



Rotary 

**Rotary Club di Treviglio e della Pianura Bergamasca
2042° Distretto Italia**

**ROTARY INTERNATIONAL SPECIAL WORLD
UNDERSTANDING AND PEACE AWARD**

IL CLUB DOVE HA AVUTO INIZIO LA POLIOPLUS



“ROTARY MAKING A DIFFERENCE”

Anno Rotariano 2017-2018

**Presidente
Martina Di Rubbo**

**Segretario
Marco Carminati**



**ROTARY:
MAKING A
DIFFERENCE**

Motto:

“...Semper ad maiora...”

“I social media: dimensione inesplorata per le generazioni future di imprenditori”

Le Presenze alla conviviale totale: n. 27 persone

Soci presenti alla conviviale del 10 gennaio n. 24 (35,89%)

Amboni I., Agazzi P., Aresi R., Arrigoni G.B., Bergamini L., Barazzetti P., Badoni A., Bavaro A., Bregant F., Carminati M., Conti P., Conti F., Daz M., Di Rubbo M., Gori S., Facchetti G., Milone A., Moleri L., Priori F., Sabatini P., Signorelli L., Soliveri A., Tirloni G.

Soci non presenti n. 23 : Avila F, Alemani E., Bellini L., Carrara M Baruffi A., Balzaretto C., Bugini D. Ciocca G., Conti E., Baldelli C., , Curto O., Cristofori A., Guidi G., Foppa Pedretti F., Fumagalli E., Ghilardi R., Leoni G., , Morri C., Maggioni M., Rondelli M., Rondelli L., , Tosi G., Vismara C.A.

Ospiti n. 3 : Nicola Monti, Paola Negrini, Patrizia Arti.

Soci totali club: 47

Soci in aspettativa: 1



AUGURI AI SOCI NATI IN GENNAIO

11 Fabio Conti
12 Amboni Ilario
16 Ezio Fumagalli
28 Avila Federico

Presidente Internazionale: Ian Riseley
Tema dell'anno “Rotary making a difference”
Governatore 2017/18: Nicola Guastadisegni
Segretario distrettuale: Laura Brianza
Assistente del Governatore: Umberto Romano
Governatore 2018-2019 Roberto Dotti
Governatore 2019-2020 Giuseppe Navarini

Bollettino Anno Rotariano 2017-2018
Responsabile: Marco Carminati
Redazione : Martina Di Rubbo, Marco Carminati
Segreteria
c/o Marco Carminati
eMail:carmin8140@treviglio.bcc.it
eMail:rotary.treviglio@gmail.com



Social media, croce e delizia dell'uomo futuro, anzi di quello presente

“Una telefonata ti allunga la vita”, recitava lo *spot* pubblicitario, che ci sembra ormai preistorico, di una nota compagnia telefonica, eppure risale forse soltanto ad un decennio fa. In una manciata di anni lo scenario è radicalmente cambiato, forse anche perché le telefonate sono ormai rimasti in pochi a farle. Al loro posto sono sempre più invece le persone che ricorrono ad altri strumenti per comunicare e, forse, per fare in modo che la loro vita si... allunghi. Oppure no. Forse solo per far che essa si complichino, assai più di quanto riesca a risolvere i loro bisogni, i loro problemi, le loro aspettative. E questi strumenti, che gli esperti chiamano *social media*, sono ormai sotto gli occhi di tutti e alla portata di tutti. In Italia, su 60 milioni di cittadini, oltre 30 hanno con essi qualche familiarità (o ne sono già schiavi?). Sì perché stiamo assistendo ad un nuovo cambiamento antropologico e, il grande pericolo, è quello di subirlo, non di governarlo. Da *homo sapiens* ad *homo oralis*, allo *zoon politikon* di cui parlava Aristotele, all'*homo digitalis*, il cammino è ininterrotto, ma la strada? Siamo sicuri che sia sempre in salita? I *social media* diventano gli ambiti in cui l'*homo digitalis* può esprimere meglio tutta la sua natura gregaria, manifestando solidarietà (non certo nell'accezione morale del termine, ma in quella di agente di massa) e partecipando a *fandon mediatici* condivisi impara a gestire la complessità di strumenti inediti, scegliendo più rapidamente luoghi e modi per soddisfare i propri bisogni. Ma così agendo, l'animale virtuale ha ormai già smesso di fare i conti con la sua identità, senza peraltro sapere ancora costruire una nuova definizione di sé. Non più chi sono, ma cosa voglio sembrare è la parola d'ordine dell'“umanità.4”... Profilo riconfigurabile a piacimento (del gruppo) e la reputazione in rete diviene la nuova misura del proprio *ego sociale*. Questi alcuni soltanto dei numerosissimi spunti e delle stuzzicanti provocazioni della bella conversazione del Dr. Monti, esperto in materia, intervenuto ieri alla conviviale del Rotary Club Treviglio e Pianura Bergamasca, voluta dalla Presidente Martina Di Rubbo presso il Ristorante Belvedere di Misano Gera d'Adda. (Marco Carminati)



“I social media: una dimensione inesplorata per le future generazioni di imprenditori”

I *social media*, oltre ad essere ormai elemento pervasivo della vita di tutti noi, stanno assumendo un ruolo fondamentale anche nel contesto dell'impresa. Sfruttarne le potenzialità ma avere piena coscienza dei rischi correlati e adeguare la *governance* ed il sistema dei controlli dell'organizzazione per ottimizzare gli effetti benefici derivanti dal loro impiego a livello aziendale rappresenta oggi un requisito essenziale per il successo ma anche per la sopravvivenza delle aziende.

Se ne è discusso lo scorso 9 gennaio presso il circolo Rotary di Treviglio, dove è intervenuto Nicola Monti, Partner responsabile della *practice* Risk Assurance in Italia per PwC.

L'intervento ha esplorato l'impatto dei *social media* sulle organizzazioni, avendo riguardo alla loro diffusione nel contesto italiano. Secondo indagini recenti, oltre il 65% della nostra popolazione utilizza internet e ben il 52% degli italiani è da considerarsi un utilizzatore attivo dei *social media*, posizionando il nostro Paese al primo posto nel contesto europeo.

Ma cosa si intende per *social media*? Il concetto è certamente più ampio di quanto si possa pensare in prima istanza. Molti sono convinti che il termine si riferisca unicamente a *social network* come Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram, per fare alcuni esempi. Il termine “social media”, infatti, può essere utilizzato per descrivere sistemi digitali dove gli individui si connettono gli uni con gli altri. Il termine “social” in questo contesto descrive il modo con cui gli utilizzatori - su una piattaforma digitale - condividono contenuti online (post, immagini, video, musica, ecc.) e interagiscono tra loro.

Molte aziende consentono oggi che i prodotti/servizi venduti siano valutati dai clienti anche attraverso l'attribuzione di un rating: facendo questo, un semplice sito di shopping on line diventa un sito di interazioni sociali, dove i prodotti e i servizi acquisiscono popolarità e determinano trend.

E ancora: quanti di noi oggi prima di prenotare una vacanza, un albergo, un ristorante non consultano siti come Tripadvisor o Booking.com?

Alcuni includono peraltro nella definizione di *social media* anche strumenti di messaggistica come Whatsapp, Skype e Viber.

Nuovi social network e piattaforme digitali con contenuti “social” emergono continuamente. In relazione alla loro popolarità, ormai tutte le nuove piattaforme online includono elementi “social” come la possibilità di creare un profilo o la possibilità di dare un rating o mettere un ‘like’ a contenuti e prodotti e condividerli con il proprio network di “amici”.

In realtà, una volta profilati ci si può connettere ad altri, condividere materiale e commentare contestualmente, siamo in presenza di un *social network*.

Nell'impresa, il tema è in continua evoluzione e interessa tanto il mondo dell'azienda verso l'esterno tanto l'azienda al proprio interno.

Sempre più frequente è l'utilizzo di “*enterprise social network*”, ossia di piattaforme tecnologiche attraverso cui i dipendenti si connettono tra loro e conoscono altri colleghi all'interno dell'organizzazione in cui lavorano. Si tratta di strumenti nuovi, che favoriscono differenti e più collaborativi modi di lavorare, anche connettendosi a altri o facendo parte di un gruppo, oppure lavorando contemporaneamente ad uno stesso documento, dove l'elemento “sociale” prevale sulle funzionalità della tecnologia.

Prima ancora di questo, nelle centinaia di migliaia di conversazioni on line è molto probabile che gli utilizzatori dei *social media* stiano discutendo dell'azienda, dei prodotti o dei servizi venduti dalla società o dei suoi competitor. Si tratta certamente di un'opportunità di enorme valore per ascoltare clienti e target e fare “*intelligence*” sulle opinioni delle persone che contano di più per l'impresa: i propri clienti ed i propri dipendenti.



I *social media* possono rappresentare infatti una grande opportunità legata alla rapidità di contatto ed all'elevato numero di interlocutori che possono essere raggiunti, alla volontà di condivisione degli utenti che può essere fonte anche di creatività ed innovazione, oltre che di informazioni su ciò che piace o non piace e sulle preferenze di acquisto.

Oggi le imprese più attive utilizzano i *social media* per incrementare la visibilità del proprio *brand*, per fare pubblicità ai propri prodotti e servizi su larga scala e nel contempo mirata, ma ne tengono conto altresì per adeguare il proprio "*customer care*" (adeguamento dei prodotti e dei servizi in relazione al feedback degli utilizzatori, risposte ai clienti, gestione dei reclami, ecc.), per condividere le conoscenze all'interno dell'organizzazione e anche per selezionare nuove risorse.

In ogni caso, anche le imprese che non intendono assumere un ruolo proattivo in questo contesto, non possono non conoscere e non gestire le implicazioni correlate al fenomeno. I *social media*, infatti, sono sia quelli che l'azienda utilizza direttamente sia quelli in cui si parla dell'organizzazione.

L'ampiezza e la velocità di circolazione delle informazioni determinano possibili importanti minacce e conseguenze negative da indirizzare, in termini di reputazione, *know how*, continuità aziendale. I *social media* sono, per loro natura, difficili da controllare: chiunque può, anche senza una specifica motivazione, pubblicare qualsiasi cosa che desideri.

Una notizia negativa sull'impresa o un commento negativo di un cliente o di un gruppo di consumatori, specie se non adeguatamente gestiti, potrebbero avere attraverso i *social media* un'enorme cassa di risonanza, così come l'utilizzo improprio di tali strumenti da parte dei propri dipendenti. Parimenti, gli stessi canali potrebbero essere strumento di attacco *cyber* e quindi di minacce alla continuità aziendale o alla tutela della proprietà intellettuale. Ancora, la comunicazione gestita attraverso questi strumenti, ove non attenta, potrebbe rappresentare il presupposto per la violazione di normative e regolamenti (*privacy*, informazioni privilegiate, ecc.) e conseguentemente esporre l'azienda al rischio delle relative sanzioni.

A questo riguardo, durante la serata, sono stati anche analizzati e commentati alcuni casi famosi.

La strategia aziendale dovrebbe pertanto tener conto di questi canali, ma la *governance* delle organizzazioni dovrebbe soprattutto avere piena consapevolezza dei rischi correlati. Per questo, le *best practices* di riferimento hanno individuato modelli che aiutano le organizzazioni nell'identificazione degli aspetti da indirizzare: occorre una policy semplice, chiara e aderente alla cultura dell'organizzazione, così come una guida all'utilizzo appropriato delle piattaforme aziendali; devono essere chiaramente identificate e disciplinate le responsabilità e le logiche in merito al loro utilizzo ed alla loro supervisione, così come vanno disciplinati gli obblighi nei rapporti con i terzi; i contenuti dei *social media* vanno monitorati attraverso appositi strumenti; vanno implementate misure di controllo sui sistemi informativi e sulla conservazione dei dati; va sviluppato un piano di *incident response*; vanno indirizzate le esigenze di *compliance* alle normative applicabili all'azienda; va garantito un *training* appropriato agli utenti su rischi, comportamenti da osservare e sulle contromisure da mettere in pratica.

La diffusione dei *social media* determina quindi un nuovo modo di fare l'impresa: serve ripensare all'organizzazione, in termini di ruoli, compiti e responsabilità, attività di prevenzione e controllo, contrattualistica, comunicazione e formazione, gestione delle crisi. Servono anche nuove competenze, da sviluppare all'interno dell'organizzazione e da acquisire dall'esterno.

Mercoledì 10 Gennaio 2018 Bollettino n.19





Segreteria Distrettuale
Via Canova, 19/A
20145 Milano
Telefono: +39 02 36580222
e-mail:
governatore1718@rotary2042.it
segreteria@rotary2042.it
sito web:
www.rotary2042.it
Codice Fiscale: 97659930156

Nicola Guastadisegni
Governatore 2017-2018

Ai Signori
Presidenti, Segretari
dei Rotary Club del Distretto 2042 RI

e p.c.
Ai Signori

Past Governors
Distretto 2042 RI

DGE Roberto Dotti
DGN Giuseppe Navarini

Assistenti del Governatore
Distretto 2042 RI

Presidenti di Commissione
Distretto 2042 RI

RD Rotaract
RD Interact

Loro indirizzi

Settima lettera del Governatore

L'azione professionale

Cari Amici,

spero che abbiate trascorso un inizio d'anno sereno.

Due sono gli aspetti sui quali mi soffermerò in questa lettera: il significato della professionalità del socio nel Rotary e la professionalità nel 2018.

La professionalità del socio è uno degli elementi essenziali che caratterizzano il Rotary e che lo distingue da tutte le altre associazioni.

Ho sempre detto che nel Rotary si entra per quello che si è fatto professionalmente o imprenditorialmente e non per quello che si ha, o per quello che si pensa di essere.

Questo aspetto identifica il Rotary come un'associazione professionale, cioè a dire: la sua caratteristica fondamentale sta nel fatto che una persona ineccepibile dal punto di vista morale, dedica la sua competenza professionale per migliorare la società (progettazione del futuro).

Il Rotary non è un'associazione benefica *no profit tout court* quanto, piuttosto, un'associazione professionale che grazie alle professioni rappresentate nel suo interno, è in grado di progettare il futuro in molti settori interdisciplinari e, comunque, di soddisfare le più varie esigenze della società, senza limitarsi ad una professionalità specifica, come ad esempio Medici senza frontiere, o Green peace.



Il Rotary si occupa, con tutta la varietà della professionalità dei suoi soci, della progettazione del futuro dell'intera società.

La rete del Rotary riesce poi a fare la differenza in termini di risultati di tale progettazione (diverso punto di vista circa la possibilità di eradicazione delle malattie virali nel mondo; esempio di iniziative a livello mondiale per l'eradicazione di malattie virali, ecc.).

Ma nel 2018 cosa vuol dire essere un professionista o un imprenditore che si caratterizza per la sua professionalità e che, pertanto, oltre ad essere utile a sé stesso, fornisce un contributo concreto all'attività rotariana?

Sto parlando di un atteggiamento mentale che costituisce la base per poter impiegare la "professionalità" alle scelte della vita privata, a quella professionale *strictu sensu* e poi anche a quella associativa.

Fermi restando i principi etici e le competenze tecniche, che costituiscono la base imprescindibile per qualsiasi scelta ed attività sociale o lavorativa, professionalità nel 2018 significa per la singola persona essere aggiornata sui problemi che si stanno ponendo a tutti i livelli ed essere consapevole delle scelte che pone in essere nella vita professionale, con gli inevitabili riflessi su quella associativa e, ovviamente, sui risultati che tali scelte potranno avere.

In un'epoca di cambiamenti rapidissimi e radicali, quale quella che stiamo vivendo, e che ha modificato lo stile di vita non solo della nostra generazione, ma soprattutto quello delle generazioni che ci seguono (mondializzazione dell'economia; internazionalizzazione dei rapporti umani; rapporto dell'individuo con i social e con la realtà virtuale; maggiore insicurezza nelle prospettive di vita future e nei rapporti personali e familiari; impresa 4.0; ecc.), non si possono fare scelte corrette se non si cerca di comprendere i cambiamenti in atto, le problematiche che ci vengono poste e le possibili soluzioni che cerchiamo di applicare in tutti gli aspetti della vita che richiedono una "professionalità".

Un esempio per spiegarmi meglio: l'esperienza recente e il confronto con il mondo informatico e dei social network ha portato il Rotary ad affrontare il problema della nascita di E-Club; ebbene l'esperienza ed il confronto con queste nuove realtà, ha portato alla considerazione che, al momento attuale, appare prematuro costituire un Rotary Club basato soltanto sul mondo "social" o "informatico", senza alcun aggancio con un territorio, caratterizzato da esigenze più comprensibili e gestibili.

Si sta formando la convinzione che l'adeguamento al mondo in cambiamento potrebbe consistere nella creazione di Club più tecnologicamente avanzati rispetto a quelli tradizionali, che dovrebbero però mantenere i rapporti con una realtà sociale concreta, non esistendo ancora al nostro interno persone in grado di "gestire professionalmente" la progettazione del futuro del mondo internet o social.

Da qui l'esigenza di fare entrare nel Rotary nuovi soci che siano in grado professionalmente di comprendere la società tecnologica che si sta sviluppando perché con i parametri che hanno i Soci attuali, non siamo in condizioni di "programmare il futuro" di realtà che non conosciamo, correndo il rischio di venire esclusi dai settori più innovativi e che avranno sempre più importanza a livello sociale.



E quindi l'esigenza di aprirsi ai giovani per evitare di rimanere esclusi da un settore della società in rapidissimo sviluppo e che sta sempre di più mutando la realtà sociale.

Questa fondamentale esigenza del Rotary, non ci deve però far perdere di vista la ricchezza che caratterizza la nostra professionalità: anche solo in termini di esperienza professionale i soci sono in grado di fornire un notevole contributo a programmare il futuro, magari in modo non "completamente innovativo", ma sicuramente fattivo e concreto.

Approfitto dell'occasione per porgere a Voi e ai Vostri Cari i migliori auguri per un felice anno nuovo.

Milano, 5 gennaio 2018



Rotary



Treviglio
e Pianura
Bergamasca

Rotary



Club di
Romano
di Lombardia

Le Domeniche della salute

Convegno di presentazione

I **Rotary Club Treviglio e Romano di Lombardia** organizzano un **Convegno Scientifico** per informare la popolazione sull'importanza della prevenzione primaria e secondaria e di un corretto stile di vita indispensabili per conservare lo stato di benessere e di salute evitando l'insorgenza e lo sviluppo di malattie.

**Sabato 20 gennaio 2018
ore 15.00**

**TEATRO NUOVO TREVIGLIO
Piazza Garibaldi, Treviglio (BG)**



**ROTARY:
MAKING A
DIFFERENCE**

"Scegliamo tutti i giorni di vivere bene"

Iniziativa realizzata con il patrocinio, la collaborazione e il contributo di



PROGRAMMA CONVEGNO

SALUTI DEI PRESIDENTI

Dott.ssa Martina Di Rubbo - *Rotary Club Treviglio e Pianura Bergamasca*
Pier Giorgio Finazzi - *Rotary Club Romano di Lombardia*

PRESENTAZIONE DEL PROGETTO "LE DOMENICHE DELLA SALUTE"

Dott.ssa Martina Di Rubbo - *Ginecologa*

QUADERNO VACCINO HPV

Dott. Paolo Meloni - *Ginecologo*

MI SCAPPA LA PIPÌ

Dott. Gianni Baudino - *Ginecologo*

TUMORE ALLA PROSTATA E IMPOTENZA

Dott. Ivano Vavassori - *Urologo*

TUMORE ALLA MAMMELLA: LA PREVENZIONE SALVA LA VITA

Dott.sse Silvana Lia e Alessandra Signorile - *Radiologhe*

I TUMORI DELL'OVAIO: QUANDO POSSIAMO PREVENIRE

Dott.ssa Antonella Villa - *Ginecologa*

COFFEE BREAK

PREVENZIONE DEL DIABETE E DELLE MALATTIE METABOLICHE

Dott. Antonio Bossi - *Diabetologo*

IL COLESTEROLO NEL SANGUE NON È MAI TROPPO BASSO

Dott. Paolo Sganzerla - *Cardiologo*

MI GUSTO IL RESPIRO DIMENTICO IL FUMO

Dott. Michele Albergati - *Pneumologo*

LA PREVENZIONE DEI TUMORI GASTROINTESTINALI

Dott. Giovanni Sgroi - *Chirurgo*

LA RESISTENZA AGLI ANTIBIOTICI È SEMPRE PIÙ UN ALLARME GLOBALE: FACCIAMONE UN BUON USO

Dott. Angelo Pam - *Infettivologo*

Dott. Annibale Raglio - *Microbiologo*

Al termine del Convegno verrà offerto un salutare apericena

Temi dei nostri prossimi incontri

17 gennaio: “Conoscere lo stato dei progetti sul collegamento stradale tra la Bassa ed il Capoluogo”, relatore l’On. Giuseppe Facchetti, ore 20.00 presso l’Hotel Villa Belvedere 1849 a Misano di Gera D’Adda (BG) via Beata Vergine, 1.

20 gennaio: Convegno “Le domeniche della salute” alle ore 15.00 al TNT piazza Garibaldi, Treviglio

28 gennaio: Convegno distrettuale sulla leadership

30 gennaio: Interclub con il Romano di Lombardia e Gruppo Orobico 2: “Libertà del testatore o del donatore e diritti degli eredi”, relatore il Notaio Elio Luosi, a Palazzo Colleoni, Cortenuova (BG).

07 febbraio: Assemblea di Club ore 20.00 presso l’Hotel Villa Belvedere 1849 a Misano di Gera D’Adda (BG) via Beata Vergine, 1.

Negli altri Club del Gruppo Orobico 2 e oltre...

SARNICO e VALLE CAVALLINA

ROMANO DI LOMBARDIA

Martedì 30 gennaio ore 20,00 - Palazzo Colleoni, Cortenuova
Interclub Gruppo Orobico 2 “Libertà del testatore o del donatore e diritti degli eredi”. Relatore: il Socio Notaio Elio Luosi

DALMINE CENTENARIO

Giovedì 25 gennaio ore 20,00 al Ristorante La Vacherie, Via la Cà, Brusaporto, BG Inter- club con il RC Bergamo Hospital 1 GXXIII e Inner Wheel Club Treviglio “Patrizio Oliva, una legenda del pugilato italiano”

ROTARY CLUSONE

BERGAMO OVEST

Lunedì 22 gennaio ore 20.00: “Il Dizionario di greco - Le parole dei nostri pensieri” Relatori: gli autori Paolo Cesaretti e Edi Minguzzi

BERGAMO HOSPITAL 1 GXXIII