

Sommario Rassegna Stampa

Pagina	Testata	Data	Titolo	Pag.
18	Corriere della Sera - Ed. Milano	01/05/2016	<i>LE VOCI DI MIRO' E LOCASCIULLI</i>	2
38/40	L'Impresa	01/05/2016	<i>LE CONDIZIONI DEL BUON BUSINESS (P.Stringari)</i>	3
40	L'Impresa	01/05/2016	<i>LA SOSTENIBILITA' ARRIVA IN BORSA...</i>	6
	Magazine.greenplanner.it	02/05/2016	<i>L'ENERGIA VERDE E SOSTENIBILE FIRMATA LIFEGATE</i>	7
19	E7 - il Settimanale di Quotidiano Energia	04/05/2016	<i>LE TECNO NEWS DI CANALE ENERGIA</i>	8
	Voyager-magazine.it	04/05/2016	<i>IMPATTO AMBIENTALE SOSTENIBILE PER UN HOTEL GREEN</i>	9
	Panorama.it	05/05/2016	<i>INSIEME PER L'AMAZZONIA, ERP ITALIA PARTECIPA A 'FORESTE IN PIEDI' DI LIFEGATE</i>	11
	Lastampa.it	07/05/2016	<i>NASCE LIFEGATE ENERGY, UNA PROPOSTA DI ENERGIA RINNOVABILE PER TUTTE LE CASE</i>	13
	Expo2015Notizie.it	16/05/2016	<i>LINCANTESIMO DI EXPO CONTINUA</i>	15

Dal vivo
Le voci di Mirò e Locasciulli

Al Tom The Ordinary Market (via Molino delle Armi ang. via della Chiusa), domani alle 22, per i «RockFiles» di LifeGate condotti da Ezio Guaitamacchi, si esibiscono Mimmo Locasciulli e Andrea Mirò (foto), che si alterneranno sul palco esplorando diversi generi e proporranno alcuni duetti. Ingr. lib. con pren. obbl. www.lifegate.it.





PROFITTO VS BENESSERE/1. Quanto conta la felicità collettiva nella crescita di una nazione e delle sue imprese

Le condizioni del buon business

Senza una sana relazione tra comunità e territorio, tra cittadini e istituzioni, tra lavoratori e imprese è difficile immaginare una rigenerazione del paese guidata da un senso comune di appartenenza e ottimismo nei confronti del futuro

di Paola Stringa

Che il Pil non misurasse il benessere di una nazione ma solo la quantità algebrica di beni e servizi è un fatto ormai assodato. Che le politiche sociali, industriali e del lavoro possano essere avviate a partire da misurazioni più olistiche al fine di dare il via a cambiamenti di rotta, sperimentazioni o correttivi, è per ora – nella maggior parte dei paesi del mondo – ancora un auspicio, sebbene pool di economisti ed esperti internazionali nei campi della psicologia sociale, della salute e della sicurezza pubblica stiano promuovendo sempre più l'utilizzo di diverse misure del benessere e della felicità nella valutazione del progresso delle nazioni. "L'Impresa" se ne era già occupata attraverso l'analisi del Rapporto sulla Prosperità redatto dal Legatum Institute (Londra, 2013) e ora torna ad occuparsene in occasione della recente presentazione, a Roma, del quarto Rapporto Mondiale sulla Felicità 2016. Il lavoro, alla cui stesura hanno contribuito le Università Tor Vergata e Lumsa, è fondato sull'indagine Gallup, l'unica ad avere a disposizione informazioni a livello individuale su quasi tutti i paesi del mondo.

Il costo della disattenzione

Il Rapporto, che individua 6 variabili che spiegano il 75% delle differenze di felicità tra gli abitanti del pianeta, analizza, tra l'altro, in che modo la politica impatta sulla felicità "lorda" di un popolo chiarificando la misura di tale impatto e i fattori più importanti a riguardo. «Chi punta solo sul Pil rischia di avere brutte sorprese – sintetizza **Leonardo Becchetti**, uno degli esperti che hanno organizzato la Happiness Conference 2016 –. La felicità è una misura sintetica molto importante a cui la politica e i media dovrebbero fare particolare attenzione perché

è in grado di catturare tutti i fattori che incidono sulla soddisfazione dei cittadini». Alla stesura del Rapporto hanno partecipato diversi studiosi del Sustainable Development Solutions Network (Sdsn), tra cui l'italiano **Luigino Bruni** (Lumsa), che commenta: «A parte il Bhutan, nonostante alcuni segnali sporadici in campi specifici (come l'Inghilterra che a partire da misurazioni sofisticate del benessere ha avviato un programma di gestione della salute mentale innovativo e impattante) sono pochi i paesi che dedicano attenzione pubblica a combattere i malesseri. Pur se c'è un movimento sempre più ampio a livello mondiale che ha a che fare con indicatori alternativi al Pil che è in grado di misurare solo la qualità materiale, la quantità di beni e servizi di un paese in un determinato momento storico». Organizzare nuove policies partendo da misurazioni come questa potrebbe costituire una svolta.

Italia, calo di speranza generale

L'Italia perde posizione rispetto ai dossier precedenti e il Rapporto la inserisce impietosamente solo al 50esimo posto nella lista dei paesi felici. «L'Italia è stata la patria della felicità – dice Bruni –. La felicità individuale però è molto collegata a quella pubblica e l'Italia oggi è sempre più periferia nel contesto mondiale, c'è un incattivimento sociale sempre maggiore, per fattori quali l'immigrazione, l'aumento delle disuguaglianze, il terrorismo, la sfiducia nelle istituzioni europee (come in altri paesi d'Europa, del resto); e sono venute meno le ideologie sulle quali si è costruito il miracolo economico: per questo è una nazione senza più un perché stare insieme». Un disincanto del quale aveva già parlato il Censis nel 2010, coniato la definizione di "Paese con un calo di desiderio". Che si



Luigino Bruni, ordinario di economia politica alla Lumsa

SCENARI



traduce, da anni, fuor di metafora, anche in un calo diretto delle nascite. «L'Italia non è un paese a misura di mamme, né di donne che lavorano. Il desiderio ha a che fare con la speranza e sia in Italia come in Grecia e in altri Paesi dell'Europa mediterranea, c'è un calo di speranza collettivo e generale. La crisi italiana non è mai stata solo una crisi economica, è piuttosto una crisi morale, civile e relazionale: l'impresa italiana è una specie di «comunità messa a reddito». Perciò svendere il patrimonio civile/industriale/immobiliare inciderebbe, secondo l'economista, sulla carne viva dei territori e delle comunità. E quel che resta è un mercato piuttosto promiscuo e privo contemporaneamente dei vecchi legami (del mondo cooperativo, delle banche popolari, delle imprese familiari) e dei nuovi legami (quelli regolamentati nei paesi anglosassoni dal lobbismo, dalle attività regolatorie di autorevoli organi indipendenti, da processi decisionali trasparenti e meccanismi sanzionatori efficaci).

Un segnale forte dai cittadini

Tuttavia la rigenerazione del sistema Italia, se non arriverà dalla politica difficilmente si concretizzerà sul mercato, potrebbe giungere da un pensiero collettivo sempre più improntato alla «sostenibilità» come issue dominante per

l'avvio di qualsiasi percorso effettivo di cambiamento (di processi economici, culturali, sociali, ambientali, energetici). A dirlo è la recente ricerca di [LifeGate-Istituto Eumetra](#) Monterosa che fotografa la crescita della consapevolezza degli italiani in tema di sostenibilità ma non si ferma qui. Oltre a registrare un significativo «effetto Expo», la seconda edizione fa emergere una decisiva sferzata verso uno stile di vita sostenibile in un campione di popolazione sempre più ampio. La sostenibilità si declina non solo e non tanto in comportamenti virtuosi ma in stili di vita neo-sostenibili legati all'alimentazione, al trasporto, alle scelte d'acquisto, alla condivisione di beni e servizi, all'uso dell'energia. «Siamo di fronte a un cambiamento significativo e sempre più rilevante della nostra cultura sociale – sottolinea **Renato Mannheimer**, illustrando la ricerca –. Esaurite le vecchie ideologie, l'attenzione alla sostenibilità sta diventando sempre più uno dei valori portanti del pensiero collettivo e dei comportamenti che ne seguono».

Più responsabilità nelle scelte

Adirittura dal quadro generale emerge che circa i due terzi degli italiani metterebbero il tema della sostenibilità davanti a quello della crisi economica, tra le cose più «ur-



SCENARI

genti" delle quali occuparsi. La sostenibilità è diventato un tema sentito e centrale: unendo il 29% dei cosiddetti appassionati e il 33% di interessati si raggiunge la quota maggioritaria della popolazione adulta del paese. Il secondo Osservatorio nazionale sullo stile di vita degli italiani fotografa ulteriori aspetti che confermano questo trend di crescita: l'86% degli intervistati fa sempre la raccolta differenziata, il 36% evita di usare l'auto ogni qualvolta gli è possibile, il 33% dichiara di consumare alimenti a km zero. E il 61% del campione acquisterebbe elettrodomestici a basso consumo anche a fronte di prezzi superiori e lampadine a Led per illuminare casa. Mentre il 47% privilegia prodotti da agricoltura biologica e l'80% di prodotti di Made in Italy.

Ciò che risulta più congruente e fa sperare in una prossima risalita nel barometro della felicità mondiale (World Happiness Report) è però, secondo le rilevazioni di [LifeGate](#) e

Renato Mannheim,
sociologo



Quanto sono coinvolti gli italiani sulla sostenibilità

Due terzi della popolazione ha grande interesse per il tema



Il dato rapportato all'universo è calcolato su una popolazione di 50,7 mil. di italiani, al 1° gennaio 2015

Fonte: Istat

Eumetra Monterosa, che, al primo posto tra le motivazioni del campione, emerge il senso di responsabilità per le generazioni future (85%) e proprio la ricerca del benessere in senso generale e non solo economico (81%). Saremo più felici? ■

La sostenibilità arriva in Borsa...

«A livello globale ci sono 3 Paesi nei quali il rapporto felicità/Pil è distonico, ossia inversamente proporzionale rispetto allo standard Pil alto/maggiore felicità pubblica. Si tratta di Brasile (paese con un alto indice di felicità), Italia e Giappone (paesi con un basso indice di felicità). Io credo che dipenda principalmente dal fatto che in Italia, in particolare, manchi oggi la speranza, la visione del futuro nella politica come nel business» afferma **Enea Roveda**, ceo di **LifeGate**, il Gruppo che da ormai 16 anni ha fatto della sostenibilità la sua mission oltre che la cifra della sua crescita. «Mio padre ha iniziato con il biologico quando di biologico nell'agroalimentare non si parlava neanche. È una storia che molti conoscono e rappresenta il punto di partenza di quello che siamo diventati» racconta Roveda. Da Fattorie Scaldasole, azienda agricola biodinamica che ha fatto da apripista

per il biologico in Italia (venduta alla fine degli anni Novanta) a **LifeGate** network (nato nel 2000); da family business a company ad azionariato diffuso: il fil rouge è stato proprio quella sostenibilità del business declinata, negli anni, in tanti modi diversi. «**LifeGate** è nato come hub capace di rappresentare un punto di riferimento nel mercato dei prodotti e dei servizi sostenibili a 360 gradi e, dopo 16 anni, è un gruppo articolato in 4 divisioni: la consulenza alle imprese, l'agenzia di comunicazione, l'efficientamento energetico, la divisione energia» spiega nel dettaglio il ceo. **LifeGate** sviluppa percorsi di sostenibilità costruendo piani di sviluppi per le imprese che intendono investire nel cambiamento; crea progetti di comunicazione per veicolare il lancio di brand che si ispirano alla sostenibilità; si occupa di orientare aziende e enti locali sui temi dell'efficienza energetica

trovando gli sprechi e introducendo i correttivi; infine, come operatore, vende energia naturale e rinnovabile italiana a 1500 Pmi. Enea guida il Gruppo dal 2014 con un ruolo operativo, mentre il padre Marco, fondatore, ne è rimasto alla guida come presidente. «**LifeGate** è nata con l'idea di diventare una public company sin dall'inizio. All'oggi ci sono 80 soci che sono anche collaboratori e dipendenti del Gruppo. Il 15% della società appartiene a persone che operano all'interno dell'azienda. Stiamo lavorando per la quotazione perché sarebbe un obiettivo importante» rivela a "L'Impresa". Per essere ancora una volta apripista e portare la sostenibilità anche in Borsa. ■

Enea Roveda, ceo di **LifeGate**















