



Quarta edizione

Premiati i vincitori delle sette categorie

Consegnati alla Triennale gli Oscar dell'ambiente

Prodotti bio, amministrazioni virtuose, confezioni in fibre naturali, turismo responsabile. Ecco i progetti dei **vincitori**

di **Stefano Rodi**

I vincitori dei Green Awards sono saliti sul palco della Triennale di Milano, lo scorso martedì 2 dicembre, per ricevere i premi consegnati da Filippa Lagerbäck e dal direttore di Sette Pier Luigi Vercesi. Anche quest'anno, per la quarta edizione, sono stati molti i progetti presentati da decine di concorrenti nelle sette categorie del concorso, il che conferma ancora una volta quale sia la ricchezza del settore ambientale che, nel nostro Paese, non è ancora presa in considerazione come meriterebbe. I Green Awards sono diventati un appuntamento importante anche per questo: far conoscere aziende e privati che lavorano a idee e progetti utili a salvaguardare l'ambiente nel quale viviamo. L'edizione del 2014 è stata realizzata grazie alla partecipazione di diversi sponsor, tra cui Conai e Coop, due realtà da tempo impegnate nella sostenibilità. «Anche quest'anno abbiamo scelto di sostenere i Sette Green Awards», ha detto Walter Facciotto, direttore generale di Conai «perché rappresentano un'opportunità importante per la valorizzazione di idee imprenditoriali eco-sostenibili, in particolare sulla progettazione e la realizzazione di imballaggi a minore impatto ambientale. La prevenzione nella produzione di rifiuti di imballaggio è un impegno che fa parte della mission di Conai, che oggi garantisce il recupero di 3 imballaggi su 4 di quelli immessi al consumo. Secondo uno studio di Althesys, grazie all'attività del Consorzio, in poco più di 15 anni si è ottenuto un beneficio economico complessivo pari a 15,2 miliardi di euro, si è evitata l'emissione di 125 milioni di ton-



nellate di CO₂ e sono stati risparmiati 350 miliardi di kilowattora».

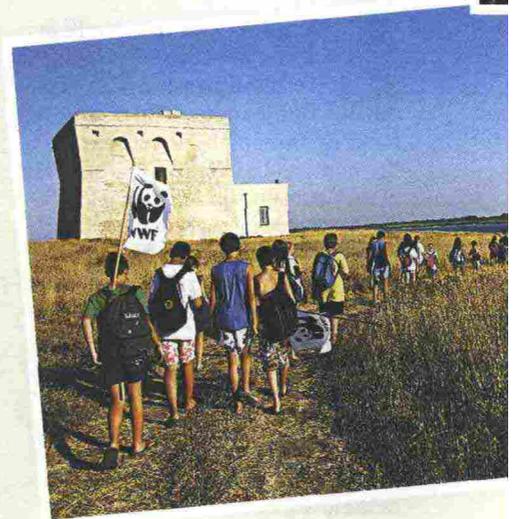
Coop invece, che ha declinato negli anni la sua anima "verde" in varie direzioni (dagli interventi sui prodotti alla logistica, alle campagne di sensibilizzazione verso i soci e consumatori), ha scelto il palcoscenico di Sette Green Awards

per premiare i tre fornitori di prodotto a marchio più "virtuosi" nell'ambito del suo progetto Coop for Kyoto: Olio Dante-Oleificio Biagio Mataluni, Roncadin (pizze surgelate), e la trentina Menz&Gasser (confetture). Tre imprese che hanno avviato azioni significative e volontarie volte a migliorare la propria efficienza energetica. In totale sono state 199 le aziende coinvolte nel Coop for Kyoto e, solo considerando le azioni dei primi 15, nel 2013 è stata evitata l'emissione di circa 17.600 tonnellate di anidride carbonica».

Prima di loro, sul palco, sono saliti i vincitori dei Green Awards 2014 mentre i progetti di tutti gli altri concorrenti sono visibili alla pagina internet http://settegreenawards.corriere.it/2014/progetti_candidati/

Abitare: il pannello Edimare

Edilana, un'azienda sarda, ha fatto una cosa semplice e al tempo stesso geniale, dalla quale imparare sempre: ha guardato la natura e ne ha sfruttato le potenzialità. Unendo pura lana vergine di pecora alla "lana di mare" (ottenuta dalla lavorazione industriale della posidonia che si recupera sulle spiagge), ha realizzato **Edimare**, un pannello termoisolante con inerzia termica più alta di quella offerta da tutti gli altri materiali. È un prodotto che, tra l'altro, ha il



vantaggio di essere realizzato con materiale in esubero e, finito il suo ciclo di vita, ritorna a fecondare la terra (edilana.com).

App: L'Orto in Tasca

Ogni giorno, ogni ora, in ogni angolo d'Italia, a patto di avere uno smartphone, si può sapere dove sono e come si raggiungono le aziende agricole più vicine che fanno vendita diretta. Visto che si tratta di un patrimonio nazionale di circa 170mila indirizzi secondo l'ultimo censimento del ministero dell'Agricoltura, che permettono di mangiare e bere meglio, spendendo spesso meno, la società L'Orto in Tasca di Udine ha deciso di provare a renderlo fruibile con questa app. Gli agricoltori che vendono i loro prodotti possono iscriversi, e i clienti trovarli (ortointasca.it).

Città: il Comune di Massarosa

Questo Comune, in provincia di Lucca, che conta poco più di 22mila abitanti, ha energia da vendere in campo ambientale, a cominciare da quella che produce con tre impianti fotovoltaici in grado di generare ogni anno 2.428.000 Kw di energia. Poi si occupa della salvaguardia e della valorizzazione, anche turistica, delle 66 sorgenti



Idee eco-attente

Nel tondo, Filippa Lagerbäck, che ha consegnato i premi, anche lei in tema della serata con abito green della collezione di Laura Strambi. **1)** Una vista di Massarosa. **2)** Il prof. Mauro Bologna con il team dell'Università dell'Aquila. **3)** Un'escursione organizzata da Wwf NaTuRe. **4)** La posa dei pannelli termici di Edimare. **5)** Il packaging prodotto con carta di crusca di Favini. **6)** Lavoro in una delle aziende agricole che collaborano con Altromercato. **7)** Eva De Marco, titolare de L'Orto in Tasca.

di acqua presenti nel territorio e inoltre ha attivato una serie di campagne tra i cittadini per potenziare al massimo la raccolta differenziata dei rifiuti e il compostaggio domestico. Per vigilare su tutto questo, e diffondere una attenzione ecologica tra i residenti è stata istituita con una delibera comunale la figura di Ispettore ambientale comunale (comune.massarosa.lu.gov.it).

Cultura: l'Università dell'Aquila

Per affrontare i problemi, e risolverli, bisogna conoscerli. Il progetto I save my planet parte da qui: diffondere conoscenza su uomo e natura. A L'Aquila c'è un corso universitario di Patologia ambientale che serve a questo: promuovere il sapere in campo ambientale e preventivo, con dati sulle conseguenze sanitarie dei cambiamenti climatici e naturali. L'Università cura anche un sito internet dedicato all'equilibrio tra uomo e natura. L'obiettivo è quello di migliorare l'offerta culturale su questi temi e diffonderla attraverso dibattiti e convegni (isavemyplanet.org).

Food: Solidale Italiano Altromercato

Hanno iniziato con poco: pasta, olio, pomodori e qualche altro prodotto simbolo dell'agroalimentare italiano. Era il 2011, ed è stata una buona partenza, che ha dato la spinta ad Altromercato per valorizzare cibi italiani, realizzati da realtà produttive di qualità, ecologicamente e socialmente responsabili, secondo i principi del Commercio Equo e Solidale. Il progetto promuove i valori di sostenibilità, equità e legalità per produzioni biologiche di eccellenza, che tutelano la biodiversità e le tipicità del territorio, nel rispetto dell'ambiente e dei diritti delle persone, spesso in aree in via di spopolamento o in contrasto allo sfruttamento e al caporalato (altromercato.it/solidale-italiano).

Packaging: la carta di crusca di Favini

L'azienda Favini, in collaborazione con Barilla, ha inventato e realizzato una nuova carta, la prima nata dalla crusca non più utilizzabile per il consumo alimentare, che sostituisce fibre derivanti da albero.

In ogni foglio è presente il 20% di crusca: i residui sono visibili a occhio nudo lungo tutta la superficie e danno alla carta un profumo naturale. È stata utilizzata, tra l'altro, per confezionare Selezione Italiana, il cofanetto che custodisce alcuni fra i più pregiati prodotti del patrimonio gastronomico italiano selezionati da Academia Barilla (favini.com/it).

Viaggiare: Wwf NaTuRe

(Natura e Turismo Responsabile)

"Viaggiare informati" è lo slogan di una rubrica radiofonica sul traffico automobilistico, ma è anche il filo conduttore con il quale il Wwf ha realizzato una piattaforma web specifica per la divulgazione dei temi del viaggiare ecologico e per la presentazione e la promozione di attività, certificate, di Turismo Responsabile. Soluzioni di viaggio che mirano a valorizzare, conoscere e rispettare la Natura del nostro Pianeta, a promuovere la cultura del viaggio e stili di vita sostenibili (wwfnature.it).

© RIPRODUZIONE RISERVATA