

**ECONOMIA**



Marco Roveda e la moglie Silvia con i dipendenti di Lifegate a Molteno, in provincia di Como

[GIN ANGRÌ]

**I RITRATTI DI LIBERO** IL MODELLO LIFE GATE: RADIO, PORTALE, ASSICURAZIONI ETICHE

# Il ritorno del signor Scaldasole «Così cambieremo il mondo»

Dopo aver introdotto l'agricoltura biologica in Italia, Marco Roveda punta sul business delle coscienze

*dal nostro inviato*  
**FABRIZIO MASSARO**

**MOLTENO** - Silenzio. Non si sente la radio, da nessuna parte, dentro gli uffici. Eppure siamo in una radio. E che radio: in Lomi-

con la omonima radio e un bimestrale diffuso in centomila copie per abbonamento gratuito, veicola messaggi della sua personale filosofia, basata su concetti semplici come amore, amicizia, eco-

mali morti, e così via. Un discorso razzista? «Umanoide non è una parola razzista. Le persone che si arricchiscono smerciando rifiuti tossici in Africa come le chiami, criminali? No, sono umanoidi.

lavoriamo per l'umanoide. Siccome non è in grado di capire, un ragionamento di valori, dobbiamo coinvolgere quelli che sono più pronti ad assumere un nuovo modello di vita, che anche gli umanoidi poi seguiranno». Bene: ma come si fanno i soldi da tutto questo ragionamento? In tanti modi, spiega Roveda, già "imprenditore dell'anno" nel 1997. La radio.

**DAI CAMPI AI SITI WEB**

Le tre P di Lifegate: persone, pianeta, profitto

■ **Il fondatore**

Marco Roveda, 51 anni, ha investito nei progetti i 20 miliardi di lire ottenuti dalla vendita della Fattoria Scaldasole alla Plasmon

■ **I soci**

Accanto a Roveda, che ha il 70%,

compaiono imprenditori privati come Carlo Feltrinelli e la famiglia Seragnoli

■ **Le attività**

Come promozione, la radio, il sito e la rivista. Il business si fonda sulle assicurazioni etiche, sulla clinica olistica, sul commercio online. In partenza una tv e una banca etica

dimostrare che anche una cosa fatta per il pianeta e la gente può creare profitto («people, planet, profit», sintetizza). «È sbagliato pensare che una cosa fatta per il paese o il pianeta debba essere no-profit. Perché significa che se io ho bisogno di fare profitti - per mangiare, dormire, ripararmi dalle intemperie - non agirò così».

Roveda ricava soldi innanzitutto dai soci di Lifegate. All'inizio l'iscrizione era gratis, ora da qualche settimana si paga una "supporter card" da 24 euro all'anno. «I supporter sono il primo nucleo dell'azionariato popolare di Lifegate», che Roveda vuole portare in Borsa al più presto. Con la card si possono fare tante cose: ascoltare la radio via internet, fare la spesa biologica online (Lifegate riceve una commissione dal negoziante), acquistare una assicurazione Rc auto «etica perché investita in fondi etici» offerta da Genialloyd (Ras) e scontata del 5-15%; ottenere sconti nella clinica olistica di Lifegate, aperta da poco a Molteno e specializzata in medicine non convenzionali. Oppure con "Impatto Zero", la formula creata per calcolare quanto inquinamento creano le nostre attività quotidiane. Per i libri, per esempio, Roveda propone di neutralizzare l'inquinamento creato per produrli chiedendo un contributo al lettore, per rimborsare un terreno in Costa Ri-

Amici della Terra. Un esperimento in sei librerie di Milano ha avuto successo: praticamente tutti i libri venduti sono stati messi a "impatto zero" comprando segnalibri da 25, 45 e 90 centesimi in base al peso del libro stesso.

Quanto fruttano queste iniziative? «Non so dire quanto fatturiamo, le cose crescono così in fretta... Spero di arrivare al pareggio di cassa nel 2004». Intanto ci ha investito 20 miliardi di vecchie lire, i ricavi della vendita della Scaldasole alla Plasmon, nel 1998. E ha coinvolto una serie di imprenditori e famiglie locali, fra i quali spiccano i nomi di Carlo

Feltrinelli e della famiglia Seragnoli. «Vendere a una multinazionale è stato un errore. Ho scelto la Plasmon non perché fosse il miglior offerente, ma perché potevano essere quelli più vicini al nostro tipo di pensiero. Ma poi è stato una delusione. Per questo ho ceduto anche il mio restante 50%. E poi io pensavo di "contaminare" la multinazionale, ma invece erano loro a contaminare, e non tra virgolette... Ma tanto il mio obiettivo l'avevo raggiunto. In Italia ci sono oggi 60mila aziende biologiche. E a me di fare il ragioniere non piaceva.

Io voglio essere l'imprenditore prima pazzo, poi condottiero, non ragioniere. Volevo una vita spericolata, come quella dei film. L'ho avuta». •



bardia Lifegate è una delle più ascoltate, trasmette musica intelligente, grandi classici, ritmi etnici, senza interruzioni pubblicitarie. È qui, in questo stabile nelle campagne di Molteno, in provincia di Como, che un im-

prenditore sui generis, Marco Roveda, ritenta l'avventura, dopo quella che oltre dieci anni fa lo rese famoso: la Fattoria Scaldasole, che segnò in Italia l'avvio dell'agricoltura biologica.

Stavolta la sfida è ben più ampia. Roveda, 51 anni, ha lanciato un portale internet, www.lifegate.it, che insieme

sostenibilità. Ed esattamente come con Scaldasole, vuole dimostrare che si può guadagnare anche vendendo fondi e assicurazioni etiche, spese biologiche on line, compact disc alternativi, cure mediche non

«Il sistema materialista non va più, è l'ora degli intellettuali contro gli umanoidi»

convenzionali, libri "privi di inquinamento". Dopo quasi due anni di attività, Lifegate è ora uscita dalla fase promozionale, iniziando il business su larga scala. Nella società lavorano una trentina fra dipendenti e co.co.co. ma in totale le persone impegnate nelle varie attività sono un centinaio.

Roveda ha la camicia sbottonata, la faccia asciutta da contadino e delle belle rughe che sembrano fatte apposta da un chirurgo plastico. Dentro l'azienda lui si occupa di tutto, insieme con la moglie Silvia, a parte la programmazione della radio che divide con il figlio ventenne Enea. A partire dalla elaborazione teorica che sta dietro il progetto: «Siamo convinti che il sistema consumista-materialista sia agli sgoccioli perché ha tradito la promessa che se avessimo guadagnato saremmo stati felici. La gente vuole benessere psicofisico, una vera qualità della vita, "eco-sofica". Perché comincia a sentire la mancanza di valori ideali, che dal '68 non ci sono più stati. Tutti noi per anni abbiamo cercato di essere più in alto in una ideale piramide socio-economica, perché si diceva che in alto ci sarebbe stata la felicità. Lo schema era: studia-lavora-guadagna-compra-sei felice. Chi lo ha fatto si è accorto che poi non era più felice ma aveva più problemi, perché aveva più cose da gestire. Delusi dalla mancanza di veridicità del sistema, la gente ora si sta orientando su un asse socio-culturale, dove in basso ci sono gli umanoidi e in alto ci sono gli intellettuali. Lifegate nasce con queste idee e vuole raggruppare le persone che hanno fatto questa scelta di vita».

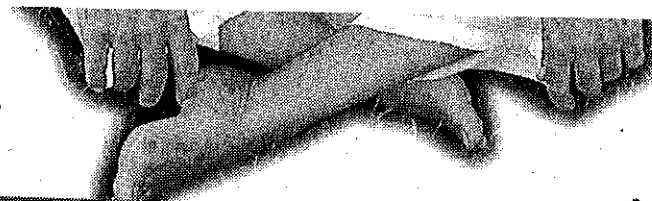
Chi sono gli umanoidi è presto detto: gli hooligans, chi inquina, gli stilisti che disegnano le pellicce e le persone che indossano quegli ani-

il criminale è chi ruba, uccide, fa danno agli altri. Ma loro fanno danno a loro stessi, inquinando il pianeta. Per questo sono umanoidi. Ma noi

il portale, il giornale, fra poco anche una tv satellitare, gli servono per promuovere la sua visione del mondo. Le attività economiche servono a

ca gestito dall'associazione

Marco Roveda, fondatore della fattoria Scaldasole e ora di Lifegate (PAOLO GANDOLA)

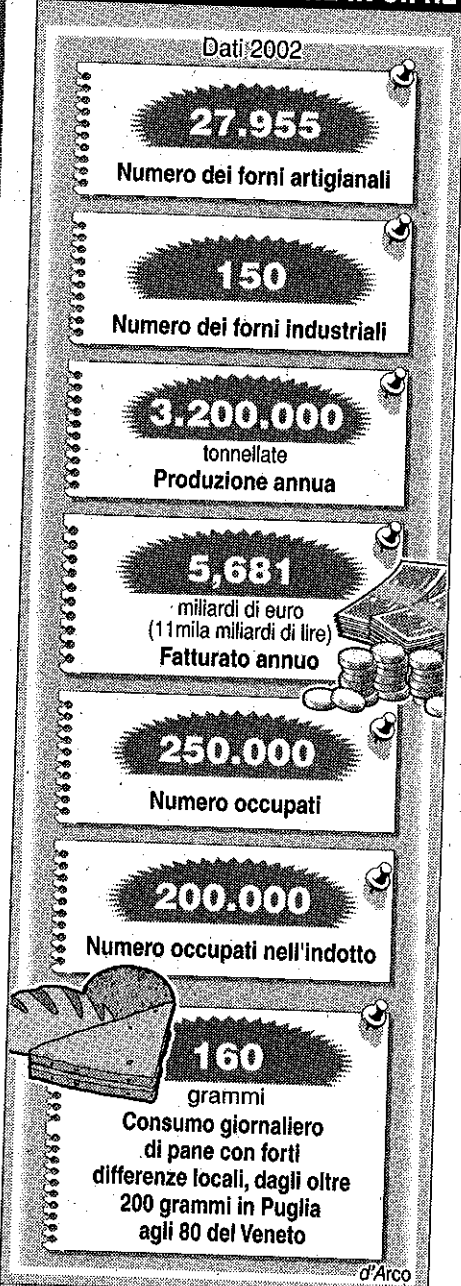


## OLD ECONOMY A RISCHIO

# L'industria del pane si mangia i fornai

Appena 150 grandi produttori mettono a rischio chiusura buona parte delle 28mila imprese artigiane. Domani la festa nazionale dell'alimento bianco

### IL BUSINESS DEL PANE IN CIFRE



di ANDREA VALLE

ROMA - Il pane è un prodotto a rischio di estinzione: non se ne mangia più, non si trova chi voglia farlo. Non solo. In uno dei settori più antichi del mondo si sta combattendo una guerra senza quartiere. Il problema è semplice: il pane industriale costa meno, anche il 30%, rispetto a quello artigianale. E con due fornai un piccolo produttore riesce a sfornare tre o quattro quintali di pane artigianale mentre un forno industriale, ne produce addirittura 50.

Ma il confronto non si gioca più, da tempo immemore, sulla quantità. I 28mila artigiani del settore hanno capito che è inutile fare la concorrenza agli industriali e alla grande distribuzione sul prezzo. Che, al pubblico, varia da un euro e mezzo a 5 euro al chilo. Proprio di recente i panificatori milanesi sono stati al centro di una polemica, quando il loro presidente, Antonio Marinoni, ha annunciato di voler aumentare il prezzo della famosa "michetta" da 3,7 a 5 euro al chilo.

Ma questa guerra del pane si combatte sullo sfondo di un mercato in cui si consuma sempre meno prodotto fresco. A lanciare l'allarme è proprio la Federazione italiana panificatori che ha indetto per domani la prima festa nazionale dedicata al pane, un tempo simbolo dell'alimentazione povera ma anche dei valori sociali e cristiani e ora finito in posizione sempre più marginale sulle nostre tavole. Mettendo a rischio soprattutto i panificatori artigianali, che continuano a costituire la stragrande maggioranza della produzione italiana:

circa 28 mila esercizi, contro i 150 forni industriali. In totale, la produzione annua è di ben 3.200.000 tonnellate, per un fatturato di quasi sei miliardi di euro (11.000 miliardi di lire). Un giro di affari di circa 250.000 occupati, più quasi altrettanti nell'indotto.

I problemi, però, sono soprattutto due. Di pane se ne mangia sempre di meno, ormai la media è di 160 grammi pro-capite, anche se con forti differenze locali, dai più di due etti quotidiani in Puglia agli 80 grammi del Veneto. E ci sono

sempre meno fornai, cioè persone disponibili a fare una vita sacrificata come poche altre, con levatacce in piena notte. Ne sa qualcosa la Federazione dei panificatori, che si è dovuta impegnare in una dura

lotta sindacale per consentire ai propri apprendisti di cominciare a lavorare almeno alle cinque. Oggi il settore lamenta una carenza di manodopera di oltre 5 mila posti di lavoro, nonostante le possibilità di reddito per chi intraprende questa professione siano discrete.

Tra l'altro l'Italia è anche sotto questo aspetto una fucina di infini-

te varietà locali che vanno dalla rosetta "vuota" romana o a mollica piena del nord, allo sfilatino, alla ciriola, ai pani all'olio, al latte, con noci, olive, uvetta, e poi il pane di Ferrara, Matera, Altamura, Genzano, di Terni.

«L'industria del pane e la grande distribuzione», spiega Edvino Jerian, presidente dei panificatori italiani, «stanno investendo i consumatori italiani con promozioni milionarie che rischiano di causare serie difficoltà alle imprese artigiane del settore». Per reagire a questa situazione, la Federazione ha indetto la prima festa nazionale del pane: domani chi entrerà nei panifici aderenti troverà i negozi addebbati, depliant e assaggi gratuiti, proposte di specialità, incontri con le istituzioni locali, animazioni, visite delle scuole e dimostrazioni di panificazione per i ragazzi. Le associazioni hanno organizzato fino al 25 maggio feste in piazza, animazioni e iniziative organizzate con i donatori di sangue, mentre il social guest dell'iniziativa sarà la Comunità di San Patrignano, con cui la Federazione ha da tempo ottimi rapporti, culminati con la donazione alla comunità di un forno per panificazione.

Manca manodopera: le imprese cercano inutilmente 5 mila nuovi fornai



Un artigiano mentre sforna le baguettes

## FRECCIE

### Lucchini

#### LE BANCHE DECIDONO RISTRUTTURAZIONE

È stato inviato a 42 banche il piano di ristrutturazione del gruppo Lucchini preparato da Lazard ed Enrico Bondi. Gli istituti di credito dovranno fare avere entro domani, giorno in cui è stato convocato il Cda dell'azienda siderurgica, una risposta di massima sulla loro disponibilità a partecipare all'operazione. Mediobanca, socia della Lucchini al 6,2%, ha accettato di partecipare, al pari degli altri azionisti, a un aumento di capitale da complessivi 225 milioni (di cui 125 milioni di prestiti subordinati).