

**prima**  
Comunicazione

## L'AZIENDA

LIFEGATE

### Le tre P di Roveda

Marco Roveda riorganizza il gruppo editoriale e di consulenza (10,5 milioni di fatturato nel 2009) all'insegna del claim 'People, planet, profit'

**M**arco Roveda, imprenditore visionario che dopo aver dato vita al gruppo alimentare biologico Fattoria Scaldasole (poi rivenduto) ha fondato nel 2001 Lifegate, sta riorganizzando il suo network verde. Un'operazione partita in sordina che, tra la fine dell'anno e l'inizio del prossimo, porterà importanti cambiamenti anche sul fronte editoriale.

La prima novità è l'accorpamento delle attività all'interno della capogruppo. Le società e le divisioni commerciali, prima gestite autonomamente, sono state riportate sotto il controllo diretto della holding. L'accorpamento della catena di comando ha ridisegnato anche i ruoli chiave dell'azienda di Merone, in provincia di Como. Simona Roveda, moglie del fondatore, è diventata direttore editoriale coordinando tutte le attività media e non solo il periodico *Lifegate Magazine*. Il figlio Enea, lasciato la gestione di Lifegate Radio, è diventato direttore marketing e comunicazione del gruppo. Accanto a loro, nel board sono entrati anche il direttore commerciale Stefano Corti e il direttore scientifico Simone Molteni.

La riorganizzazione di Lifegate si è resa necessaria per gestire meglio il business che si è focalizzato sui servizi per le aziende, abbandonando le attività rivolte al mercato consumer da cui il gruppo era partito. Un cambio di strategia che ha pagato. Tanto che l'anno scorso il fatturato consolidato è stato di 10,5 milioni di euro, in crescita dell'8% sul 2008, e i primi sei mesi di quest'anno hanno registrato un promettente +6%. Un giro d'affari generato principalmente dall'attività di advising per le imprese che vogliono adottare sistemi e produzioni compatibili con l'ecosostenibilità ambientale. Servizi di consulenza e progetti di sviluppo sostenibile veicolati attraverso brand noti come Impatto Zero, Lifegate Ecopartners, Lifegate Energy, Lifegate Engineering e il nuovo progetto



Nella foto in alto: Simona Roveda, direttore editoriale di Lifegate, Enea Roveda, direttore marketing, e Marco Roveda, fondatore e presidente del gruppo. Qui sopra, l'home page del portale Lifegate.it e la copertina del primo numero di *Lifegate iMagazine*.

Zero Impact Web. "Offriamo supporto e competenza per condividere un approccio che permetta di fare profitto nel rispetto delle persone e del pianeta, come recita il nostro claim 'People, planet, profit'", dice Enea Roveda.

Sul fronte editoriale il nuovo corso di Lifegate sta progressivamente trasformando i tre media del network: il portale Lifegate.it, il bimestrale *Lifegate Magazine* e Lifegate Radio. Rifatto a settembre, Lifegate.it - 250mila utenti unici e 1,5 milioni di pagine viste al mese - ha incorporato tutti i siti satellite, quelli ad esempio dedicati all'Impatto Zero e alle energie verdi, e ha aperto spazi all'informazione dal mondo della tecnologia, dei motori e dei viaggi. Con il restyling è stato anche introdotto un flusso di news quotidiane sempre e solo specializzate nelle tematiche dello sviluppo sostenibile (il network non ha mai ospitato notizie generaliste).

A ottobre il gruppo di Roveda ha

stampato l'ultimo numero del bimestrale cartaceo *Lifegate Magazine* inviato gratuitamente a 100mila abbonati. Al suo posto sotto Natale verrà distribuito *Lifegate iMagazine*, periodico digitale pensato soprattutto per la fruizione su iPad, ma disponibile anche sul portale, sulla piattaforma Issuu.com e inviato in formato pdf a 80mila iscritti. "Sarà accessibile anche dalle principali piattaforme di social networking su cui abbiamo intensificato la nostra presenza", dice Enea Roveda. "Collaboriamo con l'agenzia Ninja Marketing per costruire un forte legame con le community digitali che troveranno ampio spazio nella nuova home page di Lifegate.it on line tra qualche settimana".

Ispirate alle brevissime news di Twitter saranno le pillole di informazione in arrivo nel palinsesto di Lifegate Radio. L'emittente guidata dal direttore artistico Basilio Santoro - presente in Lombardia, Lazio e Piemonte, seguita da 150mila ascoltatori al giorno - sta mettendo a

punto la programmazione con l'obiettivo di migliorare l'appeal nella capitale. Sulle frequenze romane Lifegate manda in onda una programmazione speciale e ha appena varato il programma 'Gate Roma' realizzato e condotto negli studi capitolini. "Cerchiamo di eliminare la percezione un po' milanese che ha la nostra stazione", spiega Enea Roveda, "anche attraverso iniziative come 'Cineradio Forum' che ha seguito in diretta il Festival del cinema di Roma e il programma di riflessioni mattutine 'Illogica allegria'".

Tra le altre novità del gruppo Lifegate, da segnalare che pochi mesi fa Marco Roveda e Ervin Laszlo, filosofo e founder del Club of Budapest, istituzione internazionale dedicata all'economia etica, hanno dato vita a Lifegate Planet, associazione non profit la cui finalità è 'diffondere i valori della civiltà della consapevolezza e il rispetto dell'uomo e dell'ambiente'.

**Roberto Borghi**