

Città SOSTENIBILE

Inserto a cura di Planet Life Economy Foundation - www.plef.org

Editoriale

Anche questo numero presenta novità e contenuti speciali: in tema di acquisti sostenibili parleremo delle scelte delle Pubbliche amministrazioni, che pensiamo debbano essere i primi soggetti a dare il buon esempio mentre, dal lato delle aziende, analizziamo un settore, quello del lusso, che sta cercando di crearsi una nuova identità in cui la sostenibilità diventi sinonimo di eccellenza; poi un nuovo viaggio tra i contrasti della Liguria, terra meravigliosa dove convivono realtà molto diversificate; parliamo anche delle nuove abitudini degli italiani con la pratica sempre più diffusa della coltivazione di un orto tra le mura domestiche.

E, ancora, ci siamo occupati di tracciare una breve descrizione sulle dimensioni del turismo in Italia; il Festival internazionale dell'ambiente a Milano che da avvio agli eventi che condurranno la città verso l'Expo del 2015 e il primo idrogenodotto al mondo che è stato inaugurato in Toscana.

Buona lettura

LA REDAZIONE
PLANET LIFE ECONOMY FOUNDATION
INFO@PLEF.ORG

PUBBLICA AMMINISTRAZIONE

Le amministrazioni pubbliche ora comprano 'verde'



Gli 'acquisti verdi' hanno un ruolo fondamentale nelle politiche istituzionali per lo sviluppo sostenibile

Le "Proposte per una politica europea di acquisti sostenibili" nell'ambito del progetto comunitario Green labels purchase intendono favorire la diffusione di una vera e propria cultura degli acquisti verdi di beni e servizi, sia nel mondo della Pubblica amministrazione che delle imprese. Gli 'acquisti verdi' hanno un ruolo fondamentale nelle politiche istituzionali per lo sviluppo sostenibile: all'interno delle Proposte, particolare attenzione viene dedicata al 'ciclo di vita dei prodotti' che è lo strumento utilizzato per valutare il potenziale impatto economico ed ambientale di un prodotto dalla progettazione e produzione, all'uso e alla dismissione finale. I prodotti e i servizi con caratteristiche di sostenibilità ambientale devono quindi di-

ventare prioritari per tutte le pubbliche amministrazioni e le imprese. Se tutti gli acquisti di beni, servizi e lavori fossero effettuati scegliendo le opzioni a minore impatto ambientale e stimolando il mercato a migliorare le proprie prestazioni, i vantaggi per l'ambiente sarebbero considerevoli in tutti i settori.

A tal fine, la diffusione del Green public procurement (Gpp) può agevolare anche i consumatori finali a fare scelte di acquisto migliori sotto il profilo ambientale, incentivando il sistema produttivo all'innovazione tecnologica e potenziando ulteriormente gli effetti positivi sull'ambiente.

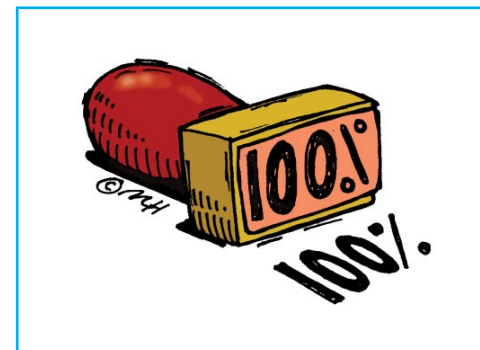
Utilizzando la definizione della Commissione europea il Gpp "è l'approccio in base al quale le amministrazioni pubbliche integrano i criteri ambientali in tutte le fasi del processo di acquisto, incoraggiando la diffusione di tecnologie ambientali e lo sviluppo di prodotti validi sotto il profilo ambientale, attraverso la ricerca e la scelta dei risultati e delle soluzioni che hanno il minore impatto possibile sull'ambiente lungo l'intero ciclo di vita". Si tratta di uno strumento di politica ambientale volontario, che intende favorire lo sviluppo di un mercato di prodotti e servizi a ridotto impatto ambientale facendo leva sulla domanda pubblica. Per tutti questi motivi, il Gpp è da qualche anno una priorità di politica ambientale sia a livello europeo che internazionale.

Il Piano d'azione nazionale, recepito con Decreto interministeriale n. 135 dell'11 aprile 2008 e pubblicato sulla Gazzetta ufficiale n. 107 dell'8 maggio scorso, ha l'obiettivo di dare la più ampia diffusione a questo strumento presso le Amministrazioni italiane. Il provvedimento attua le disposizioni europee volte ad orientare la domanda pubblica verso beni e servizi migliori

CONTABILITÀ AMBIENTALE | i bilanci delle pubbliche amministrazioni |

Il caso esemplare delle Marche

Si è chiusa il 15 maggio, alla Nuova fiera di Roma, la XIX edizione del Forum Pa, la principale manifestazione fieristica e congressuale dedicata alla pubblica amministrazione. All'insegna della parola d'ordine 'innovazione', la manifestazione ha visto una grande affluenza di pubblico e di operatori istituzionali. E a proposito di innovazione nelle amministrazioni pubbliche, è stato presentato un importante progetto, frutto della collaborazione tra la Regione Marche e l'Istat, destinato a diventare un esempio tra le buone pratiche locali per le politiche ambientali nazionali. La Regione Marche infatti, con l'approvazione del rendiconto del bilancio 2007, sarà la prima in Italia ad allegare una contabilità ambientale coerente con il Sistema europeo di raccolta dell'informazione economica sull'ambiente (Seriee). La tenuta di una contabilità economica per le spese ambientali è volta a quantificare lo sforzo finanziario sostenuto per la tutela dell'ambiente e delle risorse naturali e serve in particolare a determinare in che misura tale sforzo ricade sui diversi settori istituzionali (Pubblica amministrazione, imprese, famiglie, istituzioni sociali senza scopo di lucro). Per una Pubblica amministrazione, infatti, le informazioni ottenute grazie alla contabilità ambientale



sono la necessaria base conoscitiva per elaborare politiche pubbliche di protezione dell'ambiente realmente efficaci e per adattare tali politiche alle mutevoli condizioni socio-economiche del territorio.

sotto il profilo ambientale, per conseguire specifici obiettivi strategici ambientali: modificare gli attuali modelli di produzione e di consumo, e incoraggiare investimenti nel campo dell'innovazione ambientale sulla base di un modello di sviluppo sostenibile. Carta riciclata e senza cloro, computer a basso consumo energetico, arredamento privo di sostanze tossiche e con materiali riciclati, lampade ad alta efficienza: sono solo alcuni esempi di cosa troveremo ne-

gli uffici della Pubblica amministrazione centrale e periferica grazie all'entrata in vigore del decreto citato, che rappresenta il primo riferimento normativo nazionale ad alcune buone pratiche già localmente ben avviate. La gestione delle attività previste dal Piano d'azione è affidata al Comitato di gestione istituito dal Ministero dell'Ambiente e dal tavolo di lavoro permanente composto da Regioni, enti locali e parti interessate, con funzioni consultive.

LA SOCIETÀ E I CITTADINI

Coltiva un orto e la vita ti sorriderà

Viviamo in un mondo in continua evoluzione, che cambia col passare del tempo in maniera esponenziale, e con il termine esponenziale non si sta usando una figura retorica bensì il suo significato letterale: solo nel ventesimo secolo sono nati l'automobile, il televisore, i telefoni cellulari e Internet, per citare alcuni esempi tra i più clamorosi. I nostri stili di vita si sono tra-

sformati rapidamente, così come le esigenze di ognuno di noi. Spesso però questi cambiamenti, talvolta molto drastici, sono stati indotti, per non dire imposti, dalla società e hanno impedito alle persone di poter effettivamente scegliere in maniera consapevole. Basterebbe fermarsi un attimo per scoprire che molte soluzioni ai nostri problemi le abbiamo già, racchiuse nella memoria dei nostri padri e dei nostri nonni,



Soluzioni innovative per realizzare un vero e proprio orto in casa

portatori di stili di vita e abitudini che l'era del consumismo sfrenato, con la sua opulenza, rischia di cancellare.

Ma in altri casi, le cose sembrano aver subito un'inversione di tendenza. Colpa forse della stagnazione economica o della forte inflazione che da qualche anno hanno imbavagliato l'economia italiana, fatto sta' che molti consumatori hanno dovuto fare i conti con problemi che ormai sembravano solo un ricordo sbiadito, mai vissuti realmente ma solo evocati dai racconti dei nostri genitori.

Ecco allora che un Paese con un'inflazione reale al 5.5% (fonte Adoc) e gli stipendi fermi al palo dal 2002 comincia, costretto a tirare la cinghia, a riscoprire vecchie abitudini. Negli ultimi cinque anni infatti gli acquisti per le attrezzature da giardino sono raddoppiate, ma a rose e gerani sono state sostituiti pomodori e zucchine. La fascia di età più interessata a questo fenomeno è quella che va dai 25 ai 35 anni, proprio la generazione che compra on-line, che non può vivere senza il telefonino e che forse una pianta di zucchine vera non l'aveva mai vista prima. Sì, perché questo fenomeno non riguarda tanto quelli che hanno la possibilità di avere un orto,

e che quindi i pomodori al supermercato non li comprano, ma soprattutto quelle persone che l'orto lo improvvisano sul balcone di casa o sul davanzale della finestra.

Alcune aziende americane hanno approntato soluzioni innovative allo scopo di realizzare e mantenere un vero e proprio orto in casa. Citiamo di seguito qualche esempio.

Felknor Ventures ha prodotto 'Topsy turvy', un sistema ideale per far crescere una pianta di pomodori o di peperoncino anche in un piccolo terrazzo, mediante il quale le piante vengono fatte crescere dall'alto verso il basso in appositi contenitori appesi al soffitto. In questo modo pomodori e peperoncini crescono rigogliosi, occupano meno spazio e non procurano disagi a chi cura il loro sviluppo. L'annaffiatura dall'alto evita infatti fastidiosi piegamenti, mentre lo speciale contenitore permette di non sporcare più il terrazzo con la terra; inoltre, la posizione stessa della pianta fa in modo che insetti e funghi stiano lontani dalla nostra piccola coltivazione e quindi dalla nostra cucina.

Chi invece ha solamente un piccolo davanzale può optare per il sistema ideato da Wishingfish che si chiama 'Gardens-in-a-bag': è una linea di prodotti che permette di coltivare piante di basilico, origano, prezzemolo, ma anche pomodori e fragole, direttamente nell'apposito sacchetto con il quale vengono acquistati i semi. Per avere un piccolo orto fuori dalla nostra finestra sarà infatti sufficiente aprire la busta, innaffiarla e in brevissimo tempo crescerà un piccolo orticello senza bisogno di vasi o di particolari lavori di giardinaggio.

E ancora, il sistema AeroGarden soddisfa le esigenze di chi vuole far crescere ortaggi e piante direttamente in cucina. Menta, basilico, lattuga e tanti altri vegetali, vengono coltivati in un vaso tecnologico e originale. Nella vaschetta inferiore, le radici della pianta galleggiano tra aria e vapore con un'umidità mantenuta costantemente al 100%; dall'alto un particolare pannello permette alla pianta di ricevere costantemente luce e quindi di non aver bisogno delle cure del sole. Con questo sistema le piante crescono più velocemente, proprio perché nel-

l'acqua trovano tutti i nutrimenti necessari senza l'utilizzo di alcun fertilizzante; la vaschetta non contiene terra e quindi il sistema 'AeroGarden' elimina la possibile presenza di insetti e

l'eventualità di sporcare la cucina. Pronti per un ritorno al passato? Naturalmente senza fare a meno di telefonino e connessione veloce.

COSTO DELLA VITA | il prezzo del pane |

Quando la soluzione è a portata di mano

È sempre più frequente trovare il pane a due euro al chilo, con picchi che possono anche arrivare a superare i tre euro. Moltiplicando i due o tre euro per 365 giorni si ottiene la considerevole cifra di 700/1000 euro/annui. Solo per il pane. E se consideriamo che molti italiani a malapena guadagnano 1000 euro al mese...?

Allora come possiamo difenderci? Basterebbe provare a produrre il pane quotidiano tra le mura domestiche con un sacco di farina e... perché no?... un forno solare.

Facciamo due conti: un sacco da 10 kg di farina di grano tenero (ottimo anche per cucinare la pizza) può costare all'incirca sei euro, un po' di più se la farina è biologica; il forno solare costa circa 240 euro, assicura una potenza di 600W e una temperatura di 200 gradi. Ma possiamo anche costruirlo con le nostre mani seguendo i consigli di Gianni Crovatto (vedi sito web: <http://digilander.libero.it/giannicrovatto/link.htm>) in modo da spendere solo i soldi per l'acquisto dei materiali.

Sono infatti richieste una buona manualità, due scatole



di cartone, un coperchio di vetro con cornice di cartone e uno specchio di alluminio. Il forno è in grado garantire un'efficienza straordinaria. Provare per credere.

BENI STORICI, NATURALI E CULTURALI

Liguria tra monti e mare. E da salvare

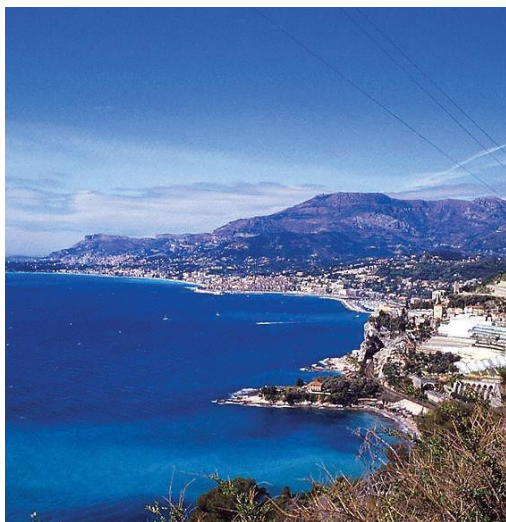
Il Dipartimento ambiente della Regione Liguria dedica uno spazio considerevole alle problematiche dello sviluppo sostenibile, creando una rete di interazioni con i vari comparti sociali ed economici, sviluppando e sostenendo nel contempo l'educazione ambientale al fine di divulgare corretti comportamenti, insieme alla consapevolezza della loro importanza nella conservazione dell'ambiente.

Questo atteggiamento di grande interesse alle problematiche attuali che riguardano la natura ha portato come conseguenza anche la collocazione della politica ambientale nella sfera delle iniziative del decennio 2005-2014 proclamato dall'assemblea generale delle Nazioni unite 'Decennio delle Nazioni unite dell'educazione

per lo sviluppo sostenibile' (Dess), aderendo al documento sull'impegno comune di persone e organizzazioni e al relativo Comitato nazionale, che ha dato origine in Italia alla 'Settimana nazionale dell'educazione all'energia sostenibile'.

Anche l'Unesco coordina queste attività volte a sostenere gli obiettivi del decennio cercando di attivare l'interesse delle istituzioni, delle associazioni e dei singoli cittadini.

Questa ricca attività a sostegno dell'ambiente che ha dato già molti buoni frutti in Liguria, regione che ha la caratteristica di collocarsi in un territorio allungato sul mare ma anche con problematiche legate alla civiltà contadina e montana, ha portato alla creazione di aree protette che permettono di salvaguardare sia i



Le istituzioni della Liguria hanno dimostrato un grande interesse alle problematiche ambientali

beni naturali che quelli ambientali e culturali dall'elevata biodiversità, particolarmente valorizzata dagli itinerari naturalistici.

Grande vanto ne è l'itinerario dell'Alta via dei monti liguri che attraversa con i suoi 440 Km circa, tutto l'Appennino ligure con scorci e luoghi di grande bellezza. Ma la più importante risorsa della Liguria è certamente il mare, in cui ancora vivono varie tipologie delle sue più grandi creature, con concentrazione di capodogli e balonottere per le quali è stato creato il 'santuario dei cetacei'.

In questa zona compresa tra la costa ligure, quella corsa e quella provenzale, per permettere ai grandi abitanti del mare di vivere in sicurezza è d'obbligo navigare con il dovuto rispetto. Ciò crea tra l'altro anche un turismo amante delle bellezze e ricchezze marine, grazie a questa risorsa unica nel Mediterraneo. A questa zona protetta si aggiungono altri sei tratti di mare come Portofino e le Cinque terre a cui se ne stanno unendo altre come Portovenere.

Inoltre, grazie alla pubblicazione del 1995 da parte di Enea (Ente per le nuove tecnologie, l'energia e l'ambiente) dell'Atlante delle fanerogame marine della Liguria, cioè della posi-

donia grande produttrice di ossigeno, si è data origine ad una nuova cartografia dell'intera Liguria tra la linea di costa e la profondità di 50 metri, per la conoscenza di tutti gli habitat marini e costieri che ha poi portato alla pubblicazione dell'Atlante degli habitat marini della Liguria nel 2006. Proprio questa maggiore conoscenza dei fondali costieri ha evidenziato problematiche gravi sull'inquinamento e il degrado dovuto alla presenza di rifiuti in mare. Nasce così il progetto 'Biopalle', palloni biodegradabili per conoscere le rotte dei rifiuti, che è partito da Chiavari, venerdì 18 aprile 2008 alla foce del fiume Entella, dove sono state rilasciate in mare 150 biopalle. Lo scopo è che esse siano avvistate successivamente e monitorate da pescatori, subacquei, diportisti e anche bagnanti che sono tenuti a darne comunicazione. Attraverso la sequenza del tragitto segnalato delle biopalle questo progetto vuole quindi individuare i centri non virtuosi nella raccolta e nel trattamento dei rifiuti nocivi alla fauna marina.

La Regione Liguria ha varato il progetto con Olpa (Osservatorio ligure pesca e ambiente) per studiare le ricadute sull'ambiente marino della nautica, della pesca a strascico illegale, e dell'abbandono di rifiuti nei fiumi, nei litorali o direttamente in acqua, grazie all'individuazione delle rotte delle correnti marine. I palloni biodegradabili continueranno ad essere lanciati in mare in varie zone della Liguria, con la scritta 'Olpa' ed ogni ritrovamento è da segnalare al Consorzio (tel. 010/584368), in una vera e propria gara di civile partecipazione che darà anche diritto ad un premio.

Chi passerà le vacanze al mare in Liguria tenga a mente questo numero di telefono non tanto per il premio promesso con la segnalazione, ma per sentirsi parte di un progetto di salvaguardia e di tutela di uno dei nostri beni più grandi, al fine di renderlo più fruibile e vivibile da parte di tutti noi.

Maria Antonietta Porfirione Todaro

ECONOMIA DI MERCATO

La cultura e la tradizione sono carte vincenti nel turismo italiano



Il Colosseo, gli scavi di Pompei e gli Uffizi di Firenze sono i principali luoghi italiani d'interesse turistico-culturale

C'è chi è in cerca di relax per poter 'staccare la spina' e fuggire dallo smog cittadino, c'è chi vuole divertirsi e fare nuove conoscenze, e anche quel segmento di persone desideroso di sperimentare vacanze alternative e avventurose, talvolta pianificando percorsi ad hoc. Il Belpaese è ricco di differenti opzioni, in grado di soddisfare i gusti più svariati e le esigenze più diversificate. Se prendiamo in esame il turismo 'made in Italy' è possibile, infatti, dimensionare il settore e dare un'idea delle caratteristiche che lo identificano. Accanto alle tradizionali forme di turismo balneare, lacuale e montano che l'Italia offre, vi è il turismo culturale che risulta essere fondamentale ai fini di destagionalizzare i flussi

di turisti e attirare gli stranieri in periodi più estesi rispetto alla consueta 'alta stagione', visto anche che il 60% dei visitatori nelle città d'arte proviene proprio dall'estero.

I principali luoghi d'interesse turistico-culturale nel nostro Paese sono: il Colosseo, gli scavi di Pompei e gli Uffizi di Firenze che nel 2006 hanno registrato complessivamente quasi 9 milioni di presenze.

Inoltre, è bene sottolineare che il concetto di cultura si è ampliato integrando filoni paralleli come l'enogastronomia (ricordiamo per esempio le cosiddette 'Strade del vino' sparse nelle varie regioni italiane; le 'Strade dell'olio', ecc.), il cineturismo, il turismo dei festival, e via dicendo. Il rispetto della natura e la sua valorizzazione, il cibo e la buona tavola diventano, quindi, un mezzo in grado di generare valore locale grazie anche all'afflusso turistico.

Gli aspetti principali, connessi a questo genere di turismo, sono legati alla riscoperta delle radici o all'interesse per la zona di provenienza di particolari prodotti locali, alla sensibilità per gli aspetti antropologici, oltre che al desiderio di conoscere la dimensione estetica e quella sensoriale di un particolare territorio.

Come già accennato, moltissimi sono gli stranieri che scelgono il nostro Paese come destinazione estiva. L'Italia si classifica, infatti, al 5° posto nel mondo per presenze internazionali con più di 41 milioni di arrivi nel 2006; precedono il nostro Paese solo Francia, Spagna, Stati Uniti e Cina (quest'ultima ha incrementato notevolmente il flusso turistico negli ultimi anni soprattutto grazie all'affluenza del segmento business).

Esaminando, poi, la spesa degli stranieri che

visitano il Belpaese si può notare l'incidenza piuttosto marcata dei turisti statunitensi i quali però, complice il tasso di cambio euro-dollaro sfavorevole, hanno fatto registrare nei primi mesi del 2007 una diminuzione degli arrivi rispetto al 2006. Il calo del 7%, quindi, dei turisti provenienti dagli Usa ha provocato, nello stesso anno, anche una diretta riduzione della spesa americana pari al 5%. Segnali incoraggianti, però, arrivano dalle vicine Germania, Spagna, Regno unito e Francia.

L'Italia è al primo posto nella classifica dei paesi con maggiore capacità ricettiva grazie ai suoi 130mila esercizi ed è seguita da Regno unito, Germania, Francia e Spagna. È fondamentale sottolineare la differenza tra il nostro e gli altri Paesi nella composizio-

ne dell'offerta ricettiva: solo un quarto delle strutture italiane è di tipo alberghiero, mentre in Spagna e nel Regno unito la percentuale è di circa il 50% e in Francia e in Germania è netta la prevalenza di alberghi.

In Italia le catene alberghiere rappresentano un segmento esiguo, ma economicamente rilevante, infatti, delle oltre 33.500 unità alberghiere presenti in Italia, le catene rappresentano solo il 4% (contro una media europea pari al 20% e una statunitense pari al 70%). Possiamo allora concludere che fortunatamente, in un mondo globalizzato e quasi completamente standardizzato, il nostro Paese continua a mantenere un proprio carattere distintivo fatto di storia, tradizioni e cultura, capace di accogliere e di ospitare turisti da ogni angolo del pianeta.

NICCHIE DI CONSUMO | *il turismo congressuale* |

Un mercato per viaggiatori speciali

Distinti uomini d'affari, donne manager, medici di ogni disciplina e specializzazione, dirigenti e militanti di partito, insieme per trovarsi, discutere, presentare i risultati dei propri studi e ricerche: è il turismo congressuale.

I non addetti ai lavori forse ignorano l'importanza economica di questa forma di turismo che in Italia rappresenta quasi il 30% del fatturato totale del settore e che si contende il primato con quello di tipo culturale (il turismo balneare si piazza al terzo posto). Fondamentale punto strategico del turismo congressuale è che la domanda scarta le offerte di servizi low-cost risultando anche piuttosto anelastica all'aumentare dei prezzi. Il livello di spesa pro-capite è, infatti, pari a circa il doppio della spesa sostenuta negli altri segmenti turistici.

Ciò è determinato sia dal fatto che a pagare siano le aziende, sia a causa delle caratteristiche di questi particolari viaggi che devono soddisfare esigenze diverse rispetto a quelle di un 'normale' turista.

Spesso, infatti, i tempi di soggiorno sono ristretti e di conseguenza la scelta della struttura ricettiva verte soprattutto sulla vicinanza dal luogo di interesse (limitando così il potere contrattuale di chi deve scegliere l'albergo); allo stesso modo i mezzi per raggiungerlo devono impiegare il minor tempo possibile (uso dell'aereo anche per spostamenti brevi o treni veloci) ma devono anche farlo nell'orario richiesto (uso di taxi o auto blu). In più chi viaggia per lavoro richiede un hotel confortevole, difficilmente pranza al sacco e preferisce i ristoranti.

Il turismo congressuale è un settore che, nonostante sia già abbastanza sviluppato, ha ancora grosse potenzialità e nel quale si consiglia, quindi, di investire.



AREA COMMERCIALE

Lusso a basso impatto ambientale, uno specchietto per le allodole?



Il lusso può anche essere eco-sostenibile

È difficile, nell'immaginario comune, collegare marchi di lusso come Versace o Ralph Lauren alla tutela dell'ambiente. Eppure ad oggi è possibile o, per lo meno, pensabile perché anche per quel settore legato ai bisogni più superflui è venuto il momento, a fronte delle nuove richieste dell'opinione pubblica sempre più attenta ai problemi ambientali, di ridimensionare il proprio modo di agire. Un ruolo fondamentale nella creazione di questa spirale positiva ha avuto il rapporto 'Deeper luxury: quality and style when the world matters' ('Un lusso più profondo: la qualità e lo stile quando è il mondo intero che conta'),

uno studio pubblicato nei primi mesi del 2008, commissionato dal Wwf Gran Bretagna e scritto da Lifeworth, che ha assegnato un sette in condotta ai marchi di lusso in relazione all'impatto socio-ambientale.

Lo scopo del rapporto era quello di delineare il ritratto della responsabilità sociale di 10 grandi aziende del settore analizzandone le performance in campo ambientale, partendo dai rapporti sulla responsabilità sociale pubblicati dalle imprese stesse e dal giudizio dell'opinione pubblica circa i loro comportamenti. La classifica era a punti (con un massimo di 100): nessuno ha raggiunto l'eccellenza rispetto alla quale, anzi, tutti si sono posizionati piuttosto distanti. In testa si trovano marchi quali L'Oréal, Hermès e Lvmh, con voto C+ (tra 60 e 70 punti); mentre, fanalino di coda, i prodotti di super lusso di Bulgari e Tods, con voto F (tra 30 e 40 punti).

Secondo gli addetti ai lavori il rapporto avrebbe provocato un grande cambiamento nel modo di operare dei marchi internazionali. Prima di questo studio, infatti, sembrava farsi sempre più concreta l'idea che il problema fosse più che altro riconducibile alla mancanza di una classe dirigente a cui importasse veramente la responsabilità sociale d'impresa. Nei giorni appena successivi alla pubblicazione, però, molte aziende hanno deciso di far sentire la propria voce comunicando sia le proprie decisioni in merito al miglioramento della sostenibilità della produzione, sia la propria consapevolezza circa l'importanza della performance etica dei propri brands. Lifeworth ha sostenuto la tesi che vede ormai queste grandi firme bisognose di offrire qualcosa di più profondo della semplice apparenza per mantenere il proprio successo, anche perché la moderna tecnologia fa sì che tutto ciò che si trova sulle passerelle oggi possa essere

copiato e venduto già domani. Ma soprattutto perché in una società dove sono forti le disuguaglianze sociali, queste griffes si trovano ad affrontare una crisi di legittimità, tanto che per riscattarsi hanno bisogno di contribuire all'economia del paese in modo concreto e positivo. Bisogna considerare, inoltre, il fatto che oggi sempre più giovani sono consumatori di questo genere di prodotti, considerati veri e propri status symbol, rendendo quindi ancora più sentita la necessità di farli portatori di valori positivi. Poco prima della pubblicazione del rapporto, Tom Ford ex stilista di Gucci, ha affermato che l'industria del lusso deve iniziare a trasformare la vacuità in profondità, sostenendo l'idea del 'lusso no logo' come tendenza crescente per rispondere al desiderio di autenticità dei consumatori e alla grande varietà dei prodotti contraffatti. Anche per questo motivo Lifeworth ha creato un progetto, in collaborazione con consulenti e ricercatori, allo scopo offrire soluzioni a quei dirigenti che credono davvero che l'eccellenza sul piano etico e il rispetto dell'ambiente debbano essere parte integrante dell'identità dell'industria del lusso. In effetti, date queste premesse, qualcosa sembra essersi mosso. In occasione della settimana della moda di New York, per esempio, gli stilisti più importanti del Pianeta (28 firme in tutto) si sono riuniti per dar vita al 'Future fashion': una joint-venture con l'obietti-

vo di far cambiare stile di vita proprio a quelle persone che di stile si sono sempre occupati. Un appuntamento durante il quale dimostrare che il lusso più sfrenato può anche essere eco-sostenibile attraverso un evento concreto che non sia la solita asta di beneficenza.

Così ecco la presentazione, accanto alla tradizionale linea, di una collezione a basso impatto, prodotta con tessuti non dannosi per l'ambiente (canapa, seta e lana biologica) e di materiali nuovi frutto della ricerca, come la bio-plastica (plastica biodegradabile e non inquinante) o la cellulosa fatta a mano, il cui uso riduce notevolmente il dispendio energetico e l'emissione di gas nocivi durante la produzione. Ovviamente non solo i vestiti erano eco-sostenibili, ma tutta la manifestazione, dalla location alla stampa delle brochures su carta riciclabile, si è svolta nel pieno rispetto di una politica di contenimento dell'impatto ambientale. Se la settimana della moda newyorkese si è svolta nel segno dell'ambiente, anche quella del Design di Milano ad aprile è stata concepita in quest'ottica, con la presentazione di una linea di mobili interamente realizzata in cartone.

Tutto questo nella speranza che simili eventi non siano semplicemente uno 'specchio per allodole' o una 'trovata di marketing', bensì l'inizio di un progetto di sensibilizzazione sempre più ad ampio spettro.

INTRATTENIMENTO

Milano, progetti 'verdi' per l'Expo 2015

“La logica di Milano e dell'Italia per l'Expo 2015 è quella di realizzare progetti concreti per far fronte alle grandi sfide globali, avviando da subito una campagna mondiale di sette anni, da qui fino al 2015” ha annunciato il Sindaco del capoluogo lombardo Letizia Moratti. Il miglioramento delle condizioni ambientali e della qualità della vita sono tra i più importanti obiettivi di sviluppo sostenibile che l'Expo e le istituzioni si sono impe-

gnate a promuovere e raggiungere. E, così, proprio il 5 giugno, in occasione della Giornata mondiale per l'ambiente, è stato inaugurato il primo Festival internazionale dell'ambiente che si è svolto a Milano, in provincia e in altri comuni della Lombardia fino all'11 giugno. Lo scopo è stato quello di dare maggiore impulso alla riflessione individuale e collettiva, dal punto di vista non solo politico ma anche scientifico e culturale in relazione ai temi più urgenti in materia ambientale, sensibilizzando



Milano durante la campagna per l'Expo 2015

e coinvolgendo i cittadini nello scambio di esperienze e conoscenze, nella collaborazione e nella ricerca di possibili soluzioni concrete per un futuro più sicuro e vivibile.

Le giornate del Festival erano divise in due momenti: quello diurno, dedicato per lo più agli 'addetti

ai lavori', durante il quale si sono svolti incontri, convegni e seminari di carattere tecnico-scientifico che hanno dato spazio anche ad autorevoli testimonianze italiane ed internazionali; e quello serale, durante il quale si sono tenute iniziative a scopo educativo e sono andati in scena spettacoli che hanno animato la manifestazione e tutti i suoi partecipanti.

Sono intervenuti più di 130 relatori sui seguenti argomenti principali: i cambiamenti climatici, l'energia e la sostenibilità, le politiche urbanistiche e l'architettura eco-sostenibile, la mobilità e la tutela ambientale. Il programma prevedeva svariati momenti di approfondimento tra cui i focus su specifici temi (energie rinnovabili, agricoltura, biodiversità, rifiuti ecc.), le buone prassi ovvero i casi significativi e d'eccellenza da tutto il mondo in materia di inquinamento, riciclo, salute, alimentazione e così via, oltre alle testimonianze dirette di esperti e opinionisti aperte al grande pubblico.

E per imparare divertendosi erano in programma rassegne cinematografiche, presentazioni di libri, performance teatrali.

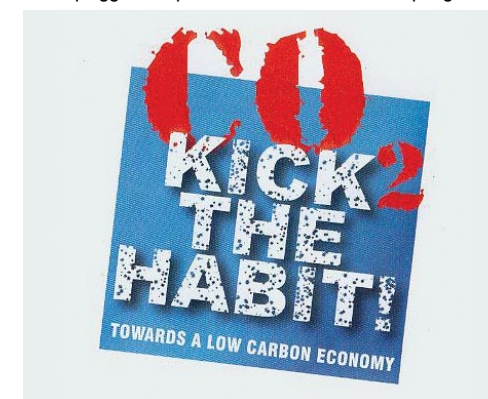
L'evento era patrocinato e promosso dalla Regione Lombardia, dal Comune di Milano, dalla Provincia di Milano, dalla Camera di commercio di Milano e coordinato da Fiera Milano Spa

RICORRENZE | la Giornata mondiale dell'ambiente |

Kick the habit, perdi il vizio! E cambia stile di vita

“Kick the habit! Towards a low carbon economy”. Perdi il vizio! recitava lo slogan dell'edizione 2008 della Giornata mondiale per l'Ambiente organizzata dall'Unep (United nations environment programme), le cui principali manifestazioni saranno ospitate a Wellington in Nuova Zelanda. Riconoscendo come tema di forte attualità quello del cambiamento climatico, l'evento di questa edizione si concentrerà sulla transizione verso un'economia 'carbon neutral' e quindi sull'attenzione alla riduzione dei gas serra. La manifestazione darà risalto alle iniziative e agli stili di vita che rispettano e promuovono l'efficienza energetica, le fonti alternative di energia, i consumi responsabili e sostenibili, e anche la tutela delle foreste: la deforestazione è causa del 20% dei gas che contribuiscono al cambiamento climatico. In questo contesto si colloca la scelta della Nuova Zelanda quale ospite della manifestazione: non solo una delle più importanti industrie locali è quella della silvicoltura ma tra le priorità che la nazione del Sud Pacifico si è imposta vi sono la conservazione delle foreste e la riduzione delle emissioni inquinanti. Il World environment day è stato istituito dall'Onu nel 1972 (anno di nascita dell'Unep) e si commemora il 5 giugno di ogni anno. Ognuno può celebrare questo giorno a suo modo: piantando un albero, organizzando

una bicicletta tra amici, aderendo a una campagna di pulizia delle spiagge o dei parchi... Su Internet: www.unep.org



VIVIBILITÀ

Il primo idrogenodotto in area urbana



Il Progetto idrogeno per Arezzo è stato realizzato da un partenariato siglato tra pubblico e privato

Non è più solo un'idea e nemmeno un progetto. Il 30 aprile è stato infatti inaugurato, dal presidente della Giunta regionale Toscana Claudio Martini, il primo idrogenodotto al mondo in area urbana. È stato così realizzato il primo tassello di un mosaico che, se sviluppato correttamente, sarà in grado di garantire al territorio sicurezza ed autosufficienza energetica, con la produzione in loco di idrogeno dal fotovoltaico, mettendo al 'riparo' famiglie ed imprese non solo da black out tecnici, ma anche da quelli metaforici che sono in grado di determinare le impennate del prezzo del petrolio e, conseguentemente, tutte le tradizionali forme di energia.

L'intero Progetto idrogeno per Arezzo è stato realizzato da un partenariato tra pubblico e privato. La Regione Toscana ha cofinanziato i primi quattro lotti al 50%, La Fabbrica del Sole ha coordinato tutto il progetto e realizzato l'HydroLAB (laboratorio dimostrativo per l'idrogeno e le energie rinnovabili, equipaggiato con due fuel cells da 1 Kw e un impianto fotovoltaico per la produzione di idrogeno rinnovabile tramite elettrolisi dell'acqua), il Coingas (consorzio pubblico dei comuni aretini per la distribuzione

del gas metano) ha realizzato la tubazione, la Sapiro (Società anonima produzione idrogeno e ossigeno) ha attuato il sistema di distribuzione dell'idrogeno mentre Arcotronics ha fornito ed installato le fuel cells.

Poi, il Comune di Arezzo ha dato i terreni, la Provincia e il Comando dei Vigili del fuoco di Arezzo hanno curato l'aspetto normativo, mentre Confindustria, Cna e Confartigianato i rapporti con le aziende.

Si è voluto sfruttare le peculiarità del distretto orafa di Arezzo (oltre 700 operatori artigianali ed industriali che già nel passato utilizzavano l'idrogeno per i loro processi produttivi) al fine di creare così le migliori condizioni per sperimentare le potenzialità dell'idrogeno nella cogenerazione di energia elettrica e calore.

Il meccanismo del nuovo impianto è semplice: l'idrogenodotto, attraverso un percorso sotterraneo profondo circa un metro e 20 centimetri, porta idrogeno puro alle ditte orafe di Arezzo, all'HydroLAB e, in tempi strettissimi, anche alle abitazioni della zona. La produzione di idrogeno è in grado di soddisfare i bisogni industriali orafi e domestici della zona, la produzione di corrente elettrica e calore, e il rifornimento di veicoli ad idrogeno.

Nel comune, già 42 aziende utilizzano l'idrogeno per le proprie necessità con risvolti legati anche alla sicurezza.

La Regione Toscana vuole puntare sulla nascita di un nuovo distretto industriale impegnato nella ricerca e nella produzione di impiantistica per le fonti rinnovabili, per cogliere le opportunità industriali e di occupazione. "C'è una domanda crescente - ha commentato il presidente della Commissione ambiente e territorio all'inaugurazione dell'idrogenodotto - di semplificazione delle norme e dei regolamenti, che metterà fine ai vincoli paradossali che fino ad oggi hanno impedito lo sviluppo dell'eolico o del solare".

VIABILITÀ

La bicicletta, un mezzo antico oggi il trasporto urbano più moderno



Il 50% degli spostamenti motorizzati in città copre una distanza compresa tra 3 e 5 km e il 30% è inferiore a 2 km

L'antenato delle biciclette, il veicolo a due ruote, ha una storia che risale all'antichità. Pare infatti che i Cinesi utilizzassero carri a due ruote già nel 9500 a.C. E' invece del 1490 circa il primo vero progetto della bicicletta. Il disegno, emerso durante i lavori di restauro del Codice Atlantico di Leonardo da Vinci, è quasi sicuramente di uno degli allievi di Leonardo. Date queste premesse, non si può certo dire che la bicicletta sia un'invenzione di questo millennio, eppure, sorprendentemente, oggi la bicicletta viene definita come un "mezzo di trasporto urbano moderno tutto

da scoprire".

Forse ciò dipende dal fatto che, nella vita frenetica e caotica di oggi, il tempo e la qualità degli spostamenti sono diventati fondamentali anche per il più piccolo movimento all'interno delle nostre città.

Una recente ricerca che ha interessato diverse città europee ha dimostrato che il 50% degli spostamenti motorizzati in città copre una distanza compresa tra 3 e 5 km e il 30% è inferiore a 2 km. Ciò significa che parecchi automobilisti anziché spostarsi in auto potrebbero usare la bicicletta, che è vincente sulle corte distanze.

Infatti un tragitto di 3 km, in bicicletta, si percorre in un quarto d'ora netto, comprese le operazioni di parcheggio.

Un ulteriore dato che può far riflettere è relativo allo spazio che viene sprecato quando si decide di usare una vettura al posto di una bicicletta: un solo parcheggio per auto con accesso necessita di 25 metri quadrati di terreno; una persona ha bisogno mediamente di 30 metri quadrati per lavorare e di 50 per abitare; ma per circolare gliene occorrono ben 140.

Se invece dell'auto si prende in considerazione la bici, si giunge ad un rapporto di 1 a 10 cioè occorre, per circolare, uno spazio 10 volte inferiore a quello richiesto da un'auto. Nel posteggio di un'auto possono essere collocate ben 10 biciclette

Considerando questi dati non deve più quindi sorprendere scoprire che, in una grande realtà come Milano, l'uso della bicicletta è aumentato del 150% negli ultimi dieci anni (valori tratti da alcune indagini condotte dal Comune, in collaborazione con Atm e Agenzia mi-

lanese per la mobilità e l'ambiente)

Secondo Edoardo Croci, assessore alla Mobilità, trasporti e ambiente di Milano, "Oggi c'è un grande potenziale di sviluppo dell'uso della bicicletta sia per gli spostamenti all'interno di Milano che verso l'hinterland. Lo sviluppo della mobilità ciclistica può contribuire a sostituire l'uso dell'auto e a favorire un miglioramento dell'ambiente. Le scelte dell'Amministrazione a favore dello sviluppo della ciclabilità fanno parte di una visione integrata di sviluppo della mobilità sostenibile che intende favorire l'uso di mezzi di trasporto alternativi all'uso dell'auto, come la bicicletta e il trasporto pubblico. Stiamo realizzando le tratte milanesi degli itinerari che portano verso Linate Idroscalo e Rho Fiera, anche in vista dell'Expo 2015, dove sorgerà la sede espositiva, che sarà low emission zone, e che si potrà raggiungere facilmente anche in bicicletta".

di Laura Macchi
Ambiente Milano

TENDENZE | *il successo della due ruote*

Oltreoceano è l'accessorio più hot del momento

Le ultime tendenze oltreoceano sembrano dimostrare che manubrio e pedali sono diventati improvvisamente 'trendy' e che 'la bici è l'accessorio più hot del momento'. E' un mezzo che piace ai cittadini, in modo particolare ai più 'verdi', e spesso ancor più ai sindaci. Ad esempio, come scritto recentemente dal *Corriere della Sera*, a Chicago, Richard Daley promuove piste riservate ovunque, minaccia di multe di 500 dollari per gli automobilisti che mettono in pericolo chi va su due ruote, offre parcheggi con 'valletto' a chi la bici e, al ritorno, anche la possibilità di fare la doccia.

Anche Washington e New York provano a rendere la bici un 'must': da fine aprile SmartBikeDC affitta bici nelle strade della

capitale mentre nella 'Mela' il sindaco Michael Bloomberg si ispira a Parigi. Bloomberg è molto determinato: le migliaia di corsie riservate alle bici saliranno a 400 entro l'estate, mentre il suo piano prevede la costruzione, nei prossimi anni, di altre 504 migliaia di corridoi riservati che saranno fisicamente separati (da un marciapiede, alberi o 'guard rail') dalla parte della sede stradale riservata alle auto. Il sindaco ci crede, ma è anche realista: ha studiato le esperienze dell'Europa e sa che a New York non avrà mai 23 mila bici come Parigi o un terzo dei cittadini che vanno su due ruote, come a Copenhagen. Ma se i 130 mila newyorchesi che oggi vanno in bici diventassero 4-500 mila, per la città sarebbe già un sollievo enorme.

Redazione: Grazia Arcadi, Giovanni Minadeo, Marcella Peri

Hanno collaborato: Olivia Carone, Laura Macchi, Maria Antonietta Porfirione, Paolo Ricotti, Michele Trimarchi, Marco Volpi, Giovanni Volpi

Si ringraziano: Fondazione Ambiente Milano, Henergy,

Un ringraziamento particolare ai nostri volontari Mirko Podda e Nadia Panzera