

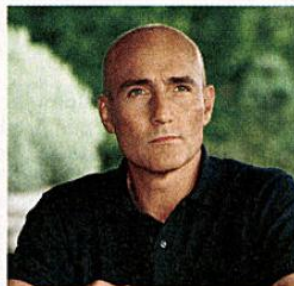
Advisory Nasce Lifegate Consulnet con Caire di Lauzet e Roveda

Vi facciamo verdi per il vostro bene

Essere green conviene, con investimenti profittevoli nel tempo. Il 30% dei consumatori dichiara di preferire un prodotto che abbia fatto un percorso sostenibile e di essere disposto a pagarlo di più, pur di non aggravare l'impatto ambientale, sociale ed economico. E secondo Eurisko la percentuale sale al 50% tra laureati e dirigenti: un bacino su cui puntare per aumentare le vendite. «È un trend inarrestabile quello di dare la preferenza a chi fa scelte sostenibili. Le quali, oltre a favorire il benessere delle persone e dell'ecosistema, fanno bene alle imprese, perché le aiutano a ridurre i costi e a incrementare i ricavi. Chi investe sulla sostenibilità, sia in Italia sia all'estero, sta già ottenendo risultati significativi», spiega **Giorgio Caire di Lauzet**, presidente e ad di Lifegate Consulnet. La nuova realtà consulenziale nasce dalle competenze e best practice di Lifegate (radio e portale di **Marco Roveda**, che dal 2000 diffonde e realizza, tra l'altro, progetti a impatto zero) e di Consulnet, la società di consulenza di Caire di Lauzet, dal 1996 sul

mercato con un forte accento sui temi dell'ambiente e della responsabilità sociale d'impresa (rsi). Propongono un modello di impresa a 3P: «people planet profit», con la sfida oggi per le aziende di non cavarsela più con azioni spot di responsabilità sociale, ma di inserire la sostenibilità nei propri piani strategici. «L'obiettivo non è di azzerare le emissioni e i rifiuti, ma di ridurli e gestirli in modo che siano assorbibili e che il pianeta si mantenga in equilibrio. Anche e grandi imprese hanno già più chiara questa urgenza, molto meno le pmi. Alcuni settori, poi, sono più indietro di altri, come l'abbigliamento, le calzature e gli accessori, il turismo e la cosmesi», commenta Caire di Lauzet.

Nell'alimentare, per esempio, il gruppo As do Mar lavora sulla sostenibilità della filiera, dalla scelta dei pescherecci al packaging e, nel turismo, sta prendendo piede il progetto di Lifegate Stay For The Planet che, in pochi mesi, ha già ottenuto 150 adesioni, fra cui la catena di hotel Best Western e il tour operator Cisalpina tours. La nuova joint venture offrirà un ventaglio di servizi integrato e modulare, secondo le dimensioni del settore, con programmi anche per le pmi. Dalla valutazione dell'impatto e delle performance ambientali (entro marzo online un tool sofisticato per una prima autodiagnosi) all'integrazione della sostenibilità nei piani industriali, dalla gestione degli stakeholder alla redazione di bilanci di sostenibilità (anche digitali), dal green procurement al mobility management. Con una novantina di esperti che seguiranno le imprese nella ricerca di un equilibrio tra gli interessi di tutti gli stakeholder. Il network mediatico di Lifegate, da parte sua, veicolerà le best practice di chi avrà scelto la sostenibilità, contando su una sana emulazione. «Un approccio sostenibile al business è una strategia efficace anche per far fronte alla crisi, visto che significa riduzione degli sprechi, efficienza energetica, digitalizzazione e ottimizzazione delle risorse. In pratica, riduzione delle inefficienze ma anche potenziale di crescita e di differenziazione», conclude **Stefano Corti**, direttore generale di Lifegate Consulnet.



Ambiente & Business
A sinistra, Marco Roveda.
A destra, Giorgio Caire di Lauzet

Gaia Fiertler