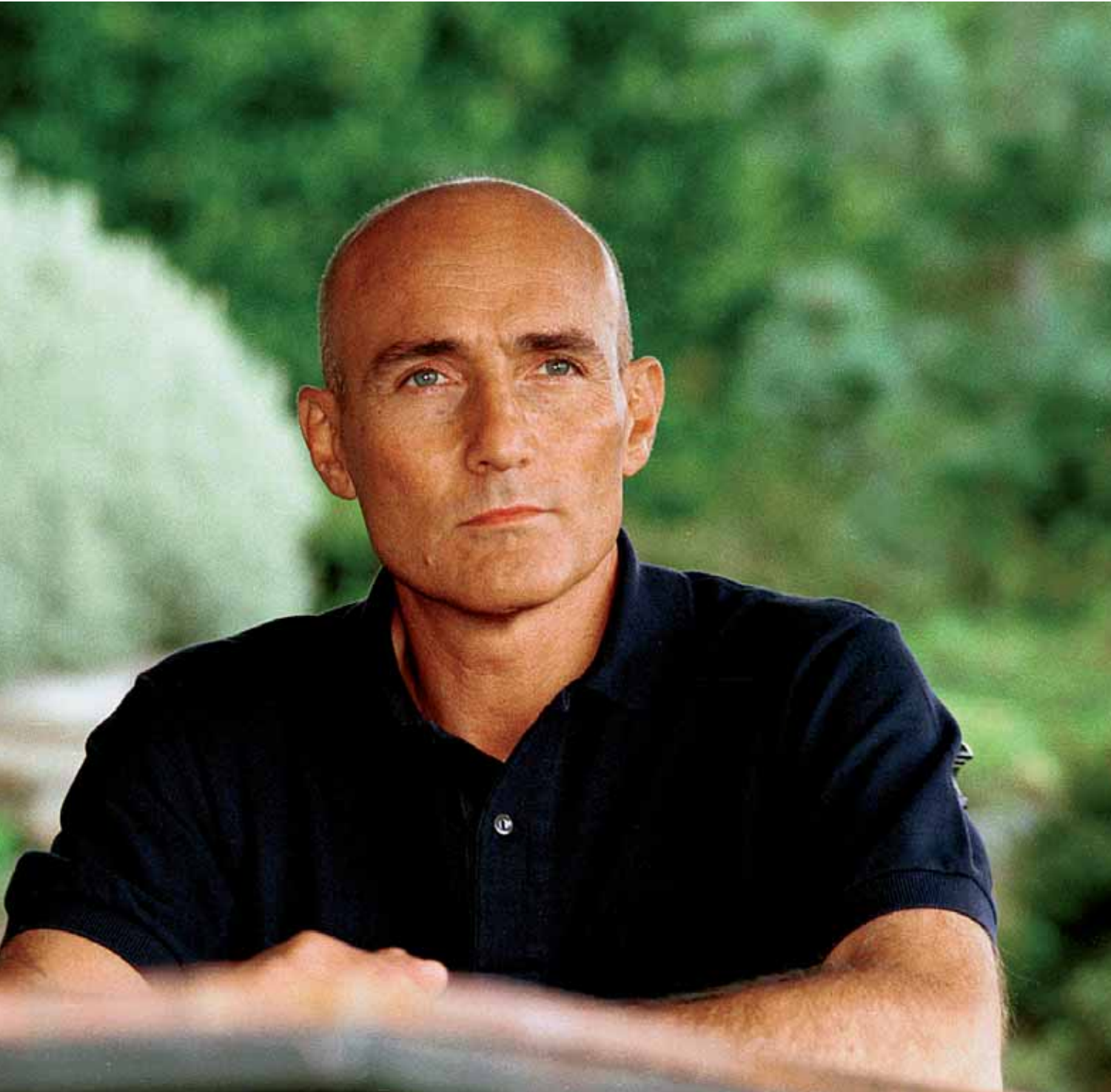




QUANDO IL **BUSINESS** È ECO





In occasione del **primo numero di Vivere a Impatto Zero®** vi proponiamo un'intervista a **Marco Roveda**, già **fondatore della Fattoria Scaldasole** e poi del mondo **LifeGate**, la piattaforma per un progresso sostenibile. Il guru italiano del biologico ci racconta come può un'azienda azzerare il proprio impatto ambientale

di Giovanna Canzi

Dal 2009 anche *Vivere* ha deciso di aderire al progetto **Impatto Zero**[®]. Ci può spiegare di cosa si tratta esattamente?

Impatto Zero[®] è l'anticipazione volontaria del Protocollo di Kyoto. Da un lato significa cercare di ridurre le emissioni di anidride carbonica (CO₂) prodotte dalla propria attività, dall'altra di compensarle attraverso la creazione di nuove foreste capaci di assorbire una quantità equivalente a quella prodotta.

Esattamente come funziona?

Il Protocollo di Kyoto prevede che ogni Stato possa emettere una determinata quantità di gas a effetto serra, variabile da Paese a Paese. Questa quantità prende il nome di "quote di carbonio". Gli Stati che hanno un'elevata efficienza tecnologica ed energetica, e che emettono meno di quanto consentito, accumulano i così detti "carbon credit", che possono essere venduti ai meno virtuosi, cioè a chi emette più di quanto consentito. LifeGate aiuta quelle aziende che decidono volontariamente di ridurre e compensare il proprio impatto ambientale facendo qualcosa di concreto per il pianeta.

Chi certifica?

Un organismo di controllo riconosciuto dalla Comunità Europea certifica che tutto quanto è stato fatto nel modo corretto.

Quali sono gli "strumenti" attraverso i quali Impatto Zero[®]

opera per calcolare l'impatto ambientale e per certificare l'intera filiera?

Impatto Zero[®] si basa sul Life Cycle Assessment un metodo che permette di calcolare l'impatto ambientale di qualsiasi prodotto o attività in tutte le fasi del suo ciclo di vita. Ad esempio, se un'azienda vuole aderire a questo progetto rispetto al suo parco auto, noi consiglieremo innanzitutto di scegliere delle vetture meno inquinanti possibili, poi calcoleremo i chilometri che vengono effettuati e le emissioni di CO₂ prodotte. Infine calcoleremo la dimensione della foresta da creare.

Quante aziende hanno già aderito?

Sono centinaia. I casi più particolari sono stati il tour di Vasco Rossi e quello di Luciano Ligabue. Per quanto riguarda il mondo editoriale ricordo alcune edizioni del bestseller Harry Potter. Per la televisione abbiamo reso a Impatto Zero[®] il Festivalbar, mentre ultimamente ha aderito al progetto Intesa Sanpaolo, con un proposta

che invita i clienti a passare agli estratti conto online, riducendo così l'impatto ambientale, e al contempo crea nuove aree verdi attraverso il progetto Impatto Zero[®]. Fra le novità c'è anche il calendario Pirelli.

Che cos'è una Corporate Social Responsibility?

È un nuovo modo di fare impresa, un nuovo modo di comunicare basato su elevati standard etici che tiene in considerazione quanto di utile può essere fatto in ambito sociale e ambientale. Significa ottemperare ad un impegno etico e sociale nei confronti di tutti gli stakeholders, azionisti, dipendenti, fornitori, clienti, ambiente, collettività, andando al di là del limite stabilito dalle norme vigenti.

Cosa spinge un'azienda ad aderire a un codice etico? Possiamo dire che è anche una strategia di marketing?

Non parlerei di strategie di marketing. Molto più semplicemente penso che una volta la reputazione di un'azienda dipendeva dalle sue dimensioni, oggi dalle sue azioni di rispetto verso l'uomo e l'ambiente. Una

volta erano stimati i ricchi. Oggi le belle persone.

Dal cemento alla fattoria Scaldasole (la prima in Italia a coltivare e produrre biologico e biodinamico) fino a LifeGate: ci può raccontare le tappe del suo non comune percorso?

Nasco come costruttore,

a cui insegnano che dall'assioma "studia-lavora-guadagna" può derivare la felicità. Ben presto mi rendo conto che così non funziona. Non mi sentivo appagato dalla semplice soddisfazione materiale. Ho cercato di dare un senso alla mia vita. Mi sono reso conto che solo facendo qualche cosa che fosse "People Planet Profit", ossia che fosse fatto nel pieno rispetto dell'uomo e dell'ambiente, mi sarei sentito soddisfatto e appagato. Così è stato con la Fattoria Scaldasole, che ha creato il mercato del biologico in Italia, così è con LifeGate, attraverso la quale cerco di diffondere consapevolezza.

Nata nel 2000, LifeGate è entrata nel suo decimo anno di età. Come è stato questo pezzo di strada intrapreso? Una salita su una vetta, una passeggiata in pianura, un'ardita discesa...

Sono stati sei anni in Tibet. È stata un'impresa epocale. Quando nel 2000 in pieno clima consumistico raccontavamo che sarebbe nato un nuovo modello di vita,

“Una volta la reputazione di un'azienda dipendeva dalle sue dimensioni, oggi dalle sue azioni di rispetto verso l'uomo e l'ambiente. Una volta erano stimati i ricchi. Oggi le belle persone”

Prosegue il progetto GREENPRINTING VIVERE a IMPATTO ZERO®

Già dallo scorso anno il nostro editore, A.G. Bellavite, ha scelto di puntare sulla filosofia GreenPrinting. Facendo proprio il concetto di responsabilità sociale d'impresa, definito dalla Commissione Europea nel Libro Verde del 2001 come "l'integrazione su base volontaria, da parte delle imprese, delle preoccupazioni sociali e ambientali nelle loro operazioni commerciali e nei loro rapporti con le parti interessate", l'azienda ha scelto di impegnarsi nella riduzione dell'inquinamento e nella mitigazione dell'impatto ambientale del proprio processo produttivo. Ha quindi deciso di affiancare la tradizionale fornitura di energia elettrica con energia rinnovabile, privilegiare e promuovere l'uso di carte TCF e ECF (totalmente o parzialmente prive di cloro) e FSC (provenienti da foreste certificate), utilizzare inchiostri a base vegetale e lastre senza sviluppo, ridefinire i propri impianti di pre stampa, stampa e legatoria avendo cura di ridurre il fabbisogno energetico e gli scarti di produzione, privilegiare imballi e pallet ecologici, migliorare la logistica e adoperare mezzi ecologici per ridurre l'impatto ambientale nella fase di distribuzione. L'azienda stessa ha inoltre ottenuto nel luglio 2008 la Certificazione della Catena di Custodia secondo lo standard del Forest Stewardship Council (FSC), l'associazione internazionale che include tra i suoi membri industrie di prima lavorazione, trasformazione e commercializzazione del legno e suoi derivati, nonché gruppi ambientalisti e sociali che collaborano per migliorare la gestione delle foreste in tutto il mondo.

Nel 2009 A.G. Bellavite ha deciso di andare oltre. La nostra rivista diventa a "Impatto Zero®": l'anidride carbonica emessa per la produzione del mensile sarà compensata con la creazione di un'adeguata superficie forestale. Impatto Zero® ha calcolato che la quantità di CO₂ emessa per la stampa annua di *Vivere* è di 30.744 kg: questa emissione sarà controbilanciata dalla messa a dimora di alberi su una superficie di oltre 14mila mq in Costa Rica, necessaria a riassorbire le emissioni di gas a effetto serra da noi prodotte.



eravamo considerati "uomini verdi", non perché attenti all'ambiente, ma veri e propri marziani. Siamo stati considerati così fino al dicembre del 2006, quando Rupert Murdoch ha regalato a tutti i suoi dipendenti un sacchetto con un manuale per rispettare il mondo e una lampadina a basso consumo. Oggi finalmente c'è più consapevolezza e si sente il bisogno di un nuovo modello: l'elezione di Obama e i suoi progetti lo dimostrano chiaramente.

Nel saggio "L'ecobusiness ci salverà"? (Salerno Editrice), Enzo Argante afferma che l'aspetto che più disorienta in Marco Roveda è che non sai da che parte prenderlo. Dice testualmente: "è come una di quelle figurine animate che regalavano con alcuni prodotti alimentari decenni fa. Bastava spostare leggermente l'asse per veder muovere la figura e cambiarne aspetto". Com'è Marco Roveda visto da Marco Roveda?

Io sono un monolite. Se la figurina si muove è perché sono gli altri che si muovono. La figurina è sempre ferma. Sono coerente in tutto quello che faccio, che mangio, nello sport che pratico...

A chi la accusa di essere un eco-furbetto cosa risponde?

Il problema non è mio. C'è ancora chi pensa che non si possa lavorare con successo e nel contempo aiutare l'uomo e l'ambiente.

Qual è il filo rosso che lega le persone che fanno parte del vostro "network"?

Sono persone che hanno interiorizzato il concetto di "People Planet Profit". Lottano per un progresso sostenibile, rispettando uomo e ambiente.

Perché ha scelto Merone per la sede di LifeGate?

Sono nato nel cuore di Milano. Lì ci sono rimasto fino a 18 anni e un giorno. Appena presa la patente, sono scappato. Fin da piccolo le piante e gli animali sono stati la mia passione e in città mi sentivo in prigione. Dopo lunghe peregrinazioni mi sono trasferito in questa zona, dove ho trovato la mia fattoria e dove ho scelto di far nascere LifeGate. ■