, che ha preso il posto dell'orso. Qui la versione originale, apparsa per la prima volta sulla brochure della 3Tre a marzo 1972.

8. L'interpretazione forse più nota della stella, realizzata negli anni Ottanta con i colori giallo e blu.

9. La stella graficamente aggiornata.

10. Negli anni Duemila l'Azienda per il Turismo di valle è ormai una realtà. Questo il suo logo, che ingloba tutti i componenti del territorio.

11. Arriviamo ai giorni nostri con l'ultima evoluzione del brand, assai ricca di indicazioni.

12. Il logo evolve ancora ed è storia attuale. Il richiamo è a un territorio ancora più esteso della Val Rendena, che arriva fino alla Valle del Chiese e comprende le Giudicarie Centrali. Il segno grafico diventa una "M" con una punta (a simboleggiare le guglie del Brenta e i piani di neve dell'Adamello-Presanella). La parte testuale richiama quel nome che da oltre un secolo rappresenta il traino dell'intero territorio.



ONCE UPON A TIME... PLACES AND SYMBOLS

WHAT ARE THE ICONIC PLACES, SYMBOLS AND IMAGES THAT HAVE REPRESENTED MADONNA DI CAMPIGLIO SINCE IT FIRST ENCOUNTERED TOURISM UNTIL THE START OF THE THIRD MILLENNIUM? I'LL TELL YOU ABOUT THE INTERESTING RESEARCH CARRIED OUT BY CAMPIGLIANO HISTORIAN, PAOLO LUCONI BISTI.

Flora and fauna, skiers and stars, the sacred and secular, ski poles and the letters of the alphabet. There are many symbols that have represented Madonna di Campiglio throughout its history. A list of graphical symbols associated with the resort that have succeeded each other in the imagination of people's minds decade after decade. Here they all are, together for the first time: enjoy a trip back in time.

1. It is 1874. The Alpine hotel of Giovanni Battista Righi, Campiglio's first modern hotel, is in its second season. Righi publishes this advertisement, which lists the 'healthy air' among its most esteemed qualities, in the local press. The name 'Campiglio' is highlighted in verbose and imposing character, bringing it to life in three dimensions. The establishment, in step with the fashion of the times, is sold as a hot spa!

2. Franz Josef Oesterreicher, the leading proponent of 'Hapsburg Campiglio', succeeds Righi. The Forderungs-Verein is founded during his time in Campiglio, a forerunner of



the current Tourist Board. This is its logo: The village's Madonna with Child, crowned with local flora and designed by Gottfried Hofer.

3. One of the most recognisable symbols of Madonna di Campiglio: a bear on a tufted horned rampion that has adorned the southern facade of the Salone Hofer since 1895. Following a minimal restoration during the eighties, it was returned to its former glory a few years later following a second restoration that recovered its original imprint.

4. Creativity led Gottfried Hofer, a painter from Bolzano for whom Campiglio was an ideal source of inspiration, to design numerous compositions. Here we can see an example that was published in the guide of Dr Max Kuntze, 'Madonna di Campiglio un seine Umgebung' ('The settlement of Madonna di Campiglio and its surroundings'), in 1905.

5. It is the mid-1930s. Skiing erupts onto the winter tourism scene and changes everything forever. The Alpine area enthusiastically welcomes this new craze, which changed its fortunes. Madonna di Campiglio comes to the party later than its more famous competitors due to the absence of sufficient means of communication.

6. The bear returns to Campiglio's logo, this time in a winter version. Requested by the Tourist Information Centre, this graphic (the first true logo of the modern age) characterised the image of the area for several decades.

7. The symbol that has gone hand-in-hand with Madonna di Campiglio for 50 years: the star, but the original inspiration was the washer of a ski pole, which has taken the bear's place. Here in its original version, it appeared for the first time in the 3Tre brochure in March 1972.

8. Arguably the most famous interpretation of the star, the yellow and blue version created in the eighties.

9. An updated graphic of the star.

10. Early in the 21st century, the valley's Tourist Board is now a reality. This is its logo, incorporating all elements of the region.

11. We arrive in the present day with the latest, highly detailed, evolution of the brand.

12. The logo evolves again as the history of the present. The reference is to the even more extensive region of Val Rendena, which stretches as far as the Valle del Chiese, encompassing the central Giudicarie area.

The graphic becomes an 'M' with a point (symbolising the peaks of the Brenta and the snowy Adamello-Presanella plains). The 'M' harks back to the name that has represented the heart of the entire region for more than a century.



"LA GRANDE STORIA DELLA 3TRE" IN UN LIBRO

DAGLI ALBORI TARENTINI FINO A DIVENTARE UNA DELLE PIÙ IMPORTANTI GARE DI SCI AL MONDO, LA STORIA DELLA 3TRE È ORA RACCONTATA IN UN LIBRO, SCRITTO DA PAOLO LUCONI BISTI ED EDITO DA GIUNTI, RICCO DI DETTAGLI, PARTICOLARI, FOTOGRAFIE.



3TRE

Ieri 3Tre, oggi 3Tre-FIS Ski World Cup night slalom, 68 edizioni, è la quarta gara più antica della Coppa del Mondo, la più antica in assoluto per l'Italia. Bastano queste poche informazioni per tracciare il contorno di una storia importante, grandiosa, per lo sport, lo sci, il mondo della neve. E per Madonna di Campiglio dove arriva nel 1957 per iniziativa di Gianvittorio Fossati Bellani, commissario tecnico e vicepresidente della Fisi, tra i fondatori

e presidente per quasi trent'anni delle Funivie Madonna di Campiglio. Da quel momento Madonna di Campiglio e la 3Tre crescono insieme. Si diffonde la fama della prima, aumenta d'importanza la seconda, e viceversa. L'anno di svolta, per la 3Tre e per lo sci alpino in generale, è il 1967: nasce la Coppa del Mondo. Le prove valide per l'assegnazione del prestigioso trofeo sono sette e la 3Tre viene subito inclusa nel circuito, considerata ormai da tutti

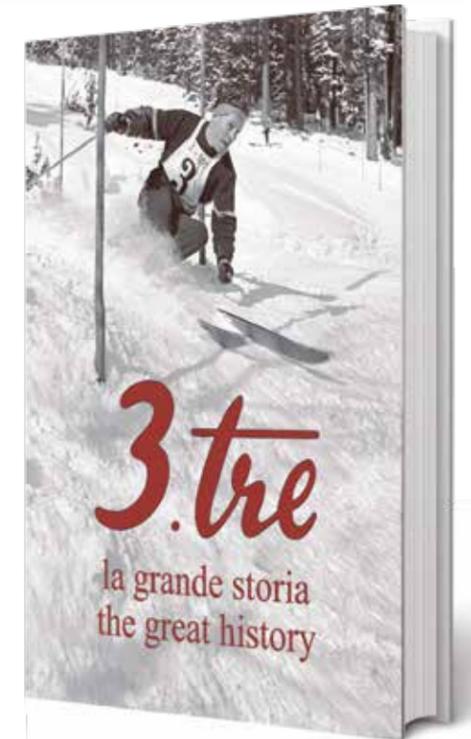
gli atleti una grande classica. Dopo due anni, durante i quali il podio campigliano viene conquistato dai francesi, un primo grande nome si affaccia nella storia dello sci alpino italiano: è quello di Gustav Thöni, che proprio tra le Dolomiti di Brenta si afferma come fuoriclasse della Nazionale azzurra. L'ultimo italiano a vincere sul Canalone Miramonti è stato Giorgio Rocca nel 2005.

'THE GREAT HISTORY OF 3TRE' IN A BOOK

FROM ITS ORIGINS IN TRENTINO TO BECOMING ONE OF THE MOST IMPORTANT SKI RACES IN THE WORLD, THE HISTORY OF 3-TRE IS NOW BEING TOLD IN A BOOK BY PAOLO LUCONI BISTI AND PUBLISHED BY GIUNTI, FULL OF DETAILS, TRIVIA, AND PHOTOGRAPHS.

Yesterday 3Tre, now the 3Tre-FIS Ski World Cup night slalom, 68 editions, is the fourth oldest race in the World Cup and

the oldest in Italy. Few words are needed to trace the history to outline an important and magnificent story for the sport, skiing and winter sports. And for Madonna di Campiglio, where it arrived in 1957 on the initiative of Gianvittorio Fossati Bellani, the technical director and vice president of FISI, one of the founders and president for almost thirty years of Funivie [or Cable cars] of Madonna di Campiglio. From that time, Madonna di Campiglio and 3Tre have grown in tandem. As the fame of the first spread, the importance of the second increased, and vice versa. The turning point, for 3Tre and for alpine skiing in general, was 1967, with the birth of the World Cup. There are seven tests for the awarding of the prestigious trophy, and 3Tre, now considered a great classic by all athletes, is immediately included in the circuit. After two years where the Campigliano podium has been conquered by French skiers, an early big name looks into the history of alpine skiing: Gustav Thöni, who proved himself as a champion in the Italian



national team right here, in the heart of the Dolomites. The last Italian winner on Canalone Miramonti was Giorgio Rocca in 2005.



GLI ALBORI: UNA NASCITA TRENTINA.

Paganella, Serrada di Folgaria, Monte Bondone, San Martino di Castrozza, Canazei, Marmolada, Madonna di Campiglio: nel leggere l'elenco delle località che hanno ospitato la 3Tre ci si rende conto di come questa sia probabilmente la più "trentina" delle competizioni invernali della storia di questa provincia. La "Tre giorni internazionale del Trentino" ha da poco superato i settant'anni di vita; il cronometro della manifestazione cominciò infatti a misurare la bravura dei suoi campioni nel gennaio 1950, quando con la discesa libera Paganella-passo Santel prese il via la sua lunga storia.

LA GRANDE STORIA.

Le vicende della 3Tre si sono sviluppate nell'arco di 67 edizioni,

con 122 gare suddivise tra tutte le specialità dello sci alpino (tra cui 20 discese libere, 34 slalom giganti e 64 speciali). Oggi la 3Tre è la quarta manifestazione più antica della Coppa del Mondo di sci dopo il trofeo del Kandahar (1928), quello del Lauberhorn (1930) e quello dell'Hahnenkamm di Kitzbuhel (1931). A raccontare questa parte così importante della storia dello sport trentino e nazionale è il libro "La grande storia della 3Tre", volume realizzato da Paolo Luconi Bisti ed edito da Giunti che arriva in edicola alla vigilia del Natale 2021, e che per la prima volta raccoglie le cronache di tutte le singole edizioni, una dopo l'altra, con i protagonisti, i podi, gli aneddoti e le curiosità. La parte del leone è costituita dalle fotografie: oltre mille immagini, da quella di Zeno Colò che taglia vittorioso il traguardo del primo slalom di Serrada a quella di Kristoffersen vincitore a Campiglio l'anno scorso.

I CAMPIONI DI IERI, I PROTAGONISTI DI OGGI.

Uno slalom tra i ricordi, tra momenti memorabili e altri difficili, che l'autore ha raccolto nel corso di anni di ricerche. "Le emozioni sono infinite - racconta Paolo Luconi Bisti - le gesta dei pionieri negli anni Cinquanta (Zeno Colò, Ermanno Nogler, Stein Erikssen, Egon Zimmermann, Charles Bozon, Paride Milanti...), l'evoluzione dello sci nei Sessanta (Carlo Senoner, Karl Schranz, l'Equipe de France) e il debutto della Coppa del Mondo maschile in Italia con lo slalom sul Miramonti nel 1967; la nuova era negli anni Settanta con i paladini della Valanga Azzurra, Gustavo Thoeni, Piero Gros, Fausto Radici, Paolo De Chiesa e Ingemar Stenmark che vince a Campiglio la sua prima gara di Coppa (in totale alla 3Tre saranno dodici). Poi l'epoca

indimenticabile di Alberto Tomba, che nel 1987 coglie il primo dei suoi tre successi sul Miramonti, con gli anni Novanta che si concludono con la famosa inforcata del 1997, edizione annullata da Guenther Hujara". Trovano spazio, nelle pagine di Bisti, appassionate e ricche di informazioni, anche gli anni Duemila e la non facile ripartenza, tra soste ed edizioni non inserite nel calendario maggiore. Fino alla riconferma finale negli anni di Hirscher e Kristoffersen di quella che è una tradizione patrimonio dello sport italiano, la più antica gara di sci della Coppa del Mondo in Italia.

THE EARLY YEARS: TRENTINO FOUNDATIONS.

Paganella, Serrada di Folgaria, Monte Bondone, San Martino di Castrozza, Canazei, Marmolada, Madonna di Campiglio: when reading the list of locations that have hosted the 3Tre, you realise how this is probably the most 'Trentino' of the winter competitions in the history of this province. The 'Trentino Three-day international' recently celebrated its seventieth birthday; the chronometer started measuring the skill of its champions in January 1950, when its long history began with the Paganella-passo Santel downhill race.

A GREAT HISTORY

The history of the 3Tre has developed over 67 editions, with 122 races divided among the specialisms of alpine skiing (including 20 downhill races, 34 giant slaloms, and 64 special events). Today, the 3Tre is the fourth oldest event in the skiing World Championship after the Kandahar trophy (1928), the Lauberhorn di Wengen (1930), and the Hahnenkamm di Kitzbuhel (1931). The book 'The Great History of 3Tre' tells the story of this important part



Paolo Luconi Bisti, di Madonna di Campiglio, è pubblicitista e collaboratore di varie testate locali e nazionali. Fotografo freelance, documenta da anni la vita e le trasformazioni della "Regina delle nevi". La passione per la ricerca e il passato lo hanno portato ad approfondire la storia locale pubblicando numerosi libri. "La grande storia della 3Tre" è la sua quindicesima opera su Madonna di Campiglio.

Paolo Luconi Bisti, from Madonna di Campiglio, is a publicist and collaborator of many local and national newspapers. A freelance photographer, he has documented the life and transformation of the "Regina delle nevi" or Snow Queen. His passion for research and the past has led him to investigate local history, publishing numerous books. "The Great History of 3Tre" is his 15th book on Madonna di Campiglio.



Il Canalone Miramonti, Marcel Hirscher in azione, durante la gara. The Canalone Miramonti, Marcel Hirscher in action, during the race. G. Podetti, P. Bisti

YESTERDAY'S CHAMPIONS, TODAY'S PROTAGONISTS.

A slalom through memory, from memorable moments to other more difficult times, which the author has collected over years of research. 'There are infinite emotions' says Paolo Luconi Bisti 'the exploits of the pioneers in the fifties (Zeno Colò, Ermanno Nogler, Stein Erikssen, Egon Zimmermann, Charles Bozon, Paride Milanti...), the evolution of skiing in the sixties (Carlo Senoner, Karl Schranz, the French team) and the debut of the men's World Cup in Italy with the slalom in Miramonti in 1967; the new era of the seventies with the champions of the Valanga Azzurra or Blue Avalanche, Gustavo Thoeni, Piero Gros, Fausto Radici, Paolo De Chiesa and Ingemar Stenmark, who won his first race in the cup in Campiglio (out of a total 12 in the 3Tre). Then the unforgettable era of Tomba, who in 1987 won the first of his three titles on Miramonti, the nineties which concluded with the famous series of 1997, which was cancelled by Guenther Hujara'. The 21st century also features in the pages of Bisti's book, which is passionate and full of information, and the hard restart following stoppages and editions that were not entered into the major calendar. Until the final confirmation of Hirscher and Kristoffersen in recent editions, which have become a part of Italian sporting heritage, the oldest ski race in the World Cup in Italy.

NULLA È IMPOSSIBILE PER CHI HA IL CORAGGIO DI BUTTARE IL CUORE OLTRE L'OSTACOLO, COME CI INSEGNANO I PARTECIPANTI A "BRENTA OPEN" CON LE LORO IMPRESE.

BRENTA OPEN NELLA MONTAGNA C'È POSTO PER TUTTI

di/by **Nicolle Boroni**
photo **Filippo Frizzera**

Raccontare cosa è stato e cosa ha significato per me "Brenta Open" è quasi più difficile che scalare il Castelletto Inferiore. Mettere su carta e trasformare in parole sensazioni così piene e forti è davvero molto impegnativo, ma altrettanto emozionante è portarvi con me su queste alte cime. Indossate correttamente l'imbragatura, allacciate il caschetto, stringete le scarpette, liberate la mente e ascoltate. "Brenta Open" nasce nel 2015, quando si pensava a un importante evento per celebrare il 150° anniversario della prima salita sulla cima Tosa. In questa occasione, alcune persone con un immenso cuore hanno accompagnato sulla seconda cima più alta del Brenta un giovane ragazzo con autismo e la sua assistente. Da qui, anno dopo anno, la storia di pochi inizia a essere la conquista di molti e le Dolomiti di Brenta, in tutto il loro splendore, fanno il resto. "Brenta Open" è un gruppo di persone che ha un obiettivo comune ben chiaro: rendere le Dolomiti, Patrimonio dell'Umanità Unesco dal 2009, fruibili da parte di tutti. Nell'ambiente naturale più che le barriere architettoniche entrano in gioco quelle legate alla forza morale, alle qualità umane e al carattere che spesso sono direttamente legate alle difficoltà affrontate

nella vita. L'accesso alle montagne, indipendentemente dall'abilità o dallo stato psicofisico, è una conquista eccezionale. "Dal 2015, anno della prima edizione - spiega Simone Elmi, Presidente di "Dolomiti Open" - il seme di questa iniziativa è germogliato in tutto il Brenta e si è sparsa su tutte le cime, unendo, anno dopo anno, sempre più persone e trasmettendo un messaggio di condivisione, solidarietà e apertura verso il prossimo".

Nicolle Boroni impegnata in una scalata durante l'edizione 2021 di "Brenta Open".

Alcuni momenti dell'iniziativa. Nicolle Boroni on an ascent during the 2021 edition of the 'Brenta Open'. Some moments from the initiative.



LE EDIZIONI THE EDITIONS BRENTA OPEN

2015

Cima Tosa

2016

Cima Brenta e Cima Sella

2017

Campanile Basso

2018

Torre Prati e Gemello Inferiore

2019

Torre d'Ambiez e Campaniletto

2020

Brenta Bassa e Croz del Rifugio

2021

Castelletto inferiore

"La disabilità è spesso e volentieri vista come un ostacolo insuperabile, ma come hanno ben dimostrato i partecipanti delle varie edizioni (amputati alle gambe, ragazzi con autismo, amputati alla mano...), la disabilità è solo il punto di partenza dal quale una persona può reinventarsi trovando un proprio modo per superare limiti e paure. Da due anni faccio ormai parte di questa grande famiglia. Incontrarsi, salire tutti insieme al rifugio, trascorrere momenti intimi e profondi, dormire in rifugio e svegliarsi la mattina dopo è un modo per coinvolgere e condividere con i partecipanti le storie e le conquiste di ognuno. Adrenalina, paura, ansia, un mix di sensazioni che diventano chiare solo quando si arriva alla base della parete. Da lì, tra uno sguardo di incoraggiamento, una risata e qualche battuta, inizia la sfida con se stessi.

Durante la salita, circondati dalla maestosità delle Dolomiti, ci si sente ancora più piccoli. La paura lascia spazio alla meraviglia e allo stupore. Raggiunta la cima ci si accorge che a volte gli ostacoli non sono reali, sono solo nella nostra testa impedendoci di vivere a pieno la nostra vita. A completare le salite delle due cordate, tre musicisti (due dalle cime e uno dal rifugio) danno vita a un gioco di echi suggestivi e dall'alta carica simbolica: non importa dove uno riesce ad arrivare, perché la vera sfida è nel superamento dei propri limiti."

Vi aspettiamo la prossima estate per una nuova avventura. Cosa scaleremo? Venite a scoprirlo il 23 e il 24 luglio 2022.

"Brenta Open" è la dimostrazione che la disabilità può trasformarsi da limite in opportunità.

'Brenta Open' shows that a disability can be transformed from a limitation into an opportunity.



"Disabilities are often seen as an insurmountable obstacle but as the participants of the various editions have shown (leg amputees, autistic children, hand amputees), disability is merely a starting point from which someone can reinvent themselves and overcome limitations and fears in their own way. I have been a part of this big family for two years. Meeting up, climbing up to the refuge together, spending profound and intimate moments together and sleeping in the refuge and waking up the next day is a way to become involved and to share in everyone's triumphs. Adrenaline, fear and anxiety, a mix of emotions that only become clear when you arrive at the foot of the mountain face. From there, among the encouraging glances, smiles and jokes, the challenge begins within. During the ascent, surrounded by the imposing Dolomites, you feel

even smaller. Fear gives way to wonder and astonishment. Upon reaching the summit, you realise that sometimes obstacles are not real, that they only exist in our minds, preventing us from living our lives to the full. To complete the ascent of the two teams, three musicians (two from the summits and one from the refuge) play an evocative and symbolic game of echos: it doesn't matter how far you get, the true challenge is going beyond your limits."

We look forward to seeing you next summer for a new adventure. What shall we climb? Come and find out on 23 and 24 July 2022.



'BRENTA OPEN': THERE'S ROOM FOR EVERYONE ON THE MOUNTAIN

Nothing is impossible for those with the courage to go the extra mile to overcome an obstacle, as the participants in the 'Brenta Open' show us through their achievements.

young people accompanied a young autistic boy and his carer on their ascent of Brenta's second highest peak. Now, year after year, the story of these few has become the conquest of many, and the wonder of the Brenta Dolomites does the rest. The 'Brenta Open' is a group of people with one very clear goal: to make the Dolomites, which became a UNESCO world heritage site in 2009, accessible to all.

Morale and the human qualities and character that are often directly linked to the difficulties we face in life, come to the fore in the natural environment more so than in the man-made environment. Accessing the mountains, irrespective of ability or psycho-physical state, is an exceptional triumph. 'Since the first edition in 2015' explains Simone Elmi, President of the 'Dolomites Open', 'the seed of this initiative has spread throughout Brenta and to all of the peaks, bringing more and more people together every year and transmitting a message of sharing, solidarity and openness towards others'.

Talking about what the 'Brenta Open' was and what it meant for me is almost harder than climbing the Castelletto Inferiore. It is tricky to put such full and strongly felt and feelings down on paper, but it is equally exciting to take you with me to these high peaks. Put on your climbing harness, fasten your helmet, tighten your mountain boots, free your minds and listen. The 'Brenta Open' began in 2015 when considering an important event to celebrate the 150th anniversary of the first ascent of the Tosa. On this occasion, some big-hearted

L'AZIENDA PER IL TURISMO MADONNA DI CAMPIGLIO, NELL'AMBITO DELLE ATTIVITÀ DI SVILUPPO PRODOTTO, È ALLA RICERCA DI LUOGHI, PERCORSI, RACCONTI CHE POCHI CONOSCONO E CHE POTREBBERO EMERGERE DIVENTANDO OCCASIONE DI ESPERIENZA PER GLI OSPITI.

di/by PAOLA ZANETTE

UNA MONTAGNA DI MONTAGNE

La scorsa primavera, cogliendo l'occasione della sua nuova e ampliata area di competenza dalle Dolomiti di Brenta al lago d'Idro, l'Azienda per il Turismo Madonna di Campiglio ha coinvolto, in una "chiamata" del tutto speciale, le persone che vivono in Val Rendena, Giudicarie Centrali e Valle del Chiese, ma anche chi frequenta assiduamente questo territorio come gli ospiti delle seconde case. L'obiettivo è stato ed è tuttora quello di scovare, attraverso la voce dei residenti (operatori del turismo ma non solo, senza alcun vincolo di età o appartenenza a categorie),

un luogo poco conosciuto in grado di suscitare meraviglia, una storia curiosa che emozioni, dettagli, sfumature e ispirazioni profondamente connesse alla dimensione montagna che possano essere trasformate in esperienze memorabili. L'unica "condizione" per partecipare è quella di conoscere e vivere il territorio con il desiderio di trasferire qualcosa di più, di nuovo e di originale agli ospiti. Qualche indizio per cominciare a pensare all'esperienza da segnalare? Che sia fuori dalla massa e che contempli i seguenti elementi: sorpresa/stupore, soggettività/protagonismo, unicità/esclusività, bellezza/

emozione. Le prime idee arrivate, insieme a quelle che continuano ad essere segnalate, saranno selezionate in coerenza con la strategia di sviluppo e promozione turistica e, in collaborazione con i proponenti e previo benessere degli stessi, trasformate in progetti realizzabili e inserite nel programma generale delle esperienze stagionali. È un modo, questo, anche di dare esecuzione al Piano strategico pluriennale e a uno dei suoi pilastri più significativi, il passaggio "da logo a luogo", che pone un forte accento sui contenuti e su un ambito fatto di emozioni e relazioni. L'obiettivo è essere unici e,

nello stesso tempo, molteplici. Nella particolarità di questo territorio, caratterizzato, in tutta la sua percorrenza lago d'Idro-Madonna di Campiglio, dalla Linea delle Giudicarie, una profonda spaccatura geologica che divide le Alpi Centrali e le Alpi calcaree meridionali (comprendenti le Prealpi italiane e i massici dolomitici) e fa incontrare Adamello-Presanella e Dolomiti di Brenta, la diversità ambientale, le pieghe della storia, le vicissitudini personali e imprenditoriali nascondono forse ancora qualcosa - luoghi, persone, esperienze - che può diventare ricordo, memoria, narrazione condivisa.

A MOUNTAIN OF MOUNTAINS

In the context of product development activities, the Madonna di Campiglio tourist board is looking for little-known places, journeys and stories that could come to light and become visitor experience opportunities.

Last spring, taking advantage of the opportunity of the new and expanded area for which it is responsible, stretching from the Brenta Dolomites to Lake Idro, the Madonna di Campiglio Tourist Board issued a special 'call' to all those living in Val Rendena, central Giudicarie and Val del Chiese, as well as those who regularly spend time in the area as second home owners. The goal was, and remains, to learn from the area's residents (not just tourist operators, and without any restrictions concerning age or classification) about little-known places capable of evoking wonder, unusual and emotional stories with details, hues and inspirations relating to the mountain aspect that can be transformed into memorable experiences. The only prerequisite for participation is a knowledge and experience of

the region and a desire to pass on something new, extra and original to its visitors. Some tips for when you start thinking about the experience that you wish to highlight: it should stand out from the crowd and include some of the following elements: surprise/wonder, subjectivity/involvement, uniqueness/exclusivity and beauty/emotion. The first ideas to be received, and those which continue to be highlighted, will be selected in line with the development and tourist promotion strategy and, in collaboration with the applicants and their prior consent, transformed into realisable projects and entered into the general programme of seasonal experiences. This represents another way to implement the long-term Strategic Plan and one of its main cornerstones, the passage from 'place to place', which puts

significant emphasis on content, and a context that is made up of emotions and relationships. The objective is to be unique and, at the same time, one of many. Special features of this region, prominent throughout its journey, include Lake Idro-Madonna di Campiglio, the Giudicarie Line, a deep geological fissure separating the Central Alps and the southern limestone Alps (including the Italian Alpine foothills and the Dolomite Massifs), bringing the Adamello-Presanella and Brenta Dolomites together, the environmental diversity, the folds of history, personal and entrepreneurial exploits that are perhaps still hiding something - places, people, experiences - which can become shared reminders, memories and stories.

UNA MONTAGNA DI MONTAGNE

Alla ricerca di luoghi, percorsi, racconti che pochi conoscono e che molti vorrebbero vivere

PARTECIPA ALLA RACCOLTA DI IDEE PER NUOVE ESPERIENZE IN VAL RENDENA, GIUDICARIE CENTRALI E VALLE DEL CHIESE.

RISPONDI ALLA CHIAMATA!

ANSWER THE CALL!

Vuoi partecipare anche tu alla raccolta di idee "Una montagna di montagne"? È semplice. Bastano pochi minuti del tuo tempo per compilare il questionario dedicato che trovi all'indirizzo: www.campigliodolomiti.it/questionario e segnalare la tua proposta.

Would you also like to take part in the collection of ideas for 'A mountain of mountains'? It's easy. It takes just a few minutes of your time to complete the dedicated questionnaire that can be found here: www.campigliodolomiti.it/questionario and make your recommendation.



LA VAL RENDENA
È TERRA DI VINI?
NATURALEZZA E
E BIODIVERSITÀ
ALL'AZIENDA
AGRICOLA "IL PETAR"
DI SPIAZZO.

UN GRAPPOLO DI AMORE

di/by SARA DEFRANCESCO
photo MARCO VAROLI

PERSONE PEOPLE

PERSONE PEOPLE



La chiamano viticoltura eroica. È là dove gli agricoltori coltivano vitigni su luoghi impervi, dove la natura è possente e si prende i suoi spazi. È dove le mani e i mezzi sapienti dell'uomo plasmano il territorio, rispettandolo, riportandolo ad una bellezza millenaria.

È così che nascono luoghi dalla grande anima, dove puoi leggere la storia di un paese e di un popolo nelle forme del territorio - in un muretto a secco, in un terrazzamento, nel bosco che si alza sulle pendici del monte; dove ti giungono le voci di uomini e donne al lavoro, di coloro che ci hanno messo coraggio e tenacia nel recupero di un territorio abbandonato, dimenticato, o semplicemente lasciato alla montagna. Lo hanno curato e pulito, lo hanno reso fertile, portato a nuova vita, rispettandolo nelle sue forme e recuperandone il passato fruttifero. È in luoghi come questi che senti la grandezza della natura e delle gesta degli uomini della terra, la linfa che scorre nel suolo, nelle vigne, nei meleti, nei castagni. Una passeggiata in una giornata di sole, accompagnati da Riccardo e Gisella, ti porta a visitare i filari della piccola azienda agricola "Il Petar" nella frazione di Mortaso nel comune di Spiazzo. Bastano poche parole per capire il

cuore di questo luogo perché è nella profondità dei loro sguardi e nelle pieghe delle loro mani che si capisce tutto. La loro storia è sulla terra, su un duro lavoro di recupero territoriale, di equilibri e biodiversità: un percorso terra-bicchiere che non è scontato qui, ai piedi dell'Adamello, il ghiacciaio più esteso delle Alpi italiane. Il vignaiolo della Val Rendena è una figura moderna, così dice chi la valle la conosce bene. Ma pare che già nel 1500 qui si vinificasse. All'epoca erano i frati ad intendersene, ora sono gli agricoltori e piccoli produttori come Riccardo a conoscere ogni segreto della propria terra, a sapere come sarà il loro vino ancora prima di vinificare, perché il profumo della terra dice già tutto. Riccardo Collini è vignaiolo fin dall'infanzia: già con il nonno vinificava l'uva coltivata nella zona del Garda per una piccola produzione casalinga. Di casa è ancora l'approccio che Riccardo, insieme alla moglie Gisella, ha data all'azienda. A riempire il bicchiere è un vino che sa dell'aria frizzantina di montagna, di una terra che si è fatta coccolare e voler bene, con passione, tenacia e un continuo impegno. L'azienda nasce nel 1994, dal 2012 innestano il primo impianto di Solaris sugli antichi terrazzamenti di Spiazzo. A 700 metri di altitudine il vigneto resistente, che non richiede alcun trattamento, dà vita a **Ronc'OR**, un vino bianco aromatico, definito, vinificato in completa naturalezza, diverso di annata in annata perché a caratterizzarlo sono gli elementi alta quota-tempo-sole-luna-terra. Struttura forte e



Riccardo Collini presso l'Azienda agricola "Il Petar" a Spiazzo. Riccardo Collini at his farm "Il Petar" in Spiazzo.

decisa, piacevole acidità e importante gradazione alcolica. Nella cantina de "Il Petar" c'è poi anche un rosso, un Merlot corposo denominato **Coldariva**: profumi, colore, gusto e terroir hanno la nota di un percorso, un viaggio che dal ghiacciaio della Val Rendena arriva alle sabbie della Valle del Garda, portandone con sé la costante crescita di mineralità del torrente Sarca. Si continua a camminare in salita per raggiungere il piccolo meleto dell'azienda dal quale si produce un dolcissimo succo di mela; si continua tra i castagni innestati lo scorso autunno e si finisce con il sedersi sulla panca di legno della baita, da dove fanno capolino le capre, costruita dalle abili mani di Riccardo. E da qui la vista è bella, inclusiva, consapevole che l'amore per la terra dà solo buoni frutti.



Gisella Stefani nel suo orto. Gisella Stefani in her garden.

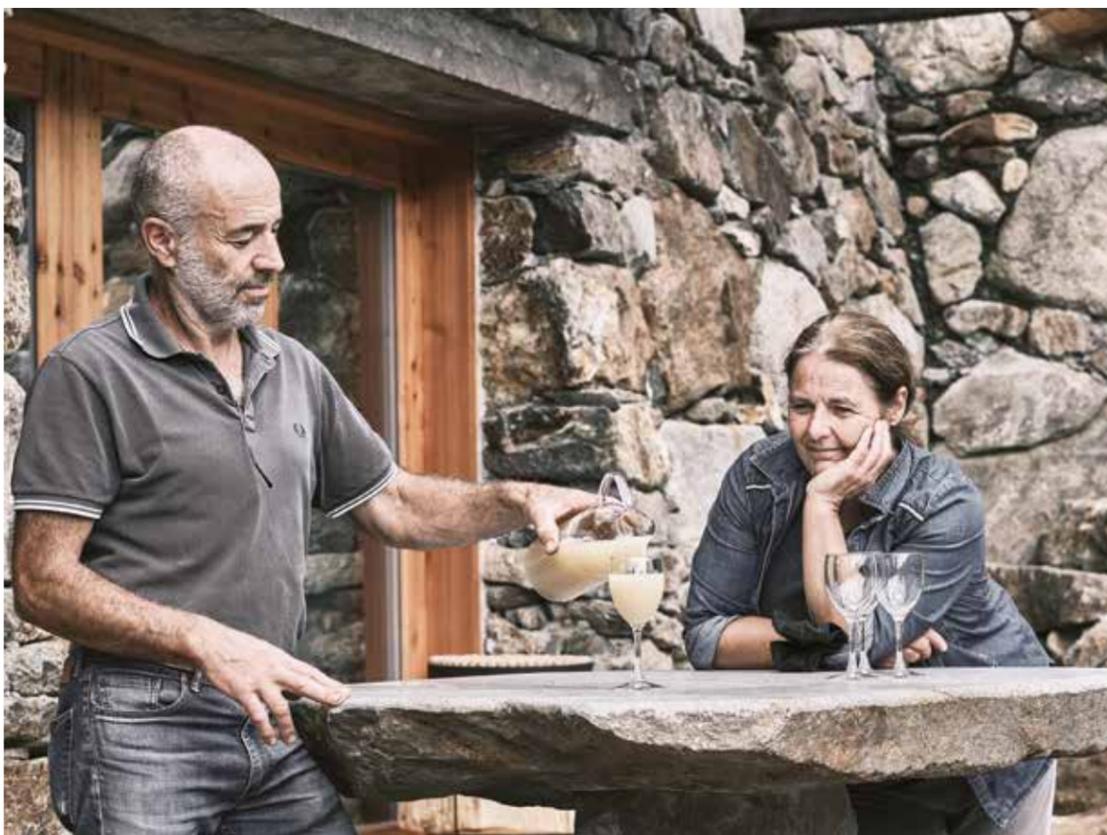


A BUNCH OF LOVE

IS VAL RENDENA A WINE REGION? SIMPLICITY AND BIODYNAMIC FARMING AT SPIAZZO'S 'IL PETAR' FARM.

They call it heroic viticulture - It is here that farmers are cultivating vines in inaccessible places, where nature rules, occupying much of the space. This is where expert hands and tools are shaping the region, respecting it, and bringing it back to its ancient beauty.

This is how places with great spirit are born, where you can read the history of a village and its people in the shape of the land - in a dry-stone wall, in the terraces,



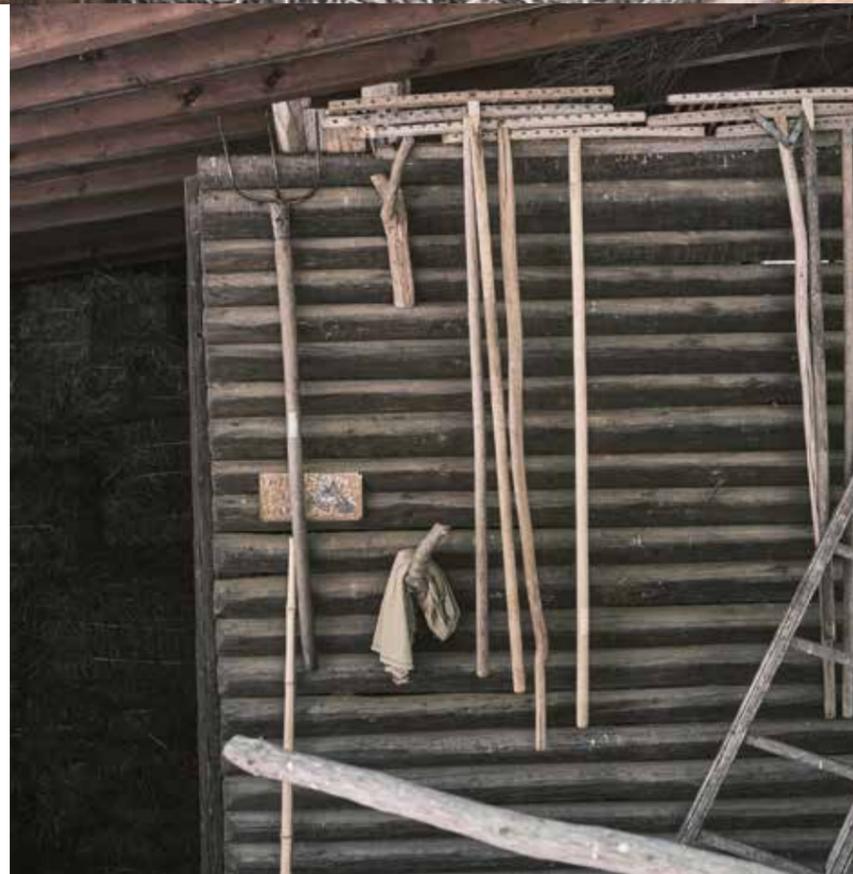
in the woodlands that rise up the slopes of the mountain; where you can hear the voices of men and women as they work, courageously and tenaciously setting about recovering land that has been abandoned, forgotten, or just left to the mountain. They have maintained and cleared it, made it fertile, and brought new life to it, respecting its shape and restoring its fruit-bearing past. It is in places like this that you can feel the scale of the effects of nature and mankind on the land, the sap that runs through the soil, the vines, orchards, and chestnut trees.

Taking a walk on a sunny day, accompanied by Riccardo and Gisella, we visit the vines of their small farm, 'Il Petar', in the hamlet of Mortaso in the Municipality of Spiazzo. Just a few words are enough for you to understand the heart of this place, you can see it all in their eyes and the folds of their hands. Their history is in the land, in the hard work of recovery planning, of equilibrium and biodiversity: a path from the soil to the glass that is not taken for granted here at the foot of the Adamello, the

largest glacier in the Italian Alps. Those who know the valley well say that the winemakers in Val Rendena are a relatively recent feature. But that's not quite how it is: it seems that wine was already being produced here in 1500. At that time, it was friars who learnt about it, now it is farmers and small producers like Riccardo who know all of the secrets of the land, and how their wine will taste, even before it is made, because the smell of the soil already tells them all they need to know.

Riccardo Collini is an all-around winemaker: he used to make wine with his grandfather using grapes grown in the Garda area for small-scale homemade production. This homemade approach is still used by Riccardo and his wife Gisella in their winery. A glass of their wine is a nectar that tastes of the crisp mountain air, of land that has been lovingly tended with passion, persistence, and continuous commitment.

The winery was established in 1994, and by 2012 the first Solaris vines had been planted on Spiazzo's ancient terrace. At an altitude of 700m, this



Alcuni momenti di vita e lavoro presso "Il Petar".
Some everyday life moments at "Il Petar".

*hardy vine, which does not require any treatment, produces an aromatic white wine, **Ronc'OR**, naturally defined and fermented, that differs from one year to the next, as it is characterised by the elements of high altitude, time, sun, moon, and soil. With a strong, robust flavour, pleasing acidity and a high alcohol content. The 'Il Petar' cellar also has a red, a full-bodied Merlot called **Coldariva**: its aroma, colour and terroir have the notes of a process, a journey from the Val Rendena glacier to the sands of the Garda valley, bringing with it the constantly increasing minerality of the Sarca river. We continue to walk up the slope to reach the winery's small orchard, from which they produce their sweet apple juice; we continue through the chestnut trees that were introduced last autumn and finish up by taking a seat on a wooden bench by the hut where the goats are kept, constructed by Riccardo's capable hands. The view from here is beautiful, inclusive, aware that a love of the soil only bears good fruit.*

UN INVERNO "BESTIALE"

di/by **NICOLÒ SANTONI**
e/and **ANDREA MUSTONI**
PARCO NATURALE
ADAMELLO BRENTA
GEOPARK

**SULLE ALPI
È ARRIVATO
L'INVERNO E GLI
ANIMALI DEVONO
AFFRONTARE UN
PERIODO DIFFICILE.**

***WINTER HAS
ARRIVED ON THE
ALPS AND WILDLIFE
HAS TO FACE A
DIFFICULT PERIOD.***

photo M. Failoni

IN INVERNO GLI ANIMALI ADOTTANO STRATEGIE DI SOPRAVVIVENZA PER SUPERARE IL RIGORE DELLA STAGIONE FREDDA. LA PRIMA È L'ATTESA.

Sulle Alpi è arrivato l'inverno. Le giornate si fanno più corte e le temperature gradualmente si abbassano, anche di parecchi gradi sotto lo zero termico. La montagna si trasforma cambiando i suoi colori e dai boschi di fondovalle fino alle cime più alte si respira un'aria di fredda tranquillità. In questa stagione gli animali selvatici devono affrontare un periodo difficile per la loro sopravvivenza perché il cibo scarseggia, la neve complica gli spostamenti e le zone di rifugio dove trovare quiete possono essere limitate o distanti tra loro.

Ma gli animali tipici delle nostre montagne si sono preparati nel corso dei millenni e hanno evoluto una serie di adattamenti fisici, morfologici e comportamentali che permettono loro di far fronte ai rigori invernali. Per difendersi dal freddo i mammiferi vestono una pelliccia più folta, alcuni uccelli si coprono con piccole e soffici piume poste sotto quelle principali e molte specie diventano bianche per essere più mimetiche quando le montagne sono completamente coperte dalla neve.

Le giornate più corte e meno soleggiate spingono gli animali a muoversi poco e riposare di più per conservare le energie. È particolare osservare che specie diverse abbiano sviluppato strategie tutto sommato simili e legate

al tentativo di non sprecare energie quando il cibo scarseggia. Osserviamo che negli ungulati come il camoscio, lo stambecco e il cervo, ma anche nei galliformi alpini, come la pernice bianca e il gallo forcello, la giornata è costituita da brevi momenti dedicati all'alimentazione, intervallati da lunghi periodi in cui gli animali stanno fermi, al riparo, forse in attesa che la primavera torni a riscaldare la montagna e a donare una maggiore disponibilità di cibo. Tra le strategie più particolari adottate dalla fauna durante l'inverno c'è sicuramente il letargo; un sonno più o meno profondo in cui cadono molti animali proprio per evitare lo spreco di energie e aspettare.

È così che superano i rigori invernali molti mammiferi come il tasso, le marmotte, gli scoiattoli e i ghiari. Anche l'orso bruno durante il periodo invernale si rifugia in grotte e anfratti dove si concede un sonno leggero durante il quale riduce le proprie funzioni vitali ma resta in uno stato di "dormiveglia" che all'occorrenza lo può riportare a essere vigile e attivo.

Altre specie entrano addirittura in uno stato "catatonico", abbassando il metabolismo e la temperatura al punto da raggiungere quasi il congelamento! Questa strategia è adottata da tutte le specie di anfibi e rettili, animali a sangue freddo che per la propria fisiologia non riescono a regolare autonomamente la temperatura (condizione detta di omeotermia). Fatto curioso è che possono ibernarsi anche animali a sangue caldo, detti eterotermi perché in grado di produrre calore autonomamente: è il caso dei pipistrelli che si rintanano in rifugi invernali per poi "scongelarsi" in primavera.

Un esemplare di camoscio.
A chamois.
T. Martini



A 'BEASTLY' WINTER

IN WINTER, ANIMALS ADOPT SURVIVAL STRATEGIES TO GET THROUGH THE RIGOURS OF THE COLD SEASON. THE FIRST IS WAITING.

Winter has arrived in the Alps. The days are shorter and the temperatures are gradually getting colder, even as much as a few degrees below zero. The mountain is transformed, its colours changing, and from the forests of the valley floor to the highest peaks, there is an air of cool tranquillity. At this time of year, wild animals must face a difficult period for

their survival as food becomes scarce, the snow makes it harder for them to move and the areas where they usually take shelter may be limited or further apart. But the animals typically found in these mountains have become prepared over the millennia, and have evolved a series of physical, morphological and behavioural adaptations that have allowed them to face the rigours of winter. To protect themselves from the cold, mammals have thicker fur, some birds become covered with small, fluffy feathers underneath their main feathers, and many species change their colour to white in order to camouflage themselves on the snow-covered mountains. The shorter, darker days force animals to move less and to rest more in order to conserve their energy. It is peculiar to observe that different species have

adopted quite similar strategies in their attempts to not waste energy when food is scarce. In ungulates, like the chamois, mountain goats and deer, but also in Alpine Galliformes, such as the Rock Ptarmigan and the black grouse, the day consists of short periods dedicated to feeding, interspersed with long periods where the animals are still, at rest, perhaps in anticipation that spring will return to heat up the mountain and lead to a greater availability of food. One of the most peculiar strategies adopted by the fauna during the winter is undoubtedly hibernation - a deep sleep into which many animals fall solely to avoid wasting energy, and to wait. And this is how many mammals like badgers, marmots, squirrels and dormice avoid the harshness of winter. The brown bear also takes shelter in caves

and ravines during the winter, where it can fall into a light sleep in which its vital functions are reduced, while remaining in a state of 'half-sleep' from which it can be brought back to a state of alertness and activity if necessary. Other species go into a 'catatonic' state, where their metabolism and temperature are lowered, almost to the point of freezing! This strategy is adopted by all reptile and amphibian species, cold-blooded animals that are able to independently regulate their temperature as a result of their physiology (a condition known as homeothermy). One curious fact is that warm-blooded animals, known as heterotherms, are also able to hibernate, as they are able to produce heat autonomously: this is the case with bats, which hole up in shelters for the winter before 'thawing' in the spring.



Dall'alto verso il basso, esemplari di stambecco (A. Mustoni), scoiattolo (M. Zeni), pernice bianca (N. Santoni).

From top to bottom, an ibex, a squirrel, and a white partridge.

TEZENIS VERONA E CAMPIGLIO, UN'AMICIZIA CHE CRESCE

LA PALLACANESTRO È STATA, ANCORA UNA VOLTA, PROTAGONISTA DELL'ESTATE CON IL RITIRO PRECAMPIONATO DI TEZENIS VERONA E I PROGETTI PER I PIÙ PICCOLI FIRMATI DA SCALIGERA BASKET.

di/by **GIAN PAOLO ZAFFANI**
photo **CATERINA ZATTARIN**

SPORT

Un'esperienza da vivere insieme, tra i paesaggi di Madonna di Campiglio e la Val Rendena, lascia sempre il segno e ancora una volta, da questi luoghi, la Scaligera Basket ha voluto ripartire. L'estate 2021 ha sancito in maniera ancora più solida il legame tra la società veronese e il territorio della Val Rendena. Mesi durante i quali tra Verona e Madonna di Campiglio il contatto è sempre stato strettissimo con la partenza già nel mese di giugno quando, a Pinzolo e Carisolo, è stato organizzato il Summer Camp. Una settimana di allenamenti riservata ai ragazzi delle Società che aderiscono al progetto Scaligera Basket Academy, un percorso di condivisione che abbraccia le società della provincia in maniera diffusa. Un appuntamento reso ancora più speciale da alcune incursioni dei giocatori della prima squadra della Tezenis Verona, arrivati a sorpresa per vivere una giornata fianco a fianco con i giovanissimi atleti. Poi, tra la fine di agosto e l'inizio di settembre il secondo passo.

Ancora più coinvolgente e ampio. Per il secondo anno consecutivo, Madonna di Campiglio è stata sede del ritiro estivo della Tezenis Verona, squadra che partecipa al campionato di Serie A2. Dal 25 al 31 di agosto, giocatori e staff hanno lavorato nella struttura di Carisolo sfruttando anche la bellezza della Pineta di Pinzolo. Un appuntamento che, di fatto, ha proiettato la squadra verso il primo scrimmage della stagione. Madonna di Campiglio è stata il campo base con l'Alpen Suite Hotel che ancora una volta ha accolto giocatori e staff in maniera impeccabile. Sei giorni di lavoro ma soprattutto sette giorni durante i quali coach Ramagli ha creato amalgama, gruppo e condivisione che all'inizio di una nuova stagione sportiva rappresentano la posa di un mattone per dare solidità certa a tutto l'anno sportivo. Questa attività è stata accompagnata dalla presenza dei ragazzi del settore giovanile per il Preseason Camp, una sorta di ritiro per i ragazzi delle giovanili che hanno avuto la possibilità di lavorare nelle

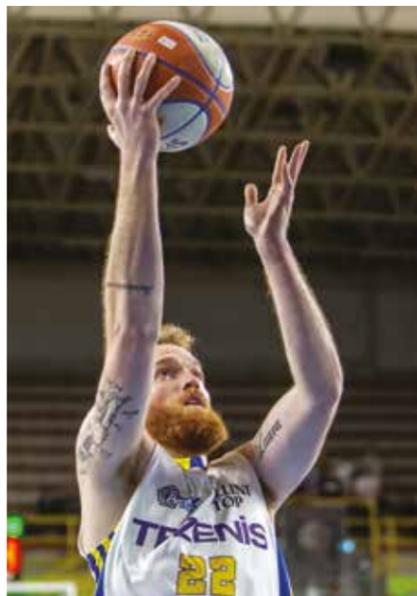
stesse strutture e vivere un'esperienza di condivisione a fianco dei campioni della prima squadra. Il programma creato dalla Scaligera Basket in collaborazione con l'Azienda per il Turismo Madonna di Campiglio ha raggruppato, dentro un'unica estate, le attività legate al mondo della pallacanestro veronese in maniera trasversale: con i ragazzi che praticano pallacanestro sul territorio di Verona e provincia, i ragazzi del settore giovanile e la prima squadra. Il filo conduttore, tra le montagne del trentino, è stato la pallacanestro: lo sport, in questo periodo storico, ha un valore ancora più particolare e importante per i più giovani. I mesi precedenti, fatti di limitazioni ed esperienze vissute a singhiozzo, hanno lasciato spazio alle nuove attività e a un coinvolgimento ancora più sentito. L'obiettivo dell'estate in Val Rendena è stato proprio questo: collegare il mondo della pallacanestro con attività che potessero unire piccoli e

grandi. Vedere, all'inizio della stagione, da vicino, i campioni della prima squadra allenarsi, è stata un'occasione per creare sinergia, gruppo e affiatamento. L'esperienza vissuta ha rappresentato una scuola e un insegnamento unico per i più giovani. La Scaligera Basket vuole crescere anche così: creando quell'aggregazione e quel senso di appartenenza forte che legano in maniera indissolubile passione e condivisione, dal territorio e dal movimento di base fino alla prima squadra. Lo sport rappresenta una palestra di valori e una continua formazione; Madonna di Campiglio e la Val Rendena sono il luogo ideale per questi progetti. Dopo la positiva esperienza con le attività del 2020, replicare anche nel 2021 è stato motivo di grande soddisfazione. È un legame che si rafforza, è un progetto che cresce e, ancora una volta, lancia un assist già al prossimo anno per arricchirsi ancora di più e ripetersi con gli stessi scenari e la speranza di poter vedere coinvolti anche i tifosi e i turisti.



Sasha Grant.

SPORT



Da sinistra a destra, from left to right, Guido Rosselli, Giovanni Pini, Xavier Johnson.

TEZENIS VERONA AND CAMPIGLIO, A BLOSSOMING FRIENDSHIP

Basketball was, once again, the star of the summer with Tezenis Verona's pre-season training camp and the projects for young players provided by Scaligera Basket.

A shared experience in the countryside around Madonna di Campiglio and Val Rendena always makes an impression, and once again, Scaligera Basket wanted to start the season here. Summer 2021 has further consolidated the bond between the Veronese club and the Val Rendena region. Months in

which contact between Verona and Madonna di Campiglio has always been very close, starting as early as June, when the summer camp was organised in Pinzolo and Carisolo. A week of training just for the young members of the Scaligera basket Academy project, a shared path that widely embraces the

clubs around the province. An event made even more special by several surprise visits by the first team players of Tezenis Verona, who spent a day with the young athletes. Then, between the end of August and early September, the second step. Even broader and more engaging.

ESTATE AZZURRA 2021

Gli Azzurri della pallacanestro sono tornati in Trentino. Dopo lo stop forzato dovuto alla pandemia nell'estate 2020, la Nazionale maschile è stata a Pinzolo, dal 5 al 13 giugno 2021, per preparare il Pre Olimpico di Belgrado (29 giugno/4 luglio), torneo che ha permesso all'Italia di partecipare ai Giochi Olimpici di Tokyo. L'ambito turistico di Madonna di Campiglio, con la Val Rendena, è stato lo splendido scenario nel quale la squadra del Commissario tecnico Meo Sacchetti ha costruito le fondamenta per il sogno più

grande della Nazionale: i cinque cerchi olimpici. Il legame tra il Trentino e il basket Azzurro è decennale mentre il training camp estivo è stato il terzo nel comune di Pinzolo e nel palazzetto di Carisolo. La qualità delle strutture, la professionalità dell'organizzazione e la disponibilità dell'Azienda per il Turismo Madonna di Campiglio e dell'intera comunità sono state un valore aggiunto per la squadra che ha potuto prepararsi apprezzando la cornice naturale delle Dolomiti di Brenta.

2021: THE SUMMER OF THE AZZURRI

The Italian national basketball team have returned to Trentino. After the forced stop in Summer 2020 as a result of the pandemic, the men's national team was in Pinzolo from 5 to 13 June 2021 to prepare for pre-Olympic qualifying in Belgrade (29 June-4 July), which allowed Italy to participate in the Tokyo Olympics. The tourist resort of Madonna di Campiglio, with Val Rendena, provided the stunning backdrop in which the team of technical director Meo Sacchetti built the foundations for the ultimate dream of the national team: the five Olympic

rings. The ties between Trentino and the Italian basketball team go back decades, while the summer training camp was in Pinzolo and the Carisolo Arena for the third time. The quality of the facilities, the professional organisation and the efforts of the Madonna di Campiglio Tourist Board and of the entire community have lent added value to the team, who were able to train while enjoying the natural setting of the Brenta Dolomites.



Da sinistra, il vicepresidente di Scaligera Basket Giorgio Pedrollo, Lorenzo Penna, il presidente di Azienda per il Turismo Madonna di Campiglio Tullio Serafini.

From left, Vice President of Scaligera Basket Giorgio Pedrollo, the player Lorenzo Penna (a basketball player), and president of the Tourist Board, Tullio Serafini.

PAROLA DI... PRESIDENTE!

Gianluigi Pedrollo, Presidente della Scaligera Basket, ha un rapporto molto particolare e stretto con Madonna di Campiglio. "Ogni anno, con la mia famiglia, vivo sempre con grande partecipazione Madonna di Campiglio, sia in estate che in inverno. Un luogo unico che racchiude in sé bellezza ed eleganza. Anche la scorsa estate abbiamo scelto Madonna di Campiglio e la Val Rendena come sede delle nostre attività per i più giovani e per il ritiro della prima squadra. Gli impianti sportivi, le strutture di eccellenza e il paesaggio contribuiscono a dare valore alle esperienze che offriamo. Per la prima squadra, il ritiro è un'occasione importante per creare gruppo prima dell'inizio del campionato mentre per i nostri giovani abbiamo come obiettivo quello di offrire attività formative e di aggregazione".

A FEW WORDS FROM THE PRESIDENT.

Gianluigi Pedrollo, the President of Scaligera Basket, has a very close and special relationship with Madonna di Campiglio. "Every year, with my family, I love to be a part of Madonna di Campiglio, in both summer and winter. It is a unique place that embodies beauty and elegance. Last summer, we also chose Madonna di Campiglio and Val Rendena as the place to host our activities for the youth system players and the pre-season training camp for our first team. The sports facilities, excellent accommodation and the landscape all add extra value to the experiences that we offer. For the first team, the training camp is an important opportunity for teambuilding before the start of the championship, while for our young players, we aim to offer an opportunity to come together and train".

The goal for the summer in Val Rendena was exactly that: to connect basketball with activities that could bring young and old together. Seeing the first team players training at the start of the season up close was an opportunity to create synergy, teamwork and camaraderie. The experience was a school and a unique learning experience for the youngest participants. Scaligera Basket wants to grow in this way: by creating these groupings and that strong sense of belonging that inextricably binds passion and sharing, from the region and from basic

movement, all the way up to the first team. Sport represents a gym of values and continuous training; Madonna di Campiglio and Val Rendena are the ideal location for these projects. After the positive experience of 2020, replicating it again in 2021 was a cause of great satisfaction. This is a bond that is growing stronger, it is a project that is growing, and plans are already underway to ensure that next year is even more enriching and replete with the same scenarios, in the hope of also being able to see fans and tourists involved.

LA "DOLOMITICA" DIVENTA MONDIALE

NEL 2022 LA DOLOMITICA BRENTA BIKE DIVENTERÀ UCI MTB MARATHON MASTERS WORLD CHAMPIONSHIPS ENTRANDO NEL CIRCUITO MONDIALE DELLE GARE DI MOUNTAIN BIKE. QUESTO TRAGUARDO RICONOSCE IL GRANDE LAVORO FATTO NEGLI ANNI DAL COMITATO ORGANIZZATORE.

di/by SARA BONOMI



TOP DOLOMITES 17-19.06.2022.

www.topdolomites.it

Giugno 2022 sarà, per l'ambito turistico di Madonna di Campiglio, il mese del ciclismo e della mountain bike. Nel weekend del 17-19 tornerà, dopo il successo dell'edizione 2021, sulle grandi salite da Riva del Garda a Madonna di Campiglio, anche la Top Dolomites Granfondo con la sua quarta edizione e 130 km di gara dalle vette delle Dolomiti di Brenta alle sponde del Lago di Garda, dal clima alpino al paesaggio mediterraneo.

June 2022 will be a month of road cycling and mountain biking for the Madonna di Campiglio region. Over the weekend of the 17th-19th, the fourth edition of the Top Dolomites Granfondo will also return to the climbs from Riva del Garda to Madonna di Campiglio, following the success of the 2021 edition, with a 130km race from the peaks of the Brenta Dolomites to the shores of Lake Garda, from the Alpine climate to the Mediterranean countryside.

THE 'DOLOMITICA' BECOMES THE WORLD CHAMPIONSHIP

In the context of product development activities, the Madonna di Campiglio Tourist Board is looking for little-known places, journeys and stories that could come to light and become visitor experience opportunities.



EVENTI EVENTS

EVENTI EVENTS

L'8ª edizione della **Dolomitica Brenta Bike**, in calendario il 26 Giugno 2022, sarà **Uci Mtb Marathon Masters World Championship** e assegnerà le maglie iridate di questa disciplina, inserendo **Pinzolo** tra le destinazioni scelte dall'Uci (Unione ciclistica internazionale) per ospitare gli appuntamenti mondiali di ciclismo e mountain bike del prossimo anno. La notizia è stata ufficializzata nel corso dell'annuale **Congresso dell'Uci** che si è svolto il 24 settembre scorso a Leuven (Fiandre - Belgio) in concomitanza con i **Campionati del mondo di ciclismo** su strada. Il prestigioso riconoscimento, assegnato a Pinzolo, premia gli organizzatori della Dolomitica Brenta Bike che, da otto anni, organizzano la marathon lungo gli spettacolari sterrati della Bikeland più grande d'Italia, ai bordi delle Dolomiti di Brenta Patrimonio dell'Umanità. Inoltre,

l'ingresso nel calendario Uci conferma la rilevanza di Pinzolo e della destinazione turistica Madonna di Campiglio come leader nell'organizzazione di eventi sportivi: dai ritiri della Serie A di calcio alla Coppa del Mondo di sci alpino, passando per il Giro d'Italia, citando i più significativi. Pinzolo **è stata selezionata e validata attraverso un processo di candidatura** che prevede la scelta delle destinazioni sulla base della loro storia nell'organizzazione di eventi e dell'affidabilità. Qualità, queste, che la Dolomitica Brenta Bike, con i suoi organizzatori e tutta Pinzolo, hanno dimostrato sul campo, edizione dopo edizione. Il prossimo 26 giugno, tra i tre percorsi di più livelli proposti dalla Dolomitica Brenta Bike, sarà la **Marathon** ad assegnare le maglie del Campionato del Mondo Masters: 67 km di lunghezza e 2.400 m di dislivello con partenza e arrivo a

Pinzolo dopo essere passati per Madonna di Campiglio. «Siamo onorati di aver raggiunto questo importante traguardo – ha commentato **Michele Maturi**, presidente del Comitato organizzatore di Dolomitica Brenta Bike – un passo importante attraverso il quale l'Uci conferma che abbiamo fatto le cose bene e siamo credibili. È anche un riconoscimento alla capacità organizzativa di tutto il territorio che, per la prima volta, si vede assegnato un Campionato del mondo negli sport mountain bike e ciclismo. Un bel successo per il nostro gruppo, per Pinzolo, per tutti». «L'assegnazione dei Mondiali Master – ha invece affermato **Giuseppe Corradini**, assessore ai Grandi eventi del Comune di Pinzolo – rappresenta l'ennesimo grande traguardo "tagliato" da Dolomitica Brenta Bike, a conferma del duro e serio lavoro portato avanti negli anni da un gruppo di

"volontari" mossi da un'infinita passione per lo sport e da un sincero attaccamento al nostro formidabile territorio». «Aver raggiunto questo obiettivo è motivo di orgoglio per tutta la nostra destinazione che ha una lunga storia, consolidata e riconosciuta, nell'organizzazione di eventi sportivi, di carattere nazionale e internazionale, sia in estate che in inverno», ha aggiunto **Tullio Serafini**, presidente di Azienda per il Turismo Madonna di Campiglio (Apt) che, insieme al Comune di Pinzolo, ha fortemente sostenuto il percorso di candidatura di Dolomitica Brenta Bike e sarà al fianco della stessa nel promuovere la prossima edizione "mondiale". Parole di soddisfazione le ha espresse anche la vicepresidente di Apt **Cecilia Maffei**, volata a Leuven e presente al Congresso Uci per apprendere in prima persona la finalizzazione ufficiale della candidatura.

The 8th edition of the **Dolomitica Brenta Bike**, in the calendar for the 26th of June 2022, will serve as the **UCI Mtb Marathon Masters World Championship** and will award the rainbow jerseys for this discipline, introducing **Pinzolo** as one of the destinations selected by the UCI (Union Cycliste Internationale) to host the cycling and mountain biking world championships next year. The news was made official during the **UCI's annual Congress**, which took place on the 24th of September at Leuven (Flanders, Belgium) during the **Road World Championships**. This prestigious recognition, awarded to Pinzolo, is a reward to the organisers of Dolomitica Brenta Bike who, for the last eight years, have been organising the marathon which covers the spectacular tracks of Italy's largest Bikeland, bordering the Brenta Dolomites UNESCO world heritage site. Additionally, being entered onto the UCI calendar

confirms the importance of Pinzolo and the tourist destination of Madonna di Campiglio as leading sports events organisers: with A Series pre-match training retreats to the Alpine Skiing World Cup, and the Giro d'Italia among the most significant. Pinzolo was selected and validated through an application process which stipulates that destinations be selected based on their history of organising events and their reliability. These are qualities that the organisers of Dolomitica Brenta Bike, and all of Pinzolo, have effectively demonstrated from one year to the next. On the 26th of June next year, the **Marathon** for the Masters World Championship jersey will take place along the three trails of varying levels proposed by the Dolomitica Brenta Bike. 67km long and with an elevation gain of 2400m, starting and finishing in Pinzolo after passing through Madonna di Campiglio.

"We are honoured to have achieved this important milestone," says **Michele Maturi**, chair of the Dolomitica Brenta Bike organising committee. "An important step by which the UCI has confirmed that we are doing the right things and that we are a credible organisation. It also recognises the organisational ability of the entire region, which has seen a mountain biking and cycling world championship awarded for the first time. A great success for our group, for Pinzolo, and for everyone." "The awarding of the Masters' World Championships represents yet another great achievement carved out by the Dolomitica Brenta Bike," states **Giuseppe Corradini**, Large Events Assessor for the Municipality of Pinzolo, "confirming the serious hard work carried out over the years by a group of 'volunteers' inspired by their limitless passion for the sport and by a genuine

attachment to our remarkable region." "Having achieved this objective is a reason for our region, which has a lengthy, consolidated, and acknowledged history in organising both summer and winter sporting events on a national and international level, to be proud," adds **Tullio Serafini**, chairman of the Madonna di Campiglio Tourist Board (APT), which, together with the Municipality of Pinzolo, has thrown its weight behind the Dolomitica Brenta Bike's application and will stand alongside it in promoting the next edition of the World Championship. The vice chair, **Cecilia Maffei**, who flew to Leuven and was present at the UCI congress to learn about the finalisation of the nomination first hand, also expressed her satisfaction.

Informazioni e iscrizioni
Information and registration:
www.dolomiticaspport.com

DAL CLIMA ALPINO A QUELLO
MEDITERRANEO, DA MADONNA
DI CAMPIGLIO A RIVA DEL GARDA,
PER SCOPRIRE I SEGRETI DEL LAGO
PIÙ GRANDE D'ITALIA.

di/by VALENTINA BELLOTTI
photo WATCHSOME

GARDA TRENTINO, L'OUTDOOR CHE NON TI ASPETTI

TERRITORI DESTINATIONS

TERRITORI DESTINATIONS

Dici Trentino e subito vengono alla mente paesaggi alpini e fitti boschi. Ma c'è un angolo di Trentino che ha un sapore più mediterraneo, dove le montagne si fondono con l'azzurro dell'acqua e lo sguardo corre libero all'orizzonte. Parliamo del Garda Trentino, quel lembo di terra sulla sponda nord del lago di Garda, racchiuso tra le ultime propaggini delle Alpi. Un territorio che proprio per la sua posizione ha caratteristiche

uniche. Il lago più grande d'Italia rende il clima particolarmente mite, regalando al paesaggio connotazioni da cartolina italiana, come ben raccontano le palme sul lungolago e gli olivi sui pendii che abbracciano Riva del Garda, Arco e Torbole sul Garda. E più su, cime che s'innalzano fino a oltre 2000 metri e che poco hanno da invidiare alle vette delle valli alpine. In sintesi, un incontro di estremi che crea una destinazione capace di sorprendere tutto l'anno.



SPORT & RELAX

Il Garda Trentino è un vero Eldorado per gli appassionati di sport. Vento, acqua e roccia creano, infatti, un vero parco naturale dove praticare ogni disciplina sportiva all'aria aperta. Dalla vela al climbing, dalla mountain bike alle vie ferrate, dal windsurf al trekking, dal canyoning alla road bike ci sono infinite possibilità che aspettano di essere esplorate. E se i più esperti possono spingersi fino alle Dolomiti di Brenta o sfidare la forza dell'Ora, il vento vivace che soffia puntuale ogni pomeriggio, chi ha voglia di provare una nuova attività trova percorsi e servizi al top per avvicinarsi in sicurezza alle onde o alle pareti. E tra un'avventura e l'altra - perché non lasciarsi sedurre dall'ozio in spiaggia? Il lago di Garda è senz'altro il litorale più gettonato, ma ci sono tanti angoli più tranquilli dove stendersi, rilassarsi e ricaricare le energie immersi nel verde. Per esempio, sul lago di Ledro o sul lago di Tenno, famoso per il suo turchese brillante, ma anche lungo il fiume Sarca.



TRA GUSTO MEDITERRANEO E TRADIZIONE ALPINA

A fine giornata arriva poi il momento di tuffarsi tra le viuzze dei piccoli centri e di scoprire la ricchezza della cucina tipica. Dopo un aperitivo a base di Trentodoc, la cena è un inno alla tradizione locale, che mescola influenze mitteleuropee a ingredienti tipicamente mediterranei. Sullo stesso menu, i canederli fanno il paio con sofisticati piatti di pesce di lago, lo gnocco boemo racconta di una storia ancora viva, i bigoi anticipano la polenta. E, su tutto, non può mancare un filo di olio extravergine d'oliva DOP, il re dei prodotti che nascono sulle sponde del Garda Trentino. Per finire, non può mancare un assaggio di Vino Santo, prodotto nella Valle dei Laghi con l'uva autoctona Nosiola e presidio Slow Food.

GARDA TRENTO, THE OUTDOORS THAT YOU DO NOT EXPECT

From an Alpine to a Mediterranean climate, from Madonna di Campiglio to Riva del Garda, to discover the secrets of Italy's largest lake.



Mention Trentino, and an Alpine landscape and dense forests immediately come to mind. But there is a corner of Trentino with a more Mediterranean flavour, where the mountains merge with blue water, and where your gaze stretches unhindered to the horizon. This is Garda Trentino, the strip of land on the northern shore of Lake Garda, shrouded by the last spurs of the Alps. A land with unique characteristics because of its location. The largest lake in Italy gives it a particularly mild climate, creating scenery with an air of an Italian postcard, like the palm trees on the shore and the olive groves on the slopes surrounding Riva del Garda, Arco and Torbole sul Garda. And further up, peaks that rise up to more than 2,000 meters and have little reason to envy the peaks of the Alpine valleys. In short, a meeting of extremes that creates a destination capable of surprising anyone throughout the whole year.

SPORT & RELAXATION

Garda Trentino is a true Eldorado for sport lovers. Wind, water and rock create a national park where you can do any sport in the open air. From sailing to climbing, mountain biking to the vie ferrate protected climbing routes, windsurfing to trekking, canyoning to road cycling, there are infinite possibilities waiting to be explored. The more experienced can go as far as the Brenta Dolomites or brave the force of the Ora, the brisk wind that blows every afternoon without fail. Those who want to try a new activity can find top-level trails and services to safely tackle the waves or the mountain face. And from one adventure to the next - why not be seduced by a lazy day at the beach? Lake Garda is without doubt the most popular coast, but there are so many quieter corners where you can lie back, relax and recharge your batteries surrounded by beautiful scenery, like Lake Ledro and Lake Tenno, for example, famous for their bright turquoise waters, as well as along the Sarca river.

FROM MEDITERRANEAN FLAVOUR TO ALPINE TRADITION

The end of the day is the time to explore the alleyways of the small towns and discover the wealth of traditional cuisine. After a Trento DOC-based aperitivo, dinner is a hymn to local tradition, blending central European influences with typically Mediterranean ingredients. Dumplings can be found on the same menu alongside sophisticated fish dishes, fresh from the lake,

gnocco boemo (bohemian gnocco) narrates a still-living history, bigoi pasta pre-empted the polenta. And over everything, a drizzle of DOP extra-virgin olive oil, the king of the products made here on the banks of Garda Trentino, is essential. To finish, try the Vino Santo, produced in the Valle dei Laghi with native Nosiola grapes and part of the Slow Food Presidium.



ORA - THE GARDA TRENTO GUIDE

Se sei sempre in cerca dei migliori consigli per vivere un posto come un vero local, affidati a "ORA", la nuova guida del Garda Trentino. "ORA" ti accompagnerà a scoprire le bellezze del territorio (raccontandoti anche qualche curiosità squisitamente locale) e risponderà alle tue domande, come un vero assistente personale. "Cosa posso fare se piove?", "Dove posso comperare i prodotti tipici della zona?" "Cosa posso vedere nei dintorni?": questi sono solo alcuni esempi dei consigli che potrai trovare nelle 160 pagine della guida.

*Sei pronto a vivere la vacanza che non ti aspettavi?
www.gardatrentino.it*

If you are always looking for the best advice on how to experience a place like a local, trust in ORA, the new guide to Garda Trentino. 'ORA' is your companion as you discover the beauty of the region (while also informing you of some exquisitely local trivia), and will answer any questions you may have, like a genuine personal assistant. 'What can I do if it's raining?', 'Where can I buy traditional local produce?', 'What is there to see around the area?': these are just some of the tips found in the guide's 160 pages.

*Are you ready to experience the holiday that you were not expecting?
www.gardatrentino.it*



I MESTIERI DI MIRKO

di/by ANNA SVEVA PASQUINELLI

DAL 28 DICEMBRE SI POTRANNO VEDERE SU RAI PLAY TRE PUNTATE DE "I MESTIERI DI MIRKO" CHE RACCONTANO LA VAL RENDENA ATTRAVERSO LE PERSONE E IL LORO LAVORO.

TELEVISIONE TELEVISION

Nella vita è stato prima tassista e poi conduttore televisivo. Inoltre, con "I mestieri di Mirko", in onda su Rai Play, ha avuto la possibilità di provare lavori talvolta inconsueti. Alla luce di questo, che cosa è per lei il lavoro? Una cosa da evitare... Ovviamente scherzo! Mi auguro che tutti possano fare il lavoro che desiderano, se si riesce a lavorare con passione e amando ciò che si fa, sicuramente si sente meno la fatica ed i risultati sono migliori; sembra una cosa ovvia ma di questi tempi risulta molto difficile. Le mie esperienze di lavoro "per 1 giorno", mi hanno consentito di apprezzare ancora di più il lavoro dei tanti artigiani nascosti che con sacrificio e amore fanno grande il nostro Paese.

Il programma di Rai Play racconta quindi l'Italia in modo insolito, attraverso i mestieri tipici di molte regioni e la passione della gente per il lavoro. Cosa vorrebbe trasmettere ai telespettatori attraverso quest'esperienza?

Il Direttore di Rai Play Elena Capparelli, ci ha chiesto espressamente per questo nuovo programma, che segue il

precedente "Le Storie di Mirko" (che trovate sulla piattaforma Rai Play) di "scendere sul territorio" e con la mia squadra - Mariano Paolo Stefano e Francesca - abbiamo riflettuto che ogni tanto abbiamo il difetto di valutare i prodotti, i manufatti, l'artigianato che vengono dall'estero migliori dei nostri, invece, girando per l'Italia, ho avuto la conferma che non siamo secondi a nessuno e che il Made in Italy rimane sempre l'eccellenza, anche grazie alla sensibilità e alla creatività che ci caratterizzano. Devo ringraziare Rai Play quindi e chi la dirige perché con questo programma sono cresciuto sia professionalmente che come uomo.

Quindi grazie a "questa scesa sul territorio" ha avuto occasione di visitare l'Italia conoscendo territori e persone con costumi e tradizioni differenti, che idea si è fatto del nostro Paese?

Mi sono reso conto che ogni regione ha la sua peculiarità di tradizioni, usi e costumi che costituiscono un patrimonio unico dove la diversità è un sinonimo di ricchezza.



TELEVISIONE TELEVISION

MIRKO'S JOBS'

FROM 28 DECEMBER, RAIPLAY WILL BE SHOWING 'MIRKO'S JOBS' WHICH, OVER THE COURSE OF THREE EPISODES, TALKS ABOUT VAL RENDENA THROUGH ITS PEOPLE AND THEIR WORK.

During your life, you were first a taxi driver and then a television presenter. Moreover, with Rai Play's 'Mirko's

Jobs', you have had the opportunity to try some unusual jobs. In light of this, what does work mean for you? Something to be avoided... I'm joking, obviously! I wish everyone could do his or her dream job. If everybody could work with passion, loving what they do, they would surely feel less tired and achieve better results. It seems obvious but it is a difficult thing to find these days. My 'one day' work experiences have given me an even greater appreciation of the work of many hidden artisans whose sacrifice and love make our country great.



Alla scoperta della Val Rendena e delle sue persone con una persona speciale, che sa ascoltare, capire gli altri e calarsi nella realtà del quotidiano come Mirko Matteucci.

Da sempre si contraddistingue per il desiderio di conoscere persone e territori, come si è trovato in Trentino e in particolare nella nostra splendida Val Rendena con la perla Madonna di Campiglio?

È stata un'esperienza unica, Il Trentino ti entra nel cuore per le sue bellezze naturalistiche ma anche, anzi principalmente, per le persone che abbiamo incontrato.

Se le chiedessi tre aggettivi per descrivere la Val Rendena, quali utilizzerrebbe?

Accogliente, sorprendente e molto, molto organizzata!

Sui profili social si mostra molto attivo sul tema della disabilità. Crede si sia finalmente arrivati ad una situazione di supporto ed integrazione?

Rispetto al passato l'attenzione è maggiore, ma il fatto stesso che io mi debba impegnare sui social e nella vita privata su questi temi, significa che l'obiettivo di raggiungere una piena inclusione è ancora lontano. Troppo spesso pensiamo che siano temi distanti da noi, invece la vita ti mette a confronto inaspettatamente con queste problematiche. Non posso dimenticare con quanto amore, sacrificio e fatica ho dovuto affrontare le necessità dei miei genitori anziani. So che la vostra bellissima valle e tutto il Trentino si stanno attrezzando per accogliere e per rispondere adeguatamente alle richieste che vi giungono in tal senso. Ciò vi rende sempre più "Speciali" nel mio cuore. A presto, è una promessa. Ovviamente sempre su Rai Play.

The Rai Play programme talks about Italy in an unusual way, through the typical jobs of many regions and people's passion for work. What would you like to get across to your viewers through this experience?

In this follow-up to 'Mirko's Stories', Rai Play director Elena Capparelli asked us to 'come down to the region'. Together with my team - Mariano, Paolo, Stefano and Francesca - we reflected that sometimes we value the products and craftsmanship that come from abroad as better than our own, but travelling around Italy has confirmed to me that we are second to no one and that Made in Italy products are still synonymous with excellence, thanks in part to our characteristic sensibilities and creativity. I have to thank RaiPlay and the directors as, with this programme, I have grown both professionally and personally.

As a result of 'getting down into the regions', you have had the chance to see Italy, getting to know the different customs and traditions of its people and their regions. What impression has this given you of our country?

I have realised that each region has its own unique traditions, habits and customs, which form a unique heritage where diversity is synonymous with richness.

You have always stood out due to your desire to get to know people and regions. How did you find Trentino, particularly the stunning Val Rendena and its jewel in the crown, Madonna di Campiglio?

It was a one-of-a-kind experience, Trentino's natural beauty, but primarily also the people I met, fill your heart.

If I were to ask you for three adjectives to describe Val Rendena, what would they be? Welcoming, surprising and very, very organised!

You are very active on the subject of disability on your social media profiles. Do you think we have finally established a foundation of support and integration?

There is a greater focus on it than in the past, but the very fact that I have to engage with these issues on social media and in my private life means that we are still a long way off the goal of full inclusion. All too often, we think that these are subjects that do not really affect us, but life forces you to confront these issues unexpectedly. I will never forget how much love, sacrifice and effort I needed to meet the needs of my elderly parents. I know that your wonderful valley and the whole of Trentino are equipping themselves admirably to welcome and adequately meet the needs of visitors. In that sense, the special place reserved in my heart for you is even more special. I promise that I'll see you soon, obviously on Rai Play.



Discovering Val Rendena and its people with a special TV host who knows how to listen and understand others and immerse himself in day-to-day life, Mirko Matteucci.

GRAZIE AI VALLIGIANI

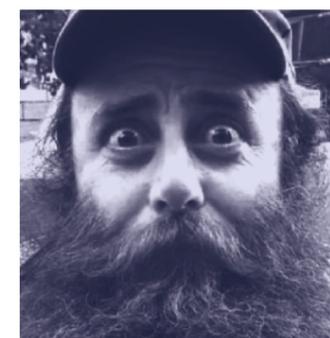
Le tre puntate "Le storie di Mirko" registrate in Val Rendena sono visibili su RaiPlay dal 28 dicembre. Accanto a Mirko Matteucci ci sono numerosi valligiani che hanno contribuito, mettendo a disposizione "saper fare", entusiasmo e tempo. Senza di loro nessun mestiere sarebbe stato raccontato. Un particolare ringraziamento a: fattoria "Antica Rendena" con Manuel, Giovanni

e Matteo e tutta la famiglia Così. I tagliapietre Claudio Bonapace e Pietro Panteghini, Pedretti Graniti e la Pro loco di Carisolo. Il Corpo forestale della Provincia autonoma di Trento e l'Ufficio distrettuale forestale di Tione di Trento con il responsabile Giacomo Antolini, il vice Damiano Fedel, il custode forestale Mirko Andreis e l'esperto boscaiolo Gianluca Gregori.

THANKS TO LOCALS

The three episodes of 'Mirko's Stories' recorded in Val Rendena will be available on RaiPlay from 28 December. Many people from the valley, who contributed with their expertise, enthusiasm and time, feature alongside Mirko Matteucci. Without them, there would be no work to talk about. Special thanks go to: the 'Antica Rendena' farm, particularly Manuel, Giovanni and Matteo and the entire

Così family; the stonemasons Claudio Bonapace and Pietro Panteghini, Pedretti Graniti and the 'Pro Loco' local tourist office at Carisolo; the Forestry Service of the Autonomous Province of Trento and the district forestry department of Tione di Trento, its director, Giacomo Antolini, his deputy Damiano Fedel, forest ranger Mirko Andreis and expert woodsman, Gianluca Gregori.



Mirko Matteucci, per il mondo del web è "Missouri4". In origine tassista romano, è diventato storica spalla di Diego Bianchi dagli albori del programma televisivo satirico "Gazebo" (2013-2017) e poi a "Propaganda Live". Nel 2020 è protagonista del programma originale Rai Play "Le storie di Mirko" dove propone agli spettatori, con stile ironico ed empatico, reportage su eventi e fatti di attualità.

MIRKO MATTEUCCI

Un viaggio "on the road" che, dopo la tappa al teatro Ariston per il settantesimo Festival di Sanremo, si concentra su alcuni mestieri italiani approdando anche in Trentino dove l'inviato barbuto si è improvvisato allevatore, boscaiolo e tagliapietre.

Mirko Matteucci, known on the internet as 'Missouri4', Originally a Rome taxi driver, he became the legendary sidekick of Diego Bianchi from the first episode of the satirical TV show 'Gazebo' (2013-2017) and then

on 'Propaganda Live'. In 2020, he starred in the Rai Play original 'Mirko's Stories', which saw him report on current events in his ironic and empathic style. A 'road trip' which, following a stage at the Ariston theatre for the seventieth Sanremo Music Festival, focuses on some Italian crafts. His journey also took him to Trentino, where the bearded envoy tried his hand at being a farmer, a woodsman and a stonemason.

EVENTI & ESPERIENZE

EVENTS

di/by JESSICA BAZZOLI

GLI APPUNTAMENTI PIÙ EMOZIONANTI DELLA STAGIONE INVERNALE.

EVENTS AND EXPERIENCES. THE MOST ENJOYABLE WINTER SEASON EVENTS.



17-19.12.2021

**Pinzolo
TELEMARK & FOOD
EXPERIENCE**

Il perfetto connubio tra telemark e prodotti del territorio.

The perfect combination between telemark and local products.



17-19.12.2021

**Sella Giudicarie
NOTE DI NATALE**

Una festa di luci, colori e sapori nel centro storico di Bondo, con casette espositive, concerti natalizi, showcooking e animazione con la presenza di Babbo Natale.

A party of lights, colors and flavors in the historic center of Bondo, with exhibition houses, Christmas concerts, show cooking, entertainment with the presence of Santa Claus.



22.12.2021

**Madonna di Campiglio
3TRE - AUDI FIS SKI
WORLD CUP NIGHT
SLALOM**

Il leggendario Canalone Miramonti di Madonna di Campiglio ospita la 68ª edizione dello slalom di Coppa del Mondo maschile di sci alpino: una grande festa sportiva per tutti.

Madonna di Campiglio hosts the 68th edition of the Men's Ski World Cup: an extraordinary festival of sport for everybody.



30.12.2021

**Borgo Lares
FIACCOLATA DI FINE
ANNO**

Il Centro sci "Bolbeno-Borgo Lares" ospita la tradizionale fiaccolata sugli sci seguita da uno spettacolo pirotecnico.

The Bolbeno-Borgo Lares ski center hosts the traditional torchlight procession on skis followed by a fireworks display.



01.01.2022

**Madonna di Campiglio
FIACCOLATA DI
CAPODANNO**

Spettacolare fiaccolata dei maestri di sci e snowboard e degli sci club lungo il Canalone Miramonti, musica e tanto divertimento.

Fascinating New Year's torchlight skiing, with the ski and snowboard teachers and the ski clubs along the Canalone Miramonti, music and lots of fun.



20-23.01.2022

**Madonna di Campiglio
WINTER MARATHON**

34ª edizione della tradizionale gara di regolarità classica per auto storiche lungo i passi dolomiti.

34th edition of the traditional vintage sports car race along the passes of the Dolomites.



02-06.02.2022

**Madonna di Campiglio
BURTON MOUNTAIN
MASH**

Una settimana di puro divertimento all'insegna dello snowboard, con gare di slopestyle e banked slalom, ospiti internazionali e tanta musica.

A week of great entertainment and snowboarding with slopestyle and banked slalom competitions, international guests and lots of music.



17-20.02.2022

**Madonna di Campiglio
TRENTODOC SULLE
DOLOMITI**

Numerosi appuntamenti per scoprire e degustare vini Trentodoc nei locali di Madonna di Campiglio dove verranno proposti agli ospiti i migliori abbinamenti. *Many opportunities to discover and taste the quality of Trentodoc wine in the restaurants and bars of Madonna di Campiglio, where delicious accompaniments will be proposed to the guests.*



26.02-01.03.2022

**Tione di Trento
GRAN CARNEVALE
GIUDICARIESE**

Nella borgata di Tione, accanto alle tradizionali sfilate dei carri allegorici e dei gruppi mascherati, tanto divertimento, musica e ospiti d'eccezione. *In the village of Tione, alongside the traditional parades of allegorical floats and masked groups, lots of fun, music and special guests.*



26.02-05.03.2022

**Storo
GRAN CARNEVALE DI
STORO**

Il più grande e storico carnevale del Trentino riservato ai carri statici e con il coinvolgimento di centinaia di figuranti, carri allegorici, gruppi mascherati e numerose bande musicali. *The largest and most historic carnival in Trentino, reserved for static floats and with the involvement of hundreds of figures, allegorical floats, masked groups and numerous bands.*



28.02-04.03.2022

**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.*

20-24.03.2022
**Madonna di Campiglio
WORLD ROOKIE FREESKI
FINALS**

L'Ursus Snowpark ospiterà le giovani leve del freeski internazionale in gara per accedere al mondo professionistico. *The Ursus Snowpark will host the young level of international freeski competing to enter the professional world.*

Aprile/April 2022

**Madonna di Campiglio
SCIARE COL CUORE**

Una giornata di sci e di condivisione all'insegna dello sport e della solidarietà a favore dell'associazione Admo. *A day of skiing and sharing marked by sport and solidarity, supporting the Admo association.*



Aprile/April 2022

**Madonna di Campiglio
REDBULL HAMMERS
WITH HOMIES**

Il nuovo evento realizzato da Red Bull Nitro Snowboards: la prima team battle aperta a tutti gli appassionati della tavola. *The new slopestyle event of Red Bull and Nitro Snowboards that brings snowboarding back to its roots.*

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.*

EVENTI EVENTS

EVENTI EVENTS

EVENTI & ESPERIENZE

CAMPIGLIODOLOMITI.IT/TOPEXPERIENCE

EXPERIENCES

EVENTI EVENTS



19.12.2021
18.01.2022
16.02.2022
18.03.2022
16.04.2022
Madonna di Campiglio SNOWMOON
Emozionante escursione nel silenzio del bosco, accompagnati da una guida alpina ed illuminati dalla luce argentea della luna, resa ancora più splendente dal riverbero della neve.
Thrilling excursion in the silence of the woods, accompanied by a mountain guide and illuminated by the silver light of the moon, that glows even brighter reflected by the snow.

29.01.2022
05.02.2022
12.02.2022
19.02.2022
Madonna di Campiglio e Pinzolo 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.



24.02.2022
10.03.2022
17.03.2022
Madonna di Campiglio CAMPIGLIO SUNSET SKI
Lo spettacolo delle Dolomiti di Brenta al tramonto, con apericena gourmet nei rifugi più panoramici e 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 of Madonna di Campiglio.

12.03.2022
19.03.2022
26.03.2022
Madonna di Campiglio e Pinzolo 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.



01.02.2022
03.02.2022
Madonna di Campiglio SCIATA ASBURGICA
Sciare in costume? A Madonna di Campiglio si può!
Durante la settimana del Carnevale Asburgico potrai indossare un costume di fine '800 e scendere lungo le piste della Skiarea Campiglio Dolomiti di Brenta in compagnia della coppia imperiale.
Skiing in costume? In Madonna di Campiglio you can!
During the week of the Hapsburg Carnival you can wear a late 19th century costume and descend along the slopes of the Skiarea Campiglio Dolomiti di Brenta together with the imperial couple.



03.02.2022
12.02.2022
17.02.2022
26.02.2022
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".

06.03.2022
13.03.2022
20.03.2022
27.03.2022
Madonna di Campiglio HOT MIND
Esperienze sensoriali con Andrea Bianchi e il metodo Hot Mind per imparare a coltivare la propria energia, 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.



"Dalla purezza dei ghiacciai eterni alle tavole dei migliori ristoranti"



Esclusivamente in vetro 100% riciclabile



Sorgente incontaminata d'alta quota



Minimamente mineralizzata e povera di nitrati



Scelta dalla più raffinata ristorazione



Acqua ufficiale Associazione Italiana Sommelier





VOLLA

QUI OGNI VOLTA È COME LA PRIMA VOLTA

Scia in sicurezza
con il GREENPASS

RESPIRA, SEI IN **TRENTINO**