Sommario Rassegna Stampa

Pagina	Testata	Data	Titolo	Pag.
20	Italia Oggi	28/11/2015	*LIFEGATE DA' SPAZIO AI SERVIZI PER I PRIVATI (I.Greguoli venini)*	2
18	Corriere della Sera - Ed. Milano	30/11/2015	*AUGURI A NEIL YOUNG CON ORSELLI E PEDRINI*	3
	Affaritaliani.it	02/12/2015	*LIFEGATE, LA SOSTENIBILITA' APRE AL MERCATO CONSUMER*	4
	Ansa.it	21/12/2015	*#IOSONOELETTRICA, 17MILA KM IN ITALIA CON MERCEDES CLASSE B*	6
	CanalEnergia.com	21/12/2015	*AUTO ELETTRICHE, CON MERCEDES BENZ E LIFEGATE IL GIRO D'ITALIA E' A IMPATTO 0*	7
	Moda24.IlSole24Ore.com	31/12/2015	*COSMETICI RESPONSABILI: IL TREND E' IN CRESCITA -*	8

ItaliaOggi

Quotidiano

Data 28-11-2015
Pagina 20
Foglio 1

Lifegate dà spazio ai servizi per i privati

DI IRENE GREGUOLI VENINI

Lifegate punta sull'offerta anche ai privati dei servizi legati all'energia e all'efficientamento, finora riservati solo alle aziende, che saranno lanciati nel 2016 e arriveranno a pesare per il 50% dei 30 milioni di giro d'affari previsti per il 2018. Quest'anno, invece, si stimano 11 milioni di euro, in crescita rispetto ai 10 milioni raggiunti l'anno scorso. Tra le novità ci sono una nuova piattaforma web internazionale e un aumento del capitale da 7,1 a 11,1 milioni di euro. «Nel contesto attuale, il mondo della sostenibilità è notevolmente cambiato: le aziende si sono accorte in Italia che queste tematiche sono importanti e fondamentali per lo sviluppo del business in tutti i settori, dalla moda all'automotive», spiega Enea Roveda, amministratore delegato della società, che opera in diversi campi, tra cui la consulenza, l'energia, la comunicazione e i media.

La crescita del fatturato «è dovuta al mondo dell'efficentamento con l'illuminazione a led e dell'energia per le imprese, e a tutte le attività media e legate alla consulenza e alla comunicazione», continua Roveda. «La strategia negli anni a venire è puntare, oltre che sulle aziende, sui servizi btoc, quindi per i clienti privati, che cominceremo a proporre dal 2016 partendo dal mondo dell'energia e dell'efficientamento, per poi sviluppare anche altri servizi: l'anno prossimo questa parte peserà meno del 10%, ma contiamo di portarla a pesare per metà del fatturato nel 2018». Per far crescere e promuovere i servizi per le imprese e quelli per i privati l'azienda peraltro ha appena approvato un aumento di capitale.

Un'altra novità riguarda il lancio delle nuove piattaforme lifegate.it e lifegate.com (la versione internazionale). «Nelle prime settimane abbiamo avuto il triplo di pagine viste: abbiamo lavorato per diventare sempre di più un media a livello internazionale, contattando varie persone nel mondo negli ambienti più disparati che trattano la sostenibilità. Questo ci ha portato ad avere, oltre ai collaboratori in Italia, 25 collaboratori in 20 diversi paesi», sottolinea l'a.d. dell'azienda, il cui capitale per il 12,5% è detenuto da dipendenti e collaboratori con almeno 2 anni di anzianità nella società e i cui dipendenti hanno un'età media sotto i 40 anni, con un 60% di donne.

© Riproduzione riservata

Intersport si affida a Bondi

È il nuovo general manager per il mercato italiano

Codice abbonamento: 119984

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

CORRIERE DELLA SERA
MILANO

Quotidiano

Data 30-11-2015
Pagina 18
Foglio 1

Tributo

Auguri Neil Young con Orselli e Pedrini

Il 12 novembre ha compiuto 70 anni, ma c'è ancora tempo per festeggiare uno dei più grandi — e tutt'ora attivissimo — rocker di tutti i tempi. È dedicata a Neil Young *(nella foto)* la puntata speciale dei «Rock Files Live di LifeGate» in programma stasera al Tom di Milano *(via Mulino delle Armi, angolo via della Chiusa, ore 22, ingresso libero con prenotazione obbligatoria a rockfiles@lifegate.it).* Sul palco, ad omaggiare il «loner» canadese, coordinati dal padrone di casa Ezio Guaitamacchi, la giovane songwriter di Toronto Joanna Chapman-Smith, Omar Pedrini, Folco Orselli e Marco Grompi, leader della coverband The Rusties e giornalista musicale autore di diversi libri su Neil Young. Una serata di canzoni e ricordi, dove di certo non mancheranno gli echi di evergreen come «Helpless», «Comes a time», «Heart of gold», «Harvest». Chi non potesse partecipare potrà comunque recuperare il tributo lunedì 7 dicembre alle 23 quando la puntata sarà integralmente trasmessa sulle frequenze di radio LifeGate.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Brecht è dark con i ragazzacci dell'Elfo

Gabriele Ciampi, il compositore che piace agli Obama

Codice abbonamento: 119984

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Mi piace 93mila

REGISTRAZIONE CERCA

METEO OROSCOPO SHOPPING
CASA MUTUI GIOCHI

affaritaliani.it
il primo quotidiano online

Fondatore e direttore
Angelo Maria Perrino
il blog

POLITICA ESTERI ECONOMIA CRONACHE CULTURE COSTUME SPETTACOLI SPORT MILANO ROMA REGIONI

FATTI E CONTI LAVORO MARKETING MEDIATECH FOOD SALUTE IL SOCIALE MOTORI MISTERI VIAGGI MODA FOTO aiTV

Home > Canali Regionali > Marketing > LifeGate, la sostenibilità apre al mercato consumer

LifeGate, la sostenibilità apre al mercato consumer

LifeGate cresce. E con un fatturato di oltre 11 milioni di euro oggi apre il proprio business verso il mercato consumer

Mercoledì, 2 dicembre 2015 - 11:02:00

LifeGate cresce e consolida lo sviluppo costante già dimostrato nel corso degli ultimi anni. Con un fatturato di oltre 11 milioni di euro oggi apre il proprio business verso il mercato consumer. L'obiettivo è quello di affermare il marchio e ottenere un +25% sul fatturato già nel 2016, per superare poi i 30 milioni di euro nel 2018. In quest'ottica va anche l'aumento di capitale in corso, pari a 4 milioni di euro che consentirà di passare da 7,1 a 11,1 milioni.

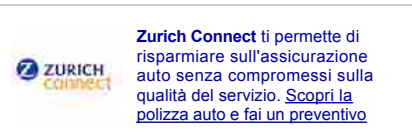
In linea con i valori di sostenibilità e per valorizzare le risorse umane, nel 2015 sono entrati nella compagine sociale i dipendenti e i collaboratori con almeno due anni di anzianità, per una quota complessiva che ad oggi si attesta intorno al 12,6%. LifeGate è in continua evoluzione, con un organico che ha un'età media inferiore ai 40 anni e oltre il 60% di donne, ha tra gli obiettivi un'importante espansione internazionale che si sta realizzando con la nuova piattaforma lifegate.com in inglese. Il nuovo sito si avvale di una rete di collaboratori che permette di coprire oltre 25 paesi nel mondo, strutturando così la più importante piattaforma editoriale sui temi della sostenibilità sociale e ambientale"

LifeGate promuove da 15 anni lo sviluppo sostenibile con un network di informazione e con attività, progetti e servizi che vanno dalla consulenza, alla comunicazione, dalla fornitura di gas ed energia rinnovabile, all'efficienza energetica, all'illuminazione a Led. Ad oggi il 100% dei ricavi è da attribuirsi al mercato B2B, ma la previsione è di ottenere un 5% di ritorno nel 2016 dall'area consumer, per raggiungere poi nel 2018 il 50% del fatturato.

"Dal nostro Osservatorio Nazionale 2015 sullo Stile di Vita Sostenibile" - spiega Enea Roveda, 33 anni CEO del gruppo – "è emerso come l'approccio degli italiani ai temi della sostenibilità sia in crescita, con atteggiamenti concreti di consumo e acquisto consapevoli. Questo trend conferma

In vetrina

COP21 in versione glamour: le star impegnate per l'ambiente



Il video più apprezzato

aiTV

L'Opera di Roma a 360 gradi con il Google Cultural Institute

Codice abbonamento: 119984

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

l'importante incremento della nostra community, passata da 1 a 5 milioni di utenti negli ultimi 2 anni."

NON MI PIACE
MI È INDIFFERENTE
MI PIACE
MI PIACE TANTO!

Shopping

219 € Vedi
CIOPPI shop

138 € Vedi
drudd

22,55 € Vedi
RelaxsanShop

Scegli l'intimo per la tua estate Vedi

RICHIEDI ONLINE IL TUO MUTUO
Finalità del mutuo
-- Seleziona --
Importo del mutuo
Euro
Durata del mutuo
-- anni
in collaborazione con MutuiOnline.it
CONFRONTA >

POLITICA
Europa
ESTERI
ECONOMIA
Finanza
Fatti e Conti
Green
Lavoro
CRONACHE
CULTURE
Libri & Editori
Cafè Philo
SPORT
MILANO
Expo 2015
ROMA
REGIONI
Puglia
Campania

COSTUME
Moda
SALUTE
Cura di sè
Sport & Emofilia
SERVIZI
Meteo
Oroscopo
Shopping
Casa
Mutui
Giochi
WeChat

SPETTACOLI
Cinefestival
Musica
I BLOG
Destinazione Sud
Cinque alle cinque
#avvocatonline
#LoveAndDogs
#SocialFactor
Acrostico
Action Woman
Adelante a los 60
Affari...di intimità
Alla salute
Belli miei
Bit Economy
Buonasanità
Controvento
Comunicazione e separazione
Coppie di... fato
Criminalmente
Fisco e Dintorni
Gocce di Legalità
I puntini sulle i
Il Campione
Il futuro in pillole
Il mondo è rotondo
Il notaio conferma?
La Colonna infame
La nuda verità
Lettere allo Psicologo
Paese che vai.. Affari che trovi

MARKETING
MEDIATECH
FOOD
IL SOCIALE
MOTORI
MISTERI
VIAGGI
MODA
FOTO
aiTV
RUBRICHE
VIGNETTE DI GIORGIO FORATTINI

Codice abbonamento: 119984

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

#IoSonoElettrica, 17mila km in Italia con Mercedes Classe B

Il tour a emissioni zero partito ad ottobre da Roma

Redazione ANSA ROMA 21 DICEMBRE 2015 22:16

#IoSonoElettrica, 17mila km in Italia con Mercedes Classe B © ANSA

CLICCA PER INGRANDIRE

Condividi Suggerisci Scrivi alla redazione Stampa

(ANSA) - ROMA, 21 DIC - Con #IoSonoElettrica, il primo giro d'Italia con un'auto elettrica a impatto zero, Mercedes-Benz ha attraversato 18 grandi e piccole città lungo la Penisola da ottobre a dicembre nel segno della mobilità elettrica. #IoSonoElettrica nasce dalla collaborazione con Enel, Aci, Michelin e Fondazione Laureus Italia: stakeholders, istituzioni e partner impegnati nei rispettivi ruoli e responsabilità, nel comune obiettivo dello sviluppo della mobilità elettrica. Tre Classe B Electric Drive, motore di questo viaggio nel cuore del Bel Paese, hanno percorso oltre 17.000 km, da Bolzano a Matera, da Genova a Bari, per unire gli italiani oltre i confini delle grandi aree metropolitane e dimostrare che la tecnologia è ormai matura e si può finalmente creare una vera cultura della mobilità elettrica. In ogni città il tour è stata l'occasione per incontrare tanti italiani, appassionati, istituzioni e addetti ai lavori. Ultima fermata del giro d'Italia, LifeGate, punto di riferimento per la sostenibilità in Italia che, grazie al progetto Impatto Zero, ha compensato i 7.538 kg di CO2 generati dal tour contribuendo alla tutela di oltre 15.000 mq del Parco del Ticino, alle porte di Milano.

Il tour 100% elettrico, iniziato a Roma il 12 ottobre, ha avuto due i testimonial d'eccezione, lo chef stellato Davide Oldani, già ambasciatore della Stella, e Cristina Chiabotto che per una volta ha lasciato la sua smart per salire al volante della Classe B Electric Drive.

RIPRODUZIONE RISERVATA © Copyright ANSA

Condividi Suggerisci Scrivi alla redazione Stampa

TI POTREBBERO INTERESSARE ANCHE:

ULTIME DI PRIMOPIANO

Industria
Vw: Mueller, vendere più di tutti non sarà più nostro obiettivo

Eco Mobilità
#IoSonoElettrica, 17mila km in Italia con Mercedes Classe B

Prove e Novità
Smart, partiti gli ordini per fortwo cabrio

Eco Mobilità
Per l'americana Epa è Mazda la Casa con emissioni inferiori

Eco Mobilità
Numero 1 di Tesla firma richiesta di 'perdono' per Volkswagen

Annunci PPN

Scegli ENEL ENERGIA.
Enel Energia per il mercato libero.
Scopri di più

L'obesita addominale?
Dimagrisci ogni settimana! Basta una porzione a colazione.
medicreporter.com

Codice abbonamento: 119984

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

AUTO ELETTRICHE, CON MERCEDES BENZ E LIFEGATE IL GIRO D'ITALIA È A IMPATTO 0

Categoria: ARTICOLI DI REDAZIONE Pubblicato Lunedì, 21 Dicembre 2015 09:33 Scritto da Monica Giambersio

Tags: Mercedes Benz , LifeGate

Un tour a impatto zero per cercare di promuovere i vantaggi delle auto elettriche. E' l'idea alla base del progetto #IOSONOELETTRICA, promosso da Mercedes - Benz con la collaborazione di Enel, Aci, Michelin e Anci, che ha permesso ai cittadini di 18 diverse città italiane, di scoprire le potenzialità delle automobili Classe B Electric Drive del gruppo. L'iniziativa, partita da Roma lo scorso 12 ottobre, ha aderito al progetto di LifeGate 'ImpattoZero' nell'ambito del quale sono state calcolate le quantità di CO2 comunque emesse durante il viaggio dalle vetture e poi 'compensate' attraverso azioni a tutela dell'ambiente.

"Abbiamo fatto dei calcoli che ci portano a dire che oltre 7000 kg di CO2 sono stati comunque emessi, per questo abbiamo associato 15.000 metri quadri di foresta nel parco del Ticino, che hanno la capacità di andare a riassorbire queste emissioni - ha spiegato **Simone Molteni, direttore scientifico di LifeGate e direttore editoriale di Digital Expo**, in occasione della tappa conclusiva del tour svoltasi nella sede di LifeGate a Milano venerdì 18 dicembre - il tour, quindi, può essere definito a impatto zero proprio perché, oltre ad aver ridotti, per quanto è possibile, le emissioni, anche quelle che non si sono potute cancellare, ma sono state emesse, sono state riassorbite con una nuova foresta".

Un ruolo importante quello di LifeGate nel progetto che è andato ad affiancarsi al contributo degli altri partner coinvolti, come ha spiegato Paolo Lanzoni, responsabile comunicazione di Mercedes Benz Italia. "Il progetto 'IOSONOELETTRICA' - ha affermato Lanzoni - è stato possibile grazie a tanti amici e tanti partner: innanzi tutto l'Enel che è in prima fila nello sviluppo di una rete di infrastrutture di ricarica pubbliche e private efficienti e veloci, adatte ai prodotti e alle autovetture in commercio oggi e soprattutto a quelle che verranno; l'ACI partner istituzionale fondamentale che ha sviluppato il primo carro per il soccorso stradale con la ricarica veloce (...) e il primo corso di guida sicura per auto elettriche (...).

Poi c'è il contributo Michelin: spesso l'inquinamento nasce solo dalle polveri che i pneumatici sollevano, i pneumatici Michelin sostenibili a basso rotolamento sono fondamentali e addirittura aumentano del 5 - 6 % l'autonomia di guida delle nostre classi B elettriche (...) . Infine l'ANCI(...) l'associazione che riunisce tutti i comuni italiani, perché se l'elettrico si svilupperà sarà anche grazie a un quadro normativo comune per tutte le regioni e le città d'Italia e a quel punto anche i cittadini sapranno quale tecnologia scegliere e le aziende sapranno su quale tecnologia investire, perchè ci sarà un quadro normativo di lungo termine".

L'incontro è stata anche l'occasione per affrontare a livello generale il tema dell'alimentazione e della sostenibilità a partire dall'eredità di Expo 2015. Nel video Molteni si sofferma su questi scenari.

Like Sign Up to see what your friends like. G+1 0

CERCA ...

ABB e-mobility ricarica veloce riciclo waste management UNIRE Edo Ronchi Fondazione Sviluppo sostenibile Mercedes Benz LifeGate Jubilee car pooling Regione Lombardia Valutazione Ambientale Strategica Programma d'Azione Nitrati ISO 50001 Policnico A. Gemelli calce Harpo edilizia EFFICIENZA bioarchitettura QRcode car park mobility

canaleenergia @canaleenergia

canaleenergia 60anni di Italia in Onu.Si festeggia parlando di #Energia #Ambiente #Politica #Economia @GSErinnovabili @TernaSpA https://t.co/Z3Sky9ScfR
Dic 19 • reply • retweet • favorite

canaleenergia RT @FarnesinaVerde: #Energia, #UE #Med_Desire: #Italia per diffusione del #solare nel #Mediterraneo https://t.co/j1RbsTpmig https://t.co/Zd...
Dic 18 • reply • retweet • favorite

PARTNER

PVCOMPARE PHOTOVOLTAIC SOLUTIONS COMPARISON

UP

RUBRICHE

A Savona be Sm/ART. La scienza incontra l'arte nella città umanistica

SMART CITY - Ivonne Carpinelli, 16-12-2015

La smart city deve, per definizione, rispondere alle richieste del suo cittadino nel nome della trasparenza, del rispetto per l'ambiente e della digitalizzazione delle informazioni. Più che parlare...

Codice abbonamento: 119984

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Cosmetici responsabili, il trend □ in crescita

31 dicembre 2015 Cronologia articolo

Tweet

GALLERY

Beauty, prodotti e packaging sostenibili

Il 62% degli italiani □ attento alla sostenibilit□, adottando stili di vita che includono comportamenti ecologici in modo debole nel 18% dei casi, intenso nel 30% e maniacale nel 14%. Il 2015, secondo le stime di Cosmetica Italia, presentate in occasione del Cosmoprof 2015, □ stato un anno importante in termini di presa di coscienza dell'importanza della sostenibilit□ anche nel settore beauty. Le aziende hanno risposto di conseguenza, lanciando sul mercato prodotti pi□ responsabili, sia dal punto di vista ambientale sia da quello sociale. Tra questi spicca la New Charity Pot di Lush, una crema mani e corpo creata con ingredienti "solidali" come burro di cacao della Peace Community in Colombia, olio di moringa e aloe fresca dei progetti SLush Fund di permacultura in Kenya e Ghana, palissandro peruviano e olio d'oliva equosolidale di un gruppo israelo-palestinese. Non □ tutto: il ricavato dalla vendita della Charity Pot va in beneficienza. Sul fronte della sostenibilit□ ambientale il marchio inglese, che nel 2015 ha compiuto 20 anni, ha lanciato Santa's jelly, una gelatina da doccia in edizione limitata per Natale, preparata con vino vegano e succo di mela.

Quello dei prodotti green □ un trend in crescita nella cosmesi: Aveda, nel creare i propri prodotti, impiega solo materie prime naturali (purch□ non siano a rischio di estinzione) e si assicura che l'impatto sulle comunit□ e i loro ecosistemi sia il pi□ possibile ridotto. Lo stesso vale per gli effetti che il prodotto finito pu□ avere sull'ambiente. Per le festivit□ 2015 il marchio ha lanciato il kit "A quiet retreat from stress is a gift" che contiene un olio aromatico e dei sali da bagno Stress-fix. Anche in questo caso si tratta di un prodotto charity: per ogni set venduto Aveda doner□ 1 dollaro a Global Greengrants Fund a favore dei soccorsi per il terremoto in Nepal.

Oltre ad essere al lavoro sulle formulazioni e sugli ingredienti dei cosmetici cos□ da renderli sempre pi□ green, l'industria della bellezza □ concentrata sulla creazione di packaging a impatto ambientale ridotto. Nuxe, per esempio, ha ha progettato e sviluppato un nuovo vasetto da 50 ml realizzato interamente in propilene, un materiale riciclabile. Essendo molto pi□ leggero (-77,5% del peso) rispetto ai tradizionali vasetti, permette di consumare meno energia in fase di trasporto e, di conseguenza, riduce l'inquinamento atmosferico. Tra i nuovi prodotti Nuxe c'□ la crema viso ultra comfort giorno della linea Reve de Miel che associa l'azione riparatrice del miele a olio di Argan, burro di Karit□ ed estratto d'orzo.

Anche Davines punta sulla sostenibilit□: la linea Essential Haircare □ prodotta impiegando esclusivamente energia da fonti rinnovabili e con ingredienti naturali, coltivati in Italia. Anche in questo caso il packaging □ a impatto ridotto: impiega il quantitativo minimo richiesto per contenere e proteggere il prodotto. Non □ tutto: l'azienda italiana, in collaborazione con Lifegate, ha attivato un programma per compensare le emissioni di CO_2 generate dalla produzione del packaging delle linee pi□ vendute (Essential Haircare, Oi, More Inside e Su) mediante crediti di carbonio generati da interventi di creazione e tutela di foreste in crescita in Italia, Costa Rica e Madagascar, secondo quanto stabilito dal Protocollo di Kyoto.

©RIPRODUZIONE RISERVATA

TAGS: Cosmetica Italia | Davines | Global | Greengrants Fund | Imprese | New Charity Pot |

Backstage
Il blog di Paola Bottelli

L'anima accudita, il corpo vestito
Il blog di Giulia Crivelli

I più letti

Oggi Condivisi Video Foto Mese

24 PARTNERSHIPS

Shopping24

Codice abbonamento: 119984

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.