

UN MENTORE

DAL TICINO ALL'ENGADINA



DI **DIMITRI LORINGETT**

È STATO A LUNGO NEI «PIANI ALTI» DELLA COMUNICAZIONE NELLA BERNA FEDERALE. POI, LA SVOLTA NEL MONDO DELLE ORGANIZZAZIONI INTERNAZIONALI E DEI GRANDI EVENTI SPORTIVI CHE HANNO PORTATO IL TICINESE **ROBERTO RIVOLA** A SVOLGERE INCARICHI PRESTIGIOSI, TRA CUI QUELLO DI RESPONSABILE DELLA COMUNICAZIONE AI CAMPIONATI MONDIALI DI CICLISMO SU STRADA UCI DI MENDRISIO NEL 2009. DA TRE LUSTRI VIVE E LAVORA IN ENGADINA, DAPPRIMA PRESSO ENGADIN ST. MORITZ TOURISMUS E DA CINQUE ANNI CON LA SUA SOCIETÀ MOVIMENTOR, DOVE UNISCE LA SUA PASSIONE PER LA CORSA IN MONTAGNA E LA CONSULENZA IN COMUNICAZIONE E DOVE HA ORGANIZZATO E GESTITO LA COMUNICAZIONE PER IL MONDIALE DI FREESTYLE 2025.



Immaginatoci di ricevere una chiamata chiedendo di organizzare la comunicazione per una competizione internazionale di sci - a poco più di un anno dall'inizio dell'evento. Immaginatoci poi che le gare ben 17 afferenti alla categoria Freestyle, di cui non si conosce praticamente nulla. «Un tempo le piste da sci, nel pomeriggio, erano piene di gobbe, che nel mondo del Freestyle si chiamano mogul: questo primo «aggancio» mi è stato utile per iniziare a capire meglio queste giovani discipline», ha raccontato Roberto Rivola, aneddoticamente, in apertura dell'incontro organizzato a inizio maggio scorso dalla Società Ticinese di Relazioni Pubbliche in collaborazione con Swiss Marketing Ticino nella suggestiva cornice dello Splash & Spa di Rivera.

Le cifre relative al Mondiale di Freestyle 2025, che si è svolto nella seconda metà di marzo in Engadina, tra St. Moritz, Corviglia e Corvatsch, sono impressionanti: 1.800 partecipanti tra sportivi e staff e 800 volontari, 30 finali e 90 medaglie, atleti provenienti da 48 Paesi diversi, 100 mila visitatori alle gare e 15 mila agli eventi collaterali, per un bilancio finanziario di 22 milioni di franchi. Roberto Rivola si è però soffermato soprattutto sugli aspetti comunicativi dell'evento: 650 articoli di stampa in Svizzera e 4 mila in Germania, 174 ore di riprese video, di cui 67 in diretta e trasmissioni in oltre 20 Paesi per 58 milioni di spettatori, a cui si aggiungono 260 milioni contatti streaming. Rivola e la sua squadra hanno però dovuto affronta-

re molte sfide, specie a carattere logistico. Si pensi solo agli spostamenti degli oltre 300 giornalisti accreditati, di cui la metà nei settori foto/video, da «distribuire» su quattro centri stampa. «Ma la sfida nella sfida era gestire il «nuovo mondo» dei media, prevalentemente orientati alle immagini e spesso legati strettamente agli atleti - a ai loro sponsor - con esigenze «non standard», tra riprese con droni, GoPro, ecc.», ha spiegato Rivola. All'incontro si è riflettuto anche sull'evoluzione dei media e della comunicazione. In una scheda conclusiva Rivola ha confrontato i mezzi utilizzati nel 2009 a Mendrisio con quelli usati quest'anno a St. Moritz, dove si nota un maggior numero di «variabili» - foto, video, piattaforme social e streaming e tecnologie informatiche - che richiedono «un po' freestyle», ha detto scherzosamente Rivola. Infine, l'esperto ha condiviso anche la sua esperienza con i giovani con cui ha lavorato, ognuno con le proprie «micro-competenze». «La formazione di base resta fondamentale, non ci si può improvvisare in questo mestiere», dice Rivola, che parla anche del prezioso passaggio generazionale. «C'era molto rispetto reciproco fra di noi e ho trovato interessante le «interpretazioni» dei giovani, specie nel paradigma social e delle nuove tecnologie, come l'IA. Dai ragazzi ho imparato cose nuove, come loro hanno imparato dal mio trascorso. È stata un'esperienza, per me, anche di «mentoring» e di trasferimento della conoscenza, che nell'era iper-digitale resta ancora molto importante». 