

Kyoto/1. La storia di Marco Roveda, inventore di Fattorie Scaldasole e LifeGate

Una passione per la sostenibilità

Maria Bianucci

«Studia, lavora, guadagna e sarai felice. Era questo il messaggio per i ragazzi della mia generazione - ricorda Marco Roveda, oggi poco più che cinquantenne - Ne avevo fatto tesoro a tal punto che a nemmeno trent'anni ero ricco. Peccato fossi tutt'altro che felice».

Nulla di francescano. Questa è semplicemente la storia di un imprenditore che ha provato a guardare oltre. Che ha capito prima di altri come lo stile di vita stesse per mutare profondamente, e che solo nel rispetto dell'ambiente ci sarebbe stato sviluppo.

La conversione inizia nel 1978, quando con alcuni amici impianta colture finalizzate alla produzione di latte a Carona, paesino del Canton Ticino: «Quantità minime, quasi solo per autoconsumo. Ma ho imparato molto, in Svizzera i principi dell'agricoltura biodinamica erano già diffusi». Tre anni più tardi, nell'81, dopo aver venduto tutto ciò che aveva, due imprese edili, l'aereo privato, la macchina blindata, una bella casa, fonda la Fattoria Scaldasole, 18 ettari ad Anzano del Parco in provincia di Como. Con un obiettivo preciso: produrre latte biologico controllando l'intera filiera. Scopre subito che il suo progetto è giudicato quello di un pazzo visionario, forse anche un po' pericoloso. Va da sé che non ottiene né sussidi né finanziamenti. «La stalla — continua Roveda — non aveva lucernari sul tetto ma finestre all'altezza dello sguardo delle mucche: quelli dell'ispettorato la definirono una balera, volevano che allevassi le frisone e io ave-

vo le brune alpine. Un tipo di mucca che produce meno latte ma è molto più resistente e vive più a lungo. Non volevo impiegare pesticidi né prodotti chimici nella coltura di foraggi e cereali e mi dissero che non avrei raccolto nulla. Quando capii che il latte che consegnavo ogni mattina alla Centrale di Oggiono finiva insieme al resto, decisi di commercializzarlo da solo».

Nel tempo si sono aggiunti poi derivati come lo yogurt cremoso, ma anche la spremuta di arance: «Nessuno riusciva a trovare un modo per conservare il succo che si ossida immediatamente. Allora ho provato a pastorizzarlo, a sottoporlo cioè allo stesso processo che si utilizza per il latte, e a metterlo in contenitori alluminati e ha funzionato». La Fattoria Scaldasole fa decollare il mercato del biologico, negli anni '90 l'Italia è al primo posto in Europa con 60 mila aziende biologiche per un fatturato complessivo di 50 miliardi di vecchie lire.

Nel 1998 vende società e marchio alla Plasmon e tiene per sé l'azienda agricola dove continua anche ad abitare. Ha tempo per riflettere, pensa che la gente stia cominciando a percepire che lo sfruttamento scriteriato delle risorse naturali è un suicidio collettivo, che al consumismo compulsivo si può sostituire un consumo consapevole, che il "come" sta diventando più importante di "cosa" e "quanto" si produce. «Trent'anni fa - dice l'imprenditore - uno con la Lamborghini era un ganzo a prescindere. Oggi ci chiediamo quanto inquina, i simboli del successo di un tempo sono

**Guardare oltre.** Marco Roveda

vissuti come fastidiose ostentazioni: una volta etico significava pagare il conto, oggi significa diritti umani, rispetto per l'ambiente, sostenibilità».

Nel 2000 Roveda fonda LifeGate, società per azioni certificata SA 8000. «Mi interessava la comunicazione, non volevo produrre cose ma cercare di definire un nuovo stile di vita. LifeGate è innanzitutto una radio (400 mila ascoltatori/giorno), un portale (2 milioni di pagine viste e 300 mila visitatori unici al mese), un magazine diffuso gratuitamente in centomila copie». Quattro anni fa nasce Impatto Zero, progetto costruito per promuovere il Protocollo di Kyoto presso le aziende, dimostrando loro come lo si poteva applicare creando valore, da spendere poi, anche, in immagine. Calcolare l'emissione di anidride carbonica, individuare le modalità per ridurla, compensarne l'impatto ambientale contribuendo alla creazione di aree bo-

schive o alla protezione di foreste esistenti: questa in sintesi l'operazione di LifeGate.

Ma qual è la differenza con i carbon credit che da oggi si possono contrattare alla Borsa dei fumi? «Impatto Zero è un impegno che un'impresa assume su base volontaria - risponde Roveda - LifeGate certifica la sostenibilità sociale, ambientale ed economica della riforestazione, in Borsa si acquistano certificati che possono provenire, per esempio, dalla piantagione di alberi Ogm che assorbono magari più anidride carbonica ma devastano l'ambiente e non rispettano i diritti degli abitanti». Sono 360 le imprese (o sedi italiane di multinazionali) a Impatto Zero: da una grande azienda che produce condizionatori a gallerie d'arte, wine bar, case discografiche per finire con l'ultima in ordine cronologico "Sabato, domenica & ..." programma in onda ogni settimana su RaiUno. Ma anche 2.500 persone che collegandosi con il portale di LifeGate hanno scelto di compensare le proprie emissioni di CO₂.

L'ultima passione di Marco Roveda sono i jeans. Li ha presentati alla fine del 2006: sono prodotti interamente in Italia con cotone europeo non geneticamente modificato, coltivato senza uso di pesticidi e prodotti chimici. I tessuti sono tinti con indaco naturale, i lavaggi solo con acqua e pietra pomice, tutti gli accessori, bottoni, cuciture, etichette, sono prodotti nel rispetto dell'uomo e dell'ambiente. E, inutile dirlo, a Impatto Zero. Perché i jeans? «Perché li mettono i ragazzi. Il messaggio è per loro».