

Avanti!

CULTURA & SPETTACOLI

Giovedì
28 aprile 2011 **6**

A colloquio con Marco Roveda, fondatore di LifeGate, tra i maggiori player italiani della sostenibilità ambientale

Quando il profit fa bene all'ambiente

Promuovere uno stile di vita e un modello economico "People, Planet e Profit" dove le persone, il pianeta e il profitto vivono in armonia. Questo l'obiettivo primario di LifeGate, network media e advisor per lo sviluppo sostenibile che, grazie all'ampia e innovativa gamma di iniziative e strumenti di comunicazione, ad oggi si colloca tra i maggiori player italiani nel campo della sostenibilità ambientale.

LifeGate è una radio, un magazine, un portale web e un advisor per le aziende. Il suo stile è semplice, immediato e capace di raggiungere e coinvolgere un target diversificato, a partire dai singoli cittadini fino alle istituzioni pubbliche e private che operano in svariati settori. La chiave di accesso è a 360 gradi: musica di alta qualità on air, corredata da messaggi e consigli etici, un iMagazine per iPod per leggere in tempo reale tutte le news sulle tematiche della sostenibilità, una piattaforma di sharing per caricare immagini e video sul web, un portale internet che offre agli utenti la possibilità di commentare le singole notizie e condividere i contenuti con i propri amici e ancora, per le aziende, la possibilità di ridurre il proprio impatto sull'ambiente acquistando energia rinnovabile e compensando le emissioni di CO2 con progetti di riforestazione.

Ne scopriamo i profili su Facebook, Twitter, YouTube ma non solo. LifeGate è di per sé una sorta di "social network dell'informazione tecnologica" che coinvolge i propri utenti; non più solo lettori, ma parte attiva delle notizie e delle iniziative.

Per saperne di più su questo network, che ogni giorno accresce il numero dei propri follower e detta nuove tendenze tra i giovani, abbiamo intervistato il suo fondatore, Marco Roveda.

Lei ha fatto del "bio" e dell'"eco" la missione della sua vita, fondando prima la Fattoria Scaldasole e poi LifeGate. Risiedono, dunque, nella natura i segreti del suo successo?

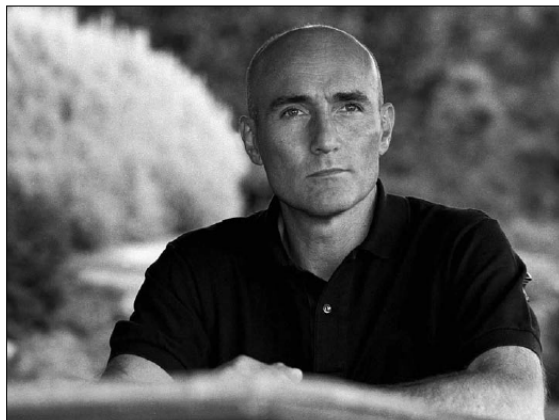
"Sì, è affascinante pensare che la forza generatrice della natura si incanali nelle mie imprese per fiorire in modi diversi. Con Fattoria Scaldasole avevamo dimostrato che si può fare business rispettando l'uomo e l'ambiente, che l'ecologia poteva creare profitto. Avevamo creato la prima industria People, Planet e Profit. Con LifeGate abbiamo creato un'impresa che nasce per diffondere consapevolezza, valori, progresso sostenibile: un nuovo stile di vita e un nuovo modello economico".

Alla base delle iniziative di LifeGate le tre "P": People, Planet, Profit. Come riuscite a coniugare questi tre aspetti?

"People, Planet, Profit" sono tre anelli della stessa catena. "People", la gente, è il soggetto senza il quale non saremmo qui neppure a fare questo ragionamento: la gente non è il mezzo ma il fine, e la soddisfazione dei bisogni della gente, il rispetto dei singoli esseri umani, l'attenzione alla qualità dell'esistenza devono essere il fulcro di qualsiasi iniziativa. "Planet", il pianeta, è la terra su cui camminiamo e abitiamo, è l'aria che respiriamo, è il cibo che mangiamo, è l'acqua vitale, non possiamo più vivere alle spalle dell'ecosistema, dobbiamo riequilibrarlo. "Profit", il profitto, è quanto permette di soddisfare i bisogni primari legati alla sopravvivenza, è indispensabile per vivere nella società contemporanea; ma è arrivato il momento di renderci conto che il profitto da solo non basta e che, senza le altre due P, senza prendere in considerazione sia la gente che il pianeta, non c'è armonia di vita e non c'è neanche vita".

Una radio, un sito web e un iMagazine per iPad: LifeGate coinvolge i propri utenti a 360 gradi. Ma qual è il canale che oggi "tira" di più?

"Oggi direi tutto ciò che presuppone l'inter-



zione e la socialità. Internet e i social network offrono una ricchezza di possibilità di comunicazione e di contenuti: mentre i vecchi media erano "luoghi/insieme di pratiche" finalizzate alla "comunicazione", quelli nuovi sono finalizzati alla "conversazione". LifeGate si è tuffata in questa nuova dimensione con entusiasmo, incoraggiando ogni persona a divenire protagonista del cambiamento".

Tra i vostri progetti Impatto Zero®, soluzione con la quale le aziende possono compensare le proprie emissioni di CO2 con la creazione di nuove foreste. Come nasce quest'idea?

"Impatto Zero® è il primo progetto italiano, nato nel 2001, che concretizza gli intenti del protocollo di Kyoto, ovvero il primo grande accordo mondiale per ridurre le emissioni dannose per il clima. Ogni azione, evento, prodotto genera delle emissioni di CO2. Impatto Zero® le calcola, riduce e compensa le emissioni con la creazione e tutela di foreste in crescita, il cui

ruolo di "carbon sink" - la capacità di assorbire la CO2 - è riconosciuto dall'Onu e da ricerche scientifiche indipendenti. Ad oggi oltre 800 aziende, organizzazioni, enti pubblici e privati hanno aderito al progetto compensando le emissioni derivate da attività, consumi energetici ed eventi e i prodotti già sul mercato con il marchio sono più di 350 milioni. Il vero intento di Impatto Zero® è culturale, cioè vuole suggerire che è più corretto internalizzare i costi ambientali e che è possibile ridurli, facendo sì che questa operazione si traduca in un vantaggio".

Quali sono i presupposti che un'azienda deve possedere per poter collaborare con voi?

"Le aziende che collaborano con noi vogliono proporre al mercato qualcosa di diverso. Sono aziende che vogliono sostenere e incoraggiare un cambiamento, che sanno che anche attraverso un prodotto si può diffondere cultura e consapevolezza".

Se potesse consegnare il Premio 2011 per

"l'azienda italiana meno impattante", lo darebbe a ...? Perché?

"Sono molte, anche in Italia, le aziende che hanno intrapreso percorsi di sostenibilità, ma prima di dar loro un premio devono impegnarsi ancora moltissimo. Come ha scritto Nazim Hikmet "il più bello di tutti i mari è quello che non navigammo".

Di recente l'espansione al non profit con l'istituzione di LifeGate Planet Onlus. Qual è l'obiettivo primario dell'associazione?

"LifeGate Planet Onlus è una rete di attività e iniziative che vuole promuovere la consapevolezza e l'attenzione all'ambiente, sensibilizzando rispetto al nuovo bisogno primario dell'uomo, cioè equilibrare l'ecosistema. Lo faremo con una varietà di iniziative a sfondo culturale, coinvolgendo grandi protagonisti, pensatori e testimoni della nostra epoca".

Lo scorso 22 aprile abbiamo festeggiato l'Earth Day. Come possono contribuire i nostri lettori alla salvaguardia del Pianeta?

"Tutti noi, abitanti della Terra, ci dobbiamo rendere conto che oggi abbiamo un nuovo bisogno primario: riequilibrare l'ecosistema. Se non vogliamo estinguerci dobbiamo farlo, è quindi indispensabile che le persone acquisiscano consapevolezza".

E proprio in occasione della Giornata mondiale della terra, LifeGate di iniziative ne ha preparate veramente tante, a cominciare dal concerto a Impatto Zero®, organizzato da Earth Day Italia lo scorso 20 aprile a Roma, che ha visto sul palco due protagonisti della scena musicale italiana e internazionale come Patti Smith e Carmen Consoli, fino ad arrivare agli accordi con Walt Disney e Bauli per la resa a Impatto Zero®, rispettivamente di un numero del settimanale Topolino e della vettura di Pasqua Kocciabella (da 150 grammi) e Kuccioliotti Family (da 210 grammi). Ampio spazio è stato riservato, inoltre, alla parte di comunicazione con LifeGate Radio che ha dedicato la programmazione all'Earth Day e il portale LifeGate.it, che ha messo in primo piano numerosi articoli di approfondimento sulla ricorrenza.

Anna Moccia
anna.moc@libero.it

Al Teatro Vascello di Roma è andato in scena il "Sogno d'autunno" di Jon Fosse

Una vibrante commedia civile

"Sogno d'autunno", la vibrante commedia di Jon Fosse, è andata felicemente in scena alla Sala Giancarlo Nanni del Teatro Vascello, diretto con competente e appassionato impegno da Manuela Kustermann. Il lavoro tradotto da Fulvio Ferrari ha avuto ad interpreti: Sergio Romano, Viola Graziosi, Daniela Piperno, Massimo Lello ed Elisa Amore. Progetto e regia Alessandro Machia. Scene di Domenico Canino; costumi Fabrizia Migliarotti; light designer Giovanna Bellini; sound designer Michele Marsili; aiuto regia Elena Fuganti. Produzione Zerkalo Teatro con il sostegno della Reale Ambasciata di Norvegia e dell'assessorato alle Politiche culturali del Comune di Roma. Va qui detto che Zerkalo è una compagnia teatrale professionale che si inserisce in quel segmento, in Italia piuttosto trascurato, posto tra il teatro di parola propriamente inteso e la ricerca estrema. Un'attenzione particolare è rivolta alla drammaturgia contemporanea con una certa connotazione civile, al recupero della parola come luogo privilegiato di creazione del senso, agita però secondo una pra-

tica teatrale che ricorre spesso all'impiego della multimedialità e alla commistione con altri linguaggi, senza però abbandonare la scrittura drammaturgica.

Dalla produzione La Fabbrica dell'Attore e Associazione Culturale Controchiave, è stato inserito intanto, sempre al Vascello, un appuntamento con "Doppio assoluto": la voce intorno al suono. Per l'occasione Alessandro Preziosi legge "La Divina Mimesis" di Pier Paolo Pasolini, accompagnato dal percussionista Michele Rabbia. Il recital riflette, nel tema della rassegna (doppio assoluto), il rapporto metalinguistico tra Pasolini e Dante, come nel dialogo in scena tra parola e musica. Al tempo stesso indica un commento al testo danese, che per Pasolini è in effetti mimesi (o imitazione) della realtà e dei linguaggi che si adottano per rappresentare la vita. Così che i testi circolano di continuo, aprendosi su orizzonti dell'opera imitata e dell'opera nuova che da quella scaturisce.

Re. Ri.

Avanti!

Registrazione Tribunale di Roma
n. 599 del 29/11/1996

DIRETTORE RESPONSABILE
VALTER LAVITOLA



REDAZIONE IN ROMA
Via del Corso, 117 - 00186 Roma
Telefono: 06/6790038 - Fax 06/69782296
www.avanti.it e-mail: redazioneavanti@gmail.com

EDIFICHE

International Press soc. coop.
Via del Corso, 117 - 00186 Roma
Per abbonamenti: c/c postale 23673809 o presso la nostra sede
Iscritta al Registro Nazionale della Stampa al n. 4988 del 20/XI/96
*Impresa beneficiaria, per questa testata, dei contributi
di cui alla legge n. 250/99 e successive modifiche ed integrazioni"

CONCESSIONARIA PUBBLICITÀ
Poster pubblicità & Pubbliche relazioni S.r.l.
Roma - Tel. 06/68896911

STAMPA

I.L.G.F. S.R.L.

Piazza IV Novembre, 4 - 20124 Milano
c/o New Poligraf Roma
Via della Mola Saracena, snc - 00065 Fiano Romano

DISTRIBUZIONE

S.E.R. Srl. Via Domenico De Roberto, 44 - 80143 Napoli
edizione chiusa alle ore 23,45