

Città SOSTENIBILE

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

La guida al cambiamento

Tematiche attuali che stimolano l'interesse dei cittadini più sensibili e attenti, alla ricerca di informazioni veritiere e obiettive di cui servirsi concretamente. Una sorta di 'manuale delle istruzioni' che guidi i comportamenti nella vita di tutti i giorni verso il benessere sostenibile. Sono questi i contenuti che proponiamo ai lettori in questo inserto.

Anche questo numero presenta novità e contenuti speciali: l'approfondimento 'Voci dalla Città' riporta la testimonianza di Maria Antonietta Porfirione (consigliere uscente del Comune di San Donato Milanese) la quale racconta l'esperienza vissuta durante il proprio mandato; innovazioni e cambiamenti esaminati e dibattuti nell'ambito di Ecr Europe Forum 2007, evento internazionale svoltosi a Milano che ha riunito manager e professionisti delle maggiori organizzazioni operanti nel mercato del largo consumo; la sostenibilità nello spettacolo e l'intrattenimento sono i temi trattati dal presidente Paolo Ricotti all'interno dell'articolo da lui stesso redatto; le nuove opportunità in campo energetico per le aziende; una finestra sul mondo dei giovani per comprendere le loro abitudini ed opinioni in tema ambientale; ed altro ancora.

Ringraziamo tutti i nostri sostenitori e invitiamo nuovamente i lettori a scriverci opinioni, commenti e suggerimenti.

LA REDAZIONE
PLANET LIFE ECONOMY FOUNDATION
INFO@PLEF.ORG

L'AMMINISTRAZIONE PUBBLICA

Il nuovo valore di San Donato Milanese



L'area sulla quale insiste la cittadina

San Donato Milanese, situata alle porte di Milano nella zona sud-est della metropoli, è stata ufficialmente riconosciuta città nel 1976. Il comune ha infatti subito una radicale trasformazione nel secondo dopoguerra quando da territorio rurale abitato per lo più da contadini è divenuto un nucleo cittadino a tutti gli effetti ed un importante centro produttivo industriale. Proprio negli anni 50 Enrico Mattei fece costruire a San Donato la famosa 'Metanopoli': la 'città del metano' concepita come un vero e proprio villaggio aziendale con l'intento di integrare nella medesima realtà tutti i lavoratori dell'Eni. Metanopoli oggi è un'accogliente zona residenziale che ha mantenuto l'aspetto di un tempo, con case basse circondate da giardini e viali alberati ad uso pubblico. Oltre al centro direzionale dell'Eni e le sue società (Snam, Saipem, ecc) si sono insediate nell'area numerose altre piccole-medie imprese e multinazionali tra cui Bmw, Fujifilm, Lg Electronics, Daikin, Canon. La notevole espansione industriale non poteva che causare un elevato incremento demografico che ha fatto registrare negli anni 70 il raddoppio della popolazione

Una storia da raccontare

La testimonianza di Maria Antonietta Porfirione, consigliere comunale uscente di San Donato Milanese sarà utile per comprendere meglio quali sono le dinamiche decisionali del comune dell'hinterland milanese e quali i principi e le priorità che stanno alla base delle scelte dell'amministrazione. "Alla fine del mio mandato di consigliere comunale, che ho ricevuto cinque anni fa dai cittadini di San

residente passando da 10mila a più di 25mila abitanti, fino a raggiungere nel 2006 circa 34mila unità, destinate ad avvicinarsi alle 40mila dopo l'approvazione degli ultimi piani integrati d'intervento. Non bisogna dimenticare però che San Donato, oltre a rappresentare fertile dimora per lo sviluppo economico industriale (che ogni giorno porta in città circa 20mila lavoratori) dispone di una grande quantità di aree verdi che caratterizzano da sempre il territorio, lascito di un ambiente agrario straordinario grazie anche alla forte presenza di acqua e fontanili. In effetti, la città offre ai propri abitanti e visitatori cinque Km² di superficie verde aperta al pubblico con aree verdi per la sosta ed il riposo, spazi attrezzati per il gioco dei bambini e parchi, come ad esempio l'ex Parco Snam con le sue strutture sportive. Inoltre, a valorizzare la fruibilità di queste aree vi è a disposizione una rete ciclabile di circa 36 Km con percorsi che potranno, se collegati, raggiungere i comuni limitrofi. Attualmente San Donato sta vivendo una fase di rinnovamento volta a costruire la città del futuro attorno ad un nuovo e moderno centro cittadino. Quel che ci si augura, a questo punto, è che il progetto che verrà realizzato tenga in reale considerazione le effettive esigenze di salute e benessere dei cittadini, e miri a realizzare una città trasparente in grado di soddisfare i loro desideri, capace di intrattenerli, di infondere un forte senso d'appartenenza e che garantisca un buon livello di vivibilità e di sostenibilità.

Donato Milanese, ho avuto la soddisfazione di veder approvata nell'ultimo consiglio comunale della legislatura la mozione da me presentata per un corretta politica ambientale che impegnerà anche per il futuro l'amministrazione comunale della città ad orientare la propria azione. Questo risultato è stato tanto più importante in quanto la mia richiesta veniva dai banchi dell'opposizione, ma



Piazza della Pieve, a San Donato

credo che operando solo e nell'esclusivo interesse della comunità si possano raggiungere anche importanti risultati come questi. In una fase di grande distacco dalla politica da parte dei cittadini, delusi spesso dai comportamenti più tendenti ad accontentare i partiti che non la cittadinanza, questo esempio della città di San Donato può essere sprone

per chi non crede che certi esiti siano possibili. È evidente che chi si pone, come nel mio caso, al servizio di una comunità deve dimostrare di essere veramente al di sopra di possibili interessi ed essere profondamente convinto delle proprie ragioni. Ciò mi è stato possibile poiché ho sempre creduto che la nostra salute, il nostro futuro, e quello delle generazioni che verranno, passano attraverso un diverso approccio alle nostre abitudini di vita. Alcuni anni fa, ho dunque deciso di addentrarmi nella materia e di approfondire le tematiche legate allo sviluppo sostenibile venendo in contatto con autorevoli ricercatori e scienziati (Comitato scientifico Planet Life Economy Foundation).

Questi approfondimenti mi hanno permesso, come amministratore pubblico di possedere conoscenze di cui generalmente il mondo politico dimostra di essere privo, con la conseguenza di non tenere in grande conto il futuro anche perché pressato piuttosto da scelte contingenti spesso penalizzanti per l'ambiente e la qualità della vita.

Spero che la mia esperienza possa essere seguita da altri per avanzare nella consapevolezza delle sfide che ci attendono e che in Italia stentano ad essere vissute come vere priorità capaci di influenzare i comportamenti delle amministrazioni e dei cittadini.

Tengo, quindi, a far conoscere la mozione che è stata discussa ampiamente ed ha ottenuto l'approvazione all'unanimità (cosa molto difficile in un Consiglio co-

munale dove le dialettiche messe in campo dalle varie ideologie impediscono quasi sempre scelte comuni)". Ecco il testo approvato che impegna la giunta ad affrontare organicamente il tema di una corretta politica ambientale al fine di:

1. Definire con chiarezza quale politica di sostenibilità ambientale e sociale intenda promuovere nel medio e lungo termine.
2. Individuare quali iniziative concrete intenda perseguire, scadenziandole nel tempo e facendole diventare parte integrante del programma di governo della città.
3. Chiarire quali azioni intenda promuovere relativamente ai temi correnti di fortissima attualità, alcuni già presenti in Agenda 21, ma di frequente disattesi, come: a) gestione del traffico cittadino: limitazione traffico a veicoli non inquinanti; politiche di car pooling per enti pubblici ed aziende private del territorio; politiche di car sharing per i privati cittadini; sostituzione autoparchi pubblici e privati con veicoli a basso impatto ambientale. b) limitazione inquinamento da riscaldamento e risparmio energetico: audit energetici presso tutti gli immobili comunali; piano prioritario degli interventi unitamente ad analisi di project financing utilizzando i risparmi conseguibili; promozione delle stesse modalità di intervento presso tutti i cittadini e realtà economiche del territorio; certificazioni immobiliari riconosciute ai fini del risparmio energetico. c) impiego di energie rinnovabili: piano delle risorse rinnovabili disponibili sul territorio (biomasse, geotermica, termica solare, fotovoltaica, micro-idro, ecc); promozione del massimo utilizzo possibile di fonti di energie rinnovabili per tutte le attività sopra esposte; piano di incentivazione per l'impiego di energie rinnovabili per i cittadini ed imprese.
4. Studio di interventi da adottare per la completa gestione differenziata dei rifiuti e loro riutilizzo ai fini della produzione di energia, ivi compreso lo studio per il compostaggio dei residui di tutto il patrimonio verde.
5. Formulazione di un'ampia politica di incentivazione specifica sui seguenti argomenti: riduzione Ici per i soggetti attivi parametrata sulle certificazioni energetiche degli immobili (e contemporaneo aumento della stessa per i soggetti più inquinanti); riduzione tasse rifiuti attraverso conteggio della quantità di rifiuti pro-capite.
6. Formulazione di un piano organico di formazione per i tecnici comunali e per gli operatori del territorio

(professionisti, amministratori condominiali, tecnici impiantistici, ecc.).

7. Definizione delle modalità per presidiare queste tematiche anche con l'ausilio di organizzazioni specializzate (fondazioni, associazioni, ecc).

Questa è la sintesi per la realizzazione delle temati-

che di cui Maria Antonietta Porfirione ha trattato negli anni del mio mandato convita che sia fondamentale considerare l'emergenza ambientale la più importante sfida con cui tutti ci dobbiamo confrontare, per il bene comune, per la qualità e la vivibilità del nostro territorio e delle nostre città.

LA SOCIETÀ E I CITTADINI

I giovani di oggi e l'ambiente di domani



Un famoso detto popolare suggerisce: "Non rimandare a domani quello che puoi fare oggi!". Potrebbe essere questo lo slogan dello 'Sviluppo Sostenibile' che, nel 1987, la Commissione Brundtland ha definito come quello sviluppo in grado di garantire il soddisfacimento dei bisogni attuali senza compromettere la possibilità delle generazioni future di far fronte ai loro bisogni.



In questa pagina due immagini dell'emergenza rifiuti

Oggi, nonostante la forte attualità delle tematiche ambientali e il clamore suscitato da pellicole internazionali quali 'Una scomoda verità' (titolo originale 'An

Inconvenient Truth'), sono ancora pochi i cittadini di questo pianeta che si sono attivati per combattere le numerose e devastanti conseguenze che il riscaldamento globale potrebbe provocare nei prossimi anni. Le motivazioni non mancano, la coscienza è diffusa, ma l'ingrediente tanto raro quanto prezioso è un pizzico di buona volontà.

Sensibilizzare, informare ed educare i giovani sono i

passi fondamentali da compiere oggi, affinché le medesime nozioni divengano parte integrante, per le prossime generazioni, della quotidianità sotto forma di sane e regolari abitudini. L'indagine 'I giovani e la cultura dell'ambiente' realizzata dal Censis per conto dell'Istituto nazionale di Studi di Scienze biosociali e del Ministero dell'Ambiente, presentata lo scorso marzo a Roma, rivela uno scenario non privo di criticità. I giovani intervistati (studenti, tra i 16 e i 20 anni, delle scuole superiori di Roma e Latina) collocano l'ambiente al settimo posto (con il 22,3%) nella classifica delle problematiche sociali attuali; una questione secondaria, dunque, rispetto alla criminalità (48,5%), la droga (38,1%) e l'immigrazione (34,7%).

Si ritiene che tale scelta sia giustificata dalla prossimità e dalla familiarità con il problema stesso (gli effetti della criminalità e della droga sono immediati e trattati frequentemente dai media) oltre che dal prevalere di una cultura in cui domina la dimensione privata, individuale e locale.

Tra i problemi ambientali prioritari, poi, i giovani indicano quelli legati alle tematiche energetiche (36,1%) e alla gestione dei rifiuti (35,5%); seguono, nell'ordine, surriscaldamento terrestre ed inquinamento atmosferico. Con riferimento all'Italia, attribuiscono maggiore urgenza al problema dello smaltimento dei rifiuti (72,5%), dell'inquinamento atmosferico (67,2%) e idrico (47%).

Stigmatizzano i seguenti comportamenti giudicandoli privi di sensibilità ambientale: gettare rifiuti in mare o nei fiumi (47,6%), abbandonare rifiuti nei boschi o in campagna (39,4%). Inoltre, il 54,4% degli intervistati dichiara di partecipare o aver partecipato a campagne di sensibilizzazione riguardanti la raccolta dei rifiuti organizzate da associazioni ambientaliste. Tuttavia,

proprio in relazione alla tematica dei rifiuti emerge una forte contraddizione poiché i ragazzi, pur ritenendola una questione di primaria importanza, quando si tratta di praticare, ad esempio, la raccolta differenziata domestica si rivelano pigri e tendenti a delegare ad altri (genitori, istituzioni, politica) le responsabilità operative. Al contrario, quando l'impegno assume una dimensione ludica e di socializzazione si attivano più volentieri e numerosi.

Il 54,3% degli intervistati conosce la definizione esatta di sviluppo sostenibile; ciò evidenzia una certa sensibilità ecologica nei giovani che si dimostrano piuttosto informati e gradirebbero avere maggiori strumenti a disposizione (pubblicazioni chiare, programmi televisivi e corsi di formazione specifici) per approfondire il tema della tutela ambientale.

Dalla ricerca emerge, inoltre, un generale atteggiamento di sfiducia nei confronti delle istituzioni che, fatta salva l'unica eccezione rappresentata dal Ministero dell'ambiente (31,1%), nella classifica dei soggetti più

impegnati nella difesa dell'ambiente si posizionano in coda alle associazioni ambientaliste (58%), alle imprese operanti nel settore dei rifiuti (46,4%), quelle che commerciano prodotti non inquinanti (27,8%) e quelle che usano energie pulite (25,9%).

In conclusione, i giovani sebbene appaiano sufficientemente informati e consapevoli manifestano alcune difficoltà ad assumere comportamenti corretti ed eco-compatibili, tanto più se il rischio è quello di compromettere un momento di divertimento e di svago. Se ne deduce che c'è ancora molto da fare, ci sono esempi ed azioni da replicare, nuovi comportamenti da insegnare e diffondere.

Non bisogna dimenticare che i giovani rappresentano il futuro e che le radici del cambiamento devono trovare posto tra le loro priorità, grazie anche agli insegnamenti degli adulti capaci di assumersi le proprie responsabilità attraverso l'azione ed il coraggio.

MARCELLA PERI

PROGRAMMI EUROPEI | Eco-scuole |

Obiettivo: educare allo sviluppo sostenibile



Il programma europeo Eco-scuole per una corretta gestione e certificazione ambientale e per l'educazione allo sviluppo sostenibile rappresenta lo strumento ideale per la diminuzione dell'impatto ambientale della comunità scolastica e per la diffusione delle buone pratiche ambientali tra i giovani, le famiglie, le autorità locali e i diversi rappresentanti della società civile.

Il programma, nato dalla necessità, espressa nel 1992 durante la conferenza 'Ambiente e sviluppo', di coinvolgere i giovani nell'identificazione di possibili soluzioni ai problemi ambientali, è stato sviluppato e lanciato nel 1994 dalla Fondazione per l'Educazione ambientale (Fee) (nella foto la bandiera della fondazione) con il supporto della Commissione europea.

L'obiettivo è quello di aumentare e divulgare la consapevolezza sulle tematiche relative allo sviluppo sostenibile tra gli studenti. Tramite il programma vengono incoraggiati ad assumere un ruolo attivo al fine di contribuire alla riduzione dell'impatto ambientale della scuola.

Non solo gli studenti e gli insegnanti, ma anche i genitori dei ragazzi avranno a disposizione gli strumenti per migliorare il mondo della propria scuola, per sviluppare le capacità decisionali, per migliorare l'impatto ambientale dell'edificio scolastico e per aumentare il senso di appartenenza alla comunità e al territorio in cui risiedono.

Il programma può essere adottato da qualsiasi scuola e, quelle che porteranno a termine tutte le tappe fondamentali, riceveranno in premio la Bandiera verde che certifica la stessa attraverso il marchio Eco-Schools, un simbolo riconosciuto e rispettato a livello internazionale. Su Internet: www.eco-schools.it

L'ECONOMIA DI MERCATO

Diventare 'emissione zero', come trasformare un problema in un'opportunità

Il Protocollo di Kyoto e le nuove normative ambientali della Comunità europea stanno spingendo le aziende a limitare le emissioni di gas serra e ad essere più virtuose nell'uso dell'energia. Quale strada percorrere per trasformare questi vincoli in opportunità per competere?

Il percorso che le aziende possono seguire per raggiungere gli obiettivi richiesti comprende vari step. Il primo passo da compiere consiste nell'individuare internamente progetti di efficienza e risparmio energetico, fedeli al motto 'l'energia migliore è quella che non viene consumata'. Gli interventi che favoriscono il risparmio di energia vanno dai semplici cambiamenti negli impianti di illuminazione (lampadine più efficienti, sistemi di regolazione del flusso luminoso, ecc.), all'impiego di nuove e più efficienti tecnologie (motori ad alto rendimento, recuperi di calore da processo produttivo, inverter), fino ad interventi strutturali negli edifici, nei processi lavorativi e nei parchi macchinari. Studi appositi dimostrano che i margini di risparmio energetico nell'industria sono molto ampi, dell'ordine del 20-35% secondo il tipo di intervento.

Il percorso per il miglioramento prosegue con un atten-

to esame della provenienza dell'elettricità. Ad esempio, bisogna domandarsi se è conveniente o meno installare un impianto per autoprodurre energia da una o più fonti rinnovabili. La scelta è da effettuarsi tra le seguenti alternative: solare termico (acqua calda), solare fotovoltaico (elettricità), geotermia, biomasse e mini-idrico. E, nel caso in cui l'azienda preferisca continuare ad acquistare l'elettricità, esiste - grazie al mercato liberalizzato - la possibilità di scegliere fornitori che propongono elettricità generata da fonti rinnovabili. Questi primi due step permettono di ridurre concretamente le emissioni di gas serra ed essendo strettamente legati a processi di innovazione tecnologica rendono l'azienda più competitiva sul mercato a livello nazionale ed internazionale.

Un'ulteriore possibilità, più semplice da attuare ma meno innovativa per l'azienda medesima, consiste nell'acquistare diritti ad emettere gas serra dai soggetti che si rivelano più efficienti, più 'virtuosi', grazie anche ai miglioramenti energetici adottati nell'impiantistica produttiva. Parallelamente a ciò si sta sviluppando una modalità di neutralizzazione dei gas serra mediante riforestazione/confinamento di CO2. Aderendo ad un

progetto di questo tipo, l'azienda interessata può compensare, e al limite azzerare, le proprie emissioni in base all'importanza dell'impegno economico investito per la riforestazione di una specifica area prescelta. In Italia operano già diverse organizzazioni che affiancano le imprese nell'intraprendere uno o più steps del percorso descritto. Tra le novità, in particolare, si segnala una società - la Energy Saving di Milano, www.energysaving.it - che offre un servizio garantito attraverso una certificazione denominata 'Zero Emission'. Energy Saving assiste l'azienda interessata a migliorare

la propria efficienza energetica lungo tutto il percorso, rendendolo più facilmente fruibile e attivabile anche per i meno avvezzi alla materia.

Questo approccio, che favorisce la riduzione dei gas serra attraverso interventi diretti e concreti su impianti ed edifici, è alla lunga più vantaggioso non solo per l'azienda ma anche per l'ambiente circostante che beneficia in modo diretto e continuativo di un minore impatto dannoso

RITA IMWINKELRIED

AREA COMMERCIALE

Le nuove leve del largo consumo



La Terra vista dall'Apollo 17

Cambiamenti climatici, effetto serra, risorse scarse, inquinamento. Possono l'industria del largo consumo e della distribuzione incoraggiare e guidare il cambiamento?

Non c'è alcun dubbio sul fatto che le aziende operanti nel settore del mass

market siano in grado di influenzare fortemente i comportamenti di acquisto, gli stili di vita e le abitudini dei consumatori. Un vantaggio certamente non trascurabile ed un'opportunità da sfruttare sapientemente per evolvere ed innovare l'economia di mercato verso criteri di produzione, distribuzione e consumo veramente sostenibili. Di questo e di altri argomenti si è discusso all'edizione 2007 di Ecr Europe Forum & Marketplace che si è svolta a Milano dall'8 all'11 maggio ed alla quale hanno partecipato oltre 2200 manager e professionisti.

Il Forum internazionale si riunisce ogni anno per stimolare il dibattito e la riflessione sullo stato attuale del retail, sulle innovazioni concettuali, le tecnologie disponibili e, soprattutto, i bisogni dei consumatori in

continua evoluzione. Emerge, infatti, un consumatore molto esigente che basa le proprie scelte su aspettative di alta qualità non solo in termini di consumo, ma anche rispetto a tematiche come la tutela ambientale, la sostenibilità, la responsabilità sociale, il benessere, la salute, il tempo libero. Il settore deve, dunque, prepararsi al prossimo futuro in cui sostenibilità ed efficienza saranno le protagoniste dell'innovazione.

Ed è proprio la sostenibilità il tema centrale della prima sessione di dibattito che è stata aperta da Emanuele Plata (consigliere delegato Crai Società cooperativa), Marco Settembri (presidente Nestlé Italiana e presidente e ad Sanpellegrino Nestlé Waters Italia) e Paolo Ricotti (presidente Planet Life Economy Foundation). Quest'ultimo sottolinea, durante l'intervento, che l'economia sostenibile non è una questione di scelta, ma rappresenta una vera e propria realtà che prima o poi tutte le imprese e le società dovranno affrontare. La sostenibilità, in ogni caso, non deve essere considerata come una minaccia o un costo per l'organizzazione, bensì come un'opportunità di rilevanza strategica per la creazione di valore aggiunto.

Ne consegue la necessità di rivedere le attuali pratiche manageriali attraverso nuovi punti di vista, senza scetticismi, ponendosi l'obiettivo di guidare ed innovare il mercato. Un concetto pienamente condiviso da Emanuele Plata che ribadisce come la Gdo, in virtù della propria posizione strategica quale nodo di relazione ed intermediazione tra domanda finale ed offerta, è capace

TECNOLOGIE | confronto tra risorse alternative |

Pannello solare fotovoltaico o pannello solare termico?



Il Sole, ovvero la più importante fonte rinnovabile, viene comunemente associato alla produzione di energia tramite l'utilizzo di strumenti quali il pannello solare fotovoltaico e il pannello solare termico. Concretamente però, pochi ne conoscono le reali

differenze e ancor meno sanno che le due tecnologie sono notevolmente differenti tra loro.

Esteticamente i due sistemi sembrano assomigliarsi, ma fun-

zionamento e finalità sono invece ben differenti. Infatti, il pannello solare fotovoltaico consente di convertire direttamente l'energia solare in energia elettrica: può dunque generare elettricità utilizzando la luce del sole; il pannello solare termico, invece, è un dispositivo che consente di convertire la radiazione solare in energia termica e di trasferirla verso un accumulatore per un uso successivo.

Il pannello solare termico può fornire acqua calda e riscaldamento oppure generare a sua volta energia elettrica. In questo secondo caso, uno 'scambiatore di calore' viene riscaldato fino alla sua ebollizione: il liquido passato così alla fase gassosa viene inviato in una turbina termoelettrica che converte il movimento del gas in energia elettrica.

di orientare e sensibilizzare sia le scelte dei consumatori sia quelle dei fornitori. Proprio in questo contesto si inserisce il caso del progetto Ecopoint di Crai (realizzato con la collaborazione di Planet Life Economy Foundation): il format di vendita a libero servizio di merci senza imballo rappresenta una soluzione innovativa, concreta e sostenibile, in risposta alla problematica dei rifiuti da imballaggio con il contemporaneo vantaggio ambientale, di prezzo e di servizio al consumatore. Sul fronte dell'industria, Marco Settembri ha ribadito l'approccio del Gruppo Nestlé alla responsabilità sociale e alla tutela ambientale volto alla creazione del cosiddetto shared value o valore condiviso. Infatti, la multinazionale investe annualmente a livello mondiale 100 milioni di franchi svizzeri per ridurre l'uso e lo spreco di acqua nelle fabbriche, gestire impianti di

depurazione delle acque reflue, risparmiare energia e contenere le emissioni inquinanti. In Italia, ad esempio, Sanpellegrino Nestlé Waters ha investito nella logistica incrementando il trasporto su rotaia (è il primo cliente di Trenitalia) e rinnovando il parco camion con modelli Euro 4 e 5.

In conclusione, le imprese stanno finalmente assumendo crescente consapevolezza rispetto l'effettiva incombenza dei bisogni di tutela ambientale e della salute, cominciando anche a considerare tali problematiche come vere e proprie opportunità. Bisogna considerare, infine, che l'istituzione di un coordinamento di azioni e strategie che permetta di condividere sforzi, informazioni e risorse può rappresentare la risposta più adeguata per affrontare il cambiamento e la sua complessità.

FOCUS | applicare pratiche innovative |

Dieci criteri per l'impresa moderne

Come sostiene Paolo Ricotti, gli ostacoli apparenti, individuati dal mondo imprenditoriale, nell'applicare pratiche sostenibili possono essere superati adottando il giusto atteggiamento, servendosi di creatività e innovazione.

Ecco, quindi, i 10 punti fondamentali - secondo Planet Life Economy Foundation - al fine di innovare le imprese verso la sostenibilità e compatibilità ambientale.

1. Analizzare la propria supply and value chain attraverso il filtro della sostenibilità adottando una prospettiva aziendale di lungo termine (visione, missione, valori, obiettivi). Una vera catena del valore sostenibile/compatibile prevede, da un lato, un incremento di specifici costi (migliore qualità delle materie prime e dei fornitori, energie rinnovabili, ecc.) e, dall'altro, una riduzione di altri (sprechi, materiali di imballaggio, quantità di energia utilizzata, acqua, ecc.) senza, quindi, determinare un aumento dei costi complessivi.
2. Selezionare le principali priorità di ritorno immediato in termini di sostenibilità ed implementare i test di mercato a basso rischio su queste tematiche per verificarne le potenzialità, gli investimenti necessari ed il pay-back.
3. Adottare i principi di sostenibilità per ogni nuovo investimento di capitale (non è necessario rinunciare ad alcun investimento attuale non pienamente ammortizzato) compresi quelli immobiliari, di trasporto e d'impianto. Le tecnologie sostenibili sono disponibili per tutte le necessità.
4. Adottare una filosofia di produzione 'cradle to cradle' (dalla

culla alla culla) e non una 'cradle to grave' (dalla culla alla tomba): ridurre gli sprechi, usare solo materiali riciclabili, riprocessare prodotti obsoleti e usati. La filosofia 'cradle to cradle' è comparabile ai cicli naturali (le certificazioni Emas e Iso14000 possono essere d'aiuto), presume il corretto utilizzo delle risorse naturali (acqua, energia, legno, carta) e processi non inquinanti (acqua, terra, aria).

5. Innovare i paradigmi e gli strumenti del marketing (posizionamento di prodotto, packaging, comunicazione, promozione, relazioni pubbliche) promuovendo politiche sostenibili concrete, non semplicemente attività di cause related marketing 'emozionali' e a scopo d'immagine.
6. Investire sulla felicità, il benessere e la soddisfazione del consumatore.
7. Aumentare le informazioni sostenibili sulle etichette dei prodotti anche avvalendosi della certificazione Eco-Label.
8. Adottare una vera politica di benessere e soddisfazione delle risorse umane (Global Compact, SA 8000) compresi servizi sostenibili gratuiti (car pooling e car sharing, home working, nidi infantili, ecc.) e bio-architettura.
9. Ottenere la partecipazione al Dow Jones Sustainability Index e reputazione di marca.
10. Condividere valore e benessere con la comunità locale, valorizzare le tradizioni ed il capitale naturale locali.

L'INTRATTENIMENTO

Piacere, divertimenti, svaghi... sostenibili Meglio scegliere quelli giusti



Il palio di Siena

C'è chi pensa che il termine 'sostenibilità' sia solo riferito a concetti, pensieri, teorie complesse, difficili e 'al di sopra' di noi, comuni mortali.

C'è chi pensa che il termine stesso assuma addirittura una valenza 'negativa' in quanto rievoca problemi, rinunce, difficoltà, conflitti, disastri naturali e sociali.

Io penso che siamo solo ignoranti, perché 'sostenibilità' vuole in essenza dire vivere in un contesto di armonia naturale. Vuole dire, dunque, vivere cercando di replicare il più possibile i cicli e le logiche naturali che sono, per definizione, belle, opulente, ricche, sorprendenti, sempre nuove e diverse, appaganti, felici.

I desideri, i sogni, il sesso, lo shopping, la famiglia, la casa, gli amici, la semplicità, le cose vere e genuine, il contatto con la natura, la cura del proprio benessere fisico e mentale, lo sport, la cultura, la musica, lo spettacolo, la letteratura, l'arte, il turismo, i viaggi sono tutti aspetti del piacere di vivere e di una qualità di vita accessibile a tutti, naturalmente diversi in relazione alla ricchezza disponibile ed all'età di appartenenza.

Sono tutti argomenti perfettamente sostenibili in quanto la natura di questi bisogni è fondamentalmente 'immateriale' e quindi non genera alcuna distorsione o impatto improprio né sull'ambiente né sulla società. Non solo, ma più se ne fruisce più si crea vera ricchezza economica, vera ricchezza umana, vera evoluzione della nostra specie, e dunque perfettamente in linea con i cicli naturali.

Vediamo perché. Anzitutto, perché il piacere e la soddisfazione per quello che si fa o in cui si è posti, è di per se stesso creazione di energia positiva, che fa bene al proprio fisico - migliorando le difese immunitarie, migliorando l'attitudine nei confronti di qualunque cosa - fa bene alla mente, e quindi la capacità di mettersi in gioco e di evolversi: un'attitudine positiva ed

una buona energia interna rappresentano già la metà della soluzione a qualunque problema.

Secondariamente, perché lo stare insieme, leggere, vedere, ascoltare, viaggiare crea una continua evoluzione delle proprie esperienze, una continua osmosi ed esposizione del proprio essere a fatti, persone e circostanze sempre nuove arricchendo sempre le nostre conoscenze e l'anima: ci inseriamo dunque armonicamente all'interno del processo dell'evoluzione delle specie, voluto dalla natura, senza distorsioni o impatti ambientali.

In terzo luogo, la fruizione di questi desideri mette in moto un potentissimo volano economico in quanto, normalmente, l'appagamento di questi bisogni è oneroso e quindi crea ricchezza monetaria a sua volta generante benessere e solidità economica e finanziaria per coloro che mettono a disposizione quel determinato prodotto, spettacolo, concerto, mostra, sito turistico, ecc. E più esclusiva, ambita ed irripetibile è l'esperienza, più si crea valore sia materiale (monetario) che immateriale (esperienza).

In quarto luogo proprio questa tipologia di beni e bisogni immateriali è tendenzialmente in crescita, man mano che migliorano le condizioni economiche ed il benessere di una determinata società, famiglia, individuo. È proprio l'investimento nel proprio tempo libero, e quindi l'investimento in questo particolare tipo di beni e bisogni, il maggior fattore di crescita economica in atto nelle società evolute.

Infine, occorre ricordarsi che tutti questi beni sono quelli che meglio soddisfano esigenze di tipo 'emozionale' e quindi fortemente preferiti a qualunque altro tipo di bisogno: sono sempre le emozioni, gli istinti, l'amore che ci guidano in verità nelle nostre scelte di base. La sostenibilità senza emozioni e piaceri non ci appartiene come esseri umani, diventando solo un argomento astratto e teorico per chi non ama la vita o vuole imporre propri modelli 'insostenibili' e dunque inaccettabili.

Naturalmente nella fruizione di questi bisogni fonda-

mentalmente immateriali e sostenibili, esiste una parte di 'materialità' che potrebbe a sua volta risultare critica sotto l'aspetto della sostenibilità: un viaggio con un'auto inquinante, il consumo di carni di balena in via d'estinzione, la partecipazione ad un concerto che distrugge l'ambiente, un teatro ad alte emissioni inquinanti, un ristorante deturpante un bene storico o naturale, un albergo che immette reflui in un fiume, un libro stampato con inchiostri tossici, sono tutti esempi che ci fanno capire quanto difficile e lungo sia il percorso che ci può portare ad una vera e completa sostenibilità anche su questi temi.

Eppur qualcosa si sta muovendo anche su questi argomenti: i concerti ad impatto zero, gli agriturismi sostenibili, le auto elettriche nei resort turistici, una gastronomia con materie prime locali e genuine, i libri con carta riciclata ed inchiostri biologici sono anch'essi esempi che ci fanno ben sperare.

Chi comunque sceglie e decide siamo poi sempre noi: a noi scegliere con consapevolezza quei beni e servizi che dimostrano nei fatti la piena coerenza ai principi della sostenibilità; alle agenzie di pubblicità ed alle

imprese il ruolo e la responsabilità di offrire comunicazioni veritiere e complete, con particolare sensibilità a questi aspetti di impatto ambientale e sociale; alle associazioni e fondazioni libere ed indipendenti il privilegio di elaborare e trasmettere nozioni chiare e comprensibili; agli editori ed ai giornalisti quelle di rimbalzarle e diffonderle su larga scala, assolvendo al loro reale ruolo divulgativo ed informativo, finalmente liberi da quegli 'insostenibili' e scellerati condizionamenti ideologici.

Concludo osservando che il nostro Paese è ricchissimo di questi particolari beni, per altro spesso irripetibili e unici, a tal punto da poter rappresentare una fortissima leva strategica e forza competitiva con conseguente altissimo livello di creazione di valore economico, solo se ben indirizzata e gestita: l'Italia è potenzialmente il Paese più ricco del mondo di un'offerta distintiva che faccia perno sul concetto di 'piacere, benessere e qualità di vita', è il Paese più ricco del mondo di un'economia perfettamente sostenibile.

PAOLO RICOTTI

VIVIBILIA'

L'abitazione a misura d'ambiente



Un'immagine del progetto Atika

Un'abitazione dai bassi consumi energetici, caratterizzata da un ambiente luminoso e salubre, economica, prefabbricata ed esteticamente attraente. Può essere concepita? Questa è la domanda che sicuramente si sono posti i tecnici di Velux quando hanno deciso di

sviluppare il progetto di Atika, la 'casa mediterranea a risparmio energetico'.

L'idea architettonica alla base del progetto è stata quella di creare un'abitazione unifamiliare di circa 100 mq (composta da una camera da letto con bagno adiacente, sala con cucina e atrio di ingresso) ove la destinazione d'uso delle singole stanze venisse decisa in base all'orientamento cardinale e, contemporaneamente, alla possibilità di sfruttare al meglio l'inclinazione dei raggi solari. La sala è stata dunque progettata con vista esterna caratterizzata da un adeguato livello di luce naturale (necessario per leggere, cenare, ecc.); la camera da letto è concepita con luce indiretta da nord e luce da est proveniente dalla facciata; la luce in cucina (sufficiente per cucinare) proviene dall'esterno, mentre la sala da bagno è concepita con luce naturale derivante dalle finestre per tetti.

Anche la temperatura interna è stata attentamente considerata in fase di progettazione: Atika consente di raggiungere un buon clima interno durante tutto il corso

dell'anno (grazie alla pendenza del tetto, alla forma della casa ed all'orientamento delle finestre) e permette di sfruttare al meglio la ventilazione naturale.

Il sistema di riscaldamento e raffreddamento di Atika è realizzato mediante l'uso di pannelli solari termici. Durante l'inverno, l'acqua calda prodotta dai pannelli contribuisce al riscaldamento della casa, mentre durante l'estate un sistema sperimentale di raffreddamento funziona come un impianto di condizionamento. Tale tecnologia, anziché usare un compressore che per funzionare consuma un livello elevato di energia elettrica, utilizza l'energia termica generata dall'installazione solare per alimentare un circuito situato in due camere (generatore e assorbitore).

I tecnici di Velux, in collaborazione con Abita (centro interuniversitario situato a Firenze), hanno inoltre definito dei parametri scientifici che consentono di controllare il microclima interno in funzione della condizione climatica esterna. Un particolare sistema definito 'io-homecontrol' ('io' sta per 'interoperabilità') permette, quindi, la programmazione e l'utilizzo simultaneo di differenti elementi nella stessa abitazione attraverso l'uso di un telecomando con tecnologia a radiofrequenza. Ciò significa poter gestire in forma

completamente automatizzata l'apertura/chiusura delle finestre, delle tende o delle schermature solari esterne in funzione della temperatura interna, della temperatura esterna o dell'irraggiamento solare diretto. Ad esempio, io-homecontrol consente di spegnere automaticamente il riscaldamento nelle camere da letto durante la loro aerazione e di chiudere le persiane durante le ore più calde del giorno, senza così di dover alzare il livello dell'aria condizionata. Il sistema consente anche di regolare in maniera automatica la temperatura di ciascuna stanza, evitando di riscaldare stanze eventualmente inutilizzate e di ottimizzare quindi l'impiego di energia.

Atika, inoltre, essendo un prefabbricato permette di ottenere ulteriori vantaggi di messa in opera come, ad esempio, la velocità produttiva ed il conseguente risparmio economico, l'industrializzazione del processo produttivo ed il miglior controllo della qualità dei singoli componenti ed infine la riduzione di quasi l'80% dei tempi di costruzione.

Per concludere, ovviamente, i materiali utilizzati nella realizzazione di Atika sono di prima qualità e concepiti per rispettare completamente l'ambiente.

PERCORSI | il tour della casa ecologica |

E' bello viverla, ma anche soltanto visitarla



ci sia sulle energie rinnovabili, sul risparmio energetico e idrico, sulla bioedilizia e sui consumi domestici consapevoli.

Realizzata dall'Energie und Umweltzentrum (Centro per l'energia e l'ambiente) di Springe - Hannover - in Germania, la 'Casa Eco-logica' (nella foto) è una mostra itinerante unica nel suo genere in tutta Europa. Rappresenta, infatti, l'esposizione più grande e completa che

Strutturata come una vera e propria abitazione, non si può definire una semplice mostra, bensì un esempio pratico di come possono essere impiegate le tecnologie alternative e a ridotto consumo energetico nella gestione quotidiana di una casa. Per questo motivo il personale dell'associazione Paea (Progetti alternativi per l'energia e l'ambiente) curatrice dell'iniziativa, durante l'esposizione abita e vive gli spazi della casa.

Fino ad ora la 'Casa Eco-logica' è stata visitata da più di 300mila persone in 200 città diverse dei cinque paesi europei, compresa l'Italia. Molti di loro sono studenti di tutte le età che preferiscono percorrerla seguendo specifiche lezioni guidate tenute dal personale specializzato.

Appena conclusa la tappa fiorentina, il prossimo appuntamento confermato in Italia è a Varallo (VC) dal 14 al 22 Luglio.

Redazione: Laura Macchi, Marcella Peri

Hanno collaborato: Olivia Carone, Rita Imwinkelried, Maria Antonietta Porfirione, Paolo Ricotti, Fabio Spinelli,

Michele Trimarchi, Marco Volpi, Giovanni Volpi

Si ringraziano: Ecom; Henergy S.r.l.; Fondazione Ambiente Milano

VIABILITÀ

Viaggiare con l'ambiente

Da alcuni anni, in Italia, si cerca di trovare una soluzione al problema del trasporto ferroviario, sulle tratte regionali e le lunghe percorrenze. La nostra rete ferroviaria è insufficiente a soddisfare il crescente livello di traffico, la carenza delle infrastrutture è un problema grave, l'incapacità di molte stazioni ferroviarie di rappresentare un sistema di intermodalità (un luogo dove il passeggero 'cambia' il mezzo di trasporto che lo conduce fino alla stazione), è diffusa in tutto il Paese, l'insoddisfazione della clientela è elevata e dichiarata. Date queste premesse, il tentativo di trasformare l'utenza del trasporto ferroviario in una vera e propria clientela inizia a dare risultati. Ad esempio, la possibilità di acquistare online azzerando i tempi di attesa in biglietteria. Più evidenti le innovazioni apportate in tema di sostenibilità. È stato presentato l'accordo Trenitalia - Legambiente che, nell'ambito del più vasto progetto legato alla mobilità sostenibile, prevede il rimborso del viaggio in treno a chi sceglie di trascorrere almeno una settimana di vacanza negli alberghi e nelle strutture ricettive selezionate da Legambiente con l'etichetta 'ecolabel'. Con medesima finalità sono stati avviati sia il progetto 'Obiettivo stazioni pulite' che riguarda 4,5 milioni di metri quadrati e 400 stazioni interessate sia l'applicazione delle logiche della

raccolta differenziata in 82 stazioni a maggior traffico e con oltre 1100 cestini di diverso colore per carta, alluminio e plastica. Il nuovo binario su cui viaggerà Ferrovie dello Stato sembra portare a una maggior soddisfazione e coinvolgimento dei clienti e alla consapevolezza dell'impatto che una simile organizzazione può avere sull'ambiente. Sotto questa luce devono essere lette le dichiarazioni di Trenitalia nell'ultimo Rapporto Ambientale "[...] abbiamo ridotto l'utilizzo dell'acqua di 500mila metri cubi in soli quattro anni e stiamo diminuendo la quantità di rifiuti industriali prodotti rispetto al traffico offerto, vuol dire non solo che stiamo migliorando il nostro bilancio economico, ma che stiamo anche riducendo sensibilmente gli impatti negativi sull'ambiente che ci circonda. I nostri progetti sono ambiziosi: pensiamo ad esempio a 'RailEnergy', iniziativa cofinanziata dalla Ue, cui Trenitalia si è dedicata insieme ad importanti partner internazionali, che punta ad ottenere un risparmio energetico del 10% con una modalità di guida 'intelligente' dei treni; o alla prossima diffusione del biglietto in cartoncino riciclato ecologico; ed infine all'aumento della quota di rifiuti lasciati sui treni ed avviati a recupero o riciclo. Insomma, come sempre si è fatto molto ma molto è ancora da fare. [...]"]

COMUNICAZIONE | *una nuova immagine per il sistema ferroviario italiano* |

Ferrovie dello Stato, si parte, ma non dal logo

L'amministratore delegato di Fs, Mauro Moretti, ha tentato di coinvolgere i clienti con un sondaggio online su come migliorare l'immagine dell'azienda. Ma i viaggiatori hanno chiesto di focalizzare le risorse sulle innovazioni tecnologiche puntando all'efficienza. Il logo delle Ferrovie dello Stato, introdotto nel 1994, secondo molti, dovrà essere rivissuto per dare nuova energia all'azienda: rispecchia sia l'innovazione che la ricerca di valori positivi tanto voluti da Moretti. Racchiude infatti, in un'unica veste grafica, colori e caratteri di prim'ordine (fonte Mondo Ferroviario n°94): il 'Verde' che esprime valori di responsabilità, affidabilità, competenza, sicurezza ed equilibrio, con un richiamo, logico per l'Italia, ai valori naturali paesaggistici e di ambiente che la società si prefigge di salvaguardare; il 'Blu' che nello specchio cromatico esprime valori di professionalità, efficienza, strategia, orgoglio e impegno nonché, nelle sue svariate sfumature, aspetti naturali come l'universo, le profondità marine e la purezza delle acque che solcano il nostro territorio; l'Azzurro contenente tutti i valori cromatici già descritti

configurandosi come 'colore d'unione' fra lo spettro verde della responsabilità e quello blu della professionalità. Anche la forma di rombo inclinato vuole puntare con fiducia e sicurezza al futuro. Al suo interno, ulteriori segni distintivi: l'orizzonte e la traccia. Il primo conduce lo sguardo dal presente al futuro e definisce l'unione tra cielo e terra; la seconda si stacca dalla terra, dove opera l'attività attuale delle Fs, e conduce al cielo in maniera dinamica e sicura, con un tratto sempre più sottile che oltrepassa l'orizzonte e penetra nello spazio dove si svolgeranno trasporti e comunicazioni future. L'incrocio fra questi due segni crea la prima lettera, la F, del marchio istituzionale. Sul lato destro, il verde della terra viene definito da una linea curva che richiama alle coste marine dell'Italia, alludendo alla navigazione, creando anche la sigla S a completamento del distintivo Fs. Per la politica di Ferrovie dello Stato, il logo è attuale e corretto; forse l'azienda deve solo lavorare un po' di più sulla declinazione concreta e quotidiana dei valori che il marchio rappresenta. LAURA MACCHI