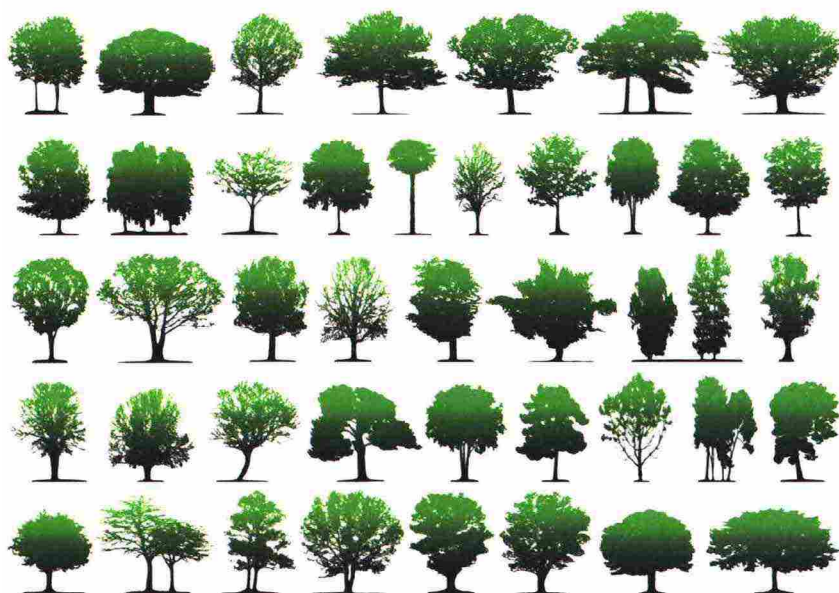


SOSTENIBILITÀ

ALBERI milioni di milioni



Riforestiamo il pianeta, facciamo respirare le città sono le parole d'ordine dell'oggi per molti soggetti pubblici e privati. Da Mastercard con Eatly e Green Pea a Forestami, al progetto di Chiesi a Parma, ad Arbolia e WeTree, si moltiplicano i piani green ad alto impatto di comunicazione

ra il 1953 quando Jean Giono scrisse 'L'uomo che piantava gli alberi', storia di un contadino che, perseverante, ottimista, infaticabile ha l'abitudine di partire ogni giorno con una sacca di ghiande. Con pazienza, ne immette una alla volta nel terreno, convinto che qualcuna di loro attecchisca per diventare quercia. Ripetendo il rito, confortato dai risultati, Elzéard Bouffier, anno dopo anno, anzi decennio dopo decennio, trasforma la sua regione in una ridente vallata, popolata anche da faggi, arbusti, animali e di nuovo da umani.

È il 2021 e di Elzéard Bouffier ce ne sono parecchi in giro, metaforicamente parlando. Perché mai come ora stanno fiorendo iniziative – locali, nazionali e internazionali – per rendere di nuovo verde il nostro pianeta, maltrattato dalla deforestazione selvaggia.

La differenza fra la storia fantastica di Jean Giono e l'odierno storytelling (parola che piace tanto, ormai consunta dall'uso e dall'abuso) risiede nelle forze in campo: là un uomo solitario, qua organizzazioni mondiali, aziende, città metropolitane e uno stuolo di creativi per mettere a punto la migliore comunicazione possibile.

A Milano girano tram avvinghiati in foglie e rami per pubblicizzare Forestami, progetto promosso da una sfilza di soggetti (Comune, Regione, Città metropolitana...), nato sotto la direzione scientifica di Stefano Boeri, che per gli alberi ha una passione speciale: leggi il suo ormai stracitato Bosco verticale, il complesso residenziale puntellato di specie arboree. Poche settimane fa è stata lanciata una nuova iniziativa di Priceless Planet Coalition, la piattaforma targata Mastercard per la salvaguardia dell'ambiente, che stavolta si è data l'obiettivo



Jean Giono (foto LaPresse Publifoto).



Maria Paola Chiesi della Chiesi Farmaceutici.

di piantare 100 milioni di alberi in cinque anni e per farlo sono stati coinvolti Eataly e Green Pea. A Parma, un'imprenditrice, Maria Paola Chiesi della Chiesi Farmaceutici spa, con sensibilità per le sorti del pianeta, si è data un obiettivo meno altisonante, ma già molto ambizioso: 200mila alberi sempre in cinque anni per rendere la città di Giuseppe Verdi più verde e più sana.

Il circolo virtuoso

Ormai consapevoli dell'urgenza di intervenire per rallentare o addirittura invertire il degrado ambientale, la politica mondiale, i grandi gruppi imprenditoriali, le economie avanzate, le giovani generazioni (non solo Greta); insomma, una consistente fetta del mondo reale sta andando nell'unica direzione possibile: da una parte diminuire le emissioni di CO₂ e consumare in modo consapevole, e dall'altra cercare sistemi in grado di risollevarne le sorti della Terra. E in questo, gli alberi sono perfetti alleati: consumano CO₂ e spesso garantiscono la sopravvivenza dell'ecosistema, con un circolo virtuoso legato all'ossigeno, all'acqua, al cibo.

E così, un po' per pulirsi la coscienza, un po' perché è facile e suona 'cool', sono in molti a adottare o a regalare un albero. Farlo è semplicissimo, non si contano i siti che sollecitano in tal senso. Qualche nome? Ecofactory, Biofarm, Treedom, La valle delle albicocche.

Il vero cambio di passo di questi ultimi due anni però è di aver capito che si deve lavorare su vari piani: molta comunicazione per sensibilizzare i singoli e messa a terra di progetti che vedano partnership, tavoli condivisi, visioni laterali.

Il punto è chiarissimo a Luca Fiumarella, responsabile marketing per l'Italia di Mastercard: "Non si può lasciare in mano tutto al settore pubblico. Bisogna mettere insieme più risorse possibili e attivare macro progetti su scala globale. Piantare alberi è la soluzione più efficace e naturale, però è fondamentale individuare le location giuste, dove il verde più serve". Amazzonia, Kenya, Australia sono le aree indicate dagli esperti coinvolti nei progetti dell'azienda dei pagamenti

elettronici: Conservation International (Ci) e World Resources Institute (Wri). Il 22 aprile scorso Mastercard ha tenuto a battesimo una campagna di donazioni tutta italiana coinvolgendo due marchi nostrani, Eataly e Green Pea. Del primo Francesco Farinetti è vice presidente, del secondo ad: è stato infatti il giovane Farinetti a volere fortemente l'edificio di cinque piani che a Torino, di fianco a Eataly, propone prodotti sostenibili, 15mila metri quadrati non solo per vendere, ma per sensibilizzare, far capire le priorità, creare e sostenere una cultura della consapevolezza del consumatore. L'accordo con Mastercard dà ulteriore concretezza alla filosofia di Green Pea come spiega il suo ad: "Per ogni mobile venduto, noi ripianteremo un albero. Il cliente potrà decidere, al momento del pagamento se fare una donazione di 2 euro. Ormai il trend è chiaro: dobbia-



Luca Fiumarella, responsabile marketing per l'Italia di Mastercard che ha lanciato la Priceless Planet Coalition, piattaforma per la salvaguardia dell'ambiente (foto Stefania Casellato).



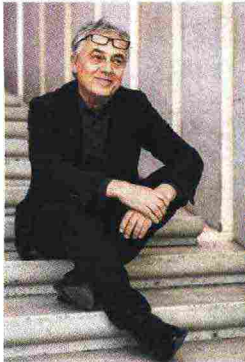
mo trovare soluzioni perché il pianeta ritorni in equilibrio. Abbiamo bisogno di progettualità. L'ambiente non è più un dibattito, ma una priorità". Da Green Pea ci sarà anche una teca per le donazioni: quattro gli importi previsti. Farinetti però ci tiene a ricordare che: "Non è una charity, è un'azione precisa, e il cliente saprà dove è stato piantato l'albero e che impatto avrà. È molto importante che ci sia una comunicazione chiara. Noi partiamo con il Sud America". →



Oscar e Francesco Farinetti. Accanto la sede di Green Pea a Torino: cinque piani interamente dedicati alla sostenibilità. Eataly e Green Pea sono partner della Priceless Planet Coalition (foto LaPresse).

SOSTENIBILITA'

Fabio Terragni, project manager di Forestami. Qui sotto, Stefano Boeri, architetto e presidente del comitato scientifico di Forestami. Il progetto - 3 milioni di alberi entro il 2030 - si reclamizza anche sui tram cittadini.



Alcune delle piantumazioni dello scorso novembre per Forestami che riguardano le aree di Niguarda, Cascina Centro Parco e del velodromo: al progetto hanno aderito privati e aziende, consentendo di raccogliere un milione di euro che si pensa di raddoppiare entro la fine di quest'anno.

→ Per fortuna, non è solo il consumatore a fare il gesto 'consapevole', anche Mastercard mette del suo, come spiega Luca Fiumarella: "In certi casi la donazione è esclusivamente nostra, in altri di chi compra. Non c'è cioè un meccanismo fisso. Comunque, l'investimento lato azienda sarà molto significativo".

Come è verde il vento politico

Che ci sia un indubbio ritorno di immagine per i marchi, quando possono spendersi in azioni virtuose per il pianeta, è lapalissiano. Che nel Recovery Fund Eu l'ambiente sia centrale è cosa nota. Che il vento politico stia tingendosi di verde è altrettanto chiaro: l'arrivo di Joe Biden alla Casa Bianca sta spostando l'asse delle priorità, come sta pesando la presenza di Ursula von der Leyen alla presidenza del Consiglio europeo. Nel nostro piccolo, il coinvolgimento di Enrico Giovannini nel

governo Draghi non può non lasciare il segno: è stato l'attuale ministro del Lavoro e delle politiche sociali infatti a fare dell'AsviS, l'Alleanza italiana per lo sviluppo sostenibile, il principale motore di comunicazione e di sensibilizzazione sul tema.

Già nel 1992 una nostra legge impose ai Comuni di mettere a dimora un albero per ogni bimbo nato o adottato, peccato che nel 2013 una seconda legge limitò l'obbligo alle realtà con più di 15mila residenti. E siccome sono le città la fonte principale di inquinamento, è lì che si sta muovendo un'ondata verde per garantire un futuro con meno polveri sottili e un'aria più respirabile. Naturalmente, scommettendo sugli alberi. Da questo punto di vista è Milano a dare l'esempio. Fabio Terragni, che di Forestami è project manager, rivendica il fatto che, sotto la Madonnina, si sono mossi per tempo: "L'idea è nata da un lavoro di ricerca del Politecnico di Milano del 2018, poi trasformato in realtà. Il progetto è entrato nella fase operativa l'anno scorso, vorremmo piantare 3 mi-

Ilaria Capua, Ilaria Borletti Buitoni e Maria Lodovica Gullino: WeTree, qui l'home page del sito, è il loro progetto al femminile in ambito urbano. Insieme al settimanale *lo Donna*, WeTree ha di recente dedicato a Giulia Maria Crespi un'area verde di 19 Pinus Nigra al Bam di Milano (foto Ansa).



lioni di alberi entro il 2030. Fra privati e aziende abbiamo raccolto oltre un milione di euro e miriamo a raddoppiare la cifra a fine 2021". C'è da dire che il jackpot meneghino decolla con facilità sia perché i milanesi sono per natura generosi (il singolo cittadino può devolvere circa 30 euro nella campagna 'Dona un albero'), sia perché il richiamo verde ha fatto muovere aziende come Gucci, Giorgio Armani, Intesa Sanpaolo, il gruppo del lusso Lvmh, che a Milano lavorano e vendono. Senza contare che, Covid a parte, Milano ha da anni il turbo e fa molto immaginare. "Anche aziende chimiche e farmaceutiche, problemi con la produzione di CO2 sono coin-

volte. Abbiamo partecipato a un bando del ministero dell'Ambiente e stiamo preparando le proposte per un secondo bando", continua Fabio Terragni.

Milano, come le altre 13 città metropolitane, conta infatti sui fondi europei in arrivo e nel frattempo schiaccia l'acceleratore sulla comunicazione per arrivare a più soggetti possibili: "Da questo punto di vista la pandemia ci ha aiutato: abbiamo avuto spazi di affissione gratuiti che sarebbero rimasti vuoti. E molta disponibilità da parte di studi grafici per lavorare gratuitamente donando la propria creatività. Così la campagna di Forestami è stata molto visibile, costando praticamente niente", conclude il project manager.

Meno strutturato, con una forza d'urto data solo dai nomi eccellenti delle donne che lo hanno fondato, c'è anche WeTree, nuovo progetto firmato da Ilaria Borletti Buitoni, Ilaria Capua e Maria Lodovica Gullino, rispettivamente vice presidente del Fai, direttrice del centro One Health in Florida e docente di patologia vegetale all'università di Torino. È un progetto tutto al femminile, figlio di iniziative legate alle pari opportunità: ha come scopo di realizzare aree verdi intitolate a donne che si sono distinte per la loro attività e di sensibilizzare Comuni e cittadini. Finora hanno aderito Palermo, Torino, Perugia e Milano. È nell'area di Porta Nuova della metropoli lombarda che è stata creata una nuova oasi verde dedicata a Giulia Maria Mozzoni Crespi, fondatrice del Fai e della famiglia proprietaria per decenni del *Corriere della Sera*.

Prima le città

"Del resto è giusto concentrarsi soprattutto sulle aree metropolitane. Circa il 70% dell'anidride carbonica è prodotta in città": chi parla è Salvatore Ricco, vice presidente comunicazione e marketing di Snam e amministratore delegato di Arbolia, costola del gruppo del metano che ne detiene il 51%, mentre il rimanente 49 è di Fondazione Cassa depositi e prestiti. Arbolia è una società benefit tricolore, che ha come scopo creare aree verdi nelle città. Anche lei si è data un traguardo numerico: piantare 3 milioni di alberi in Italia entro il 2030 pen-



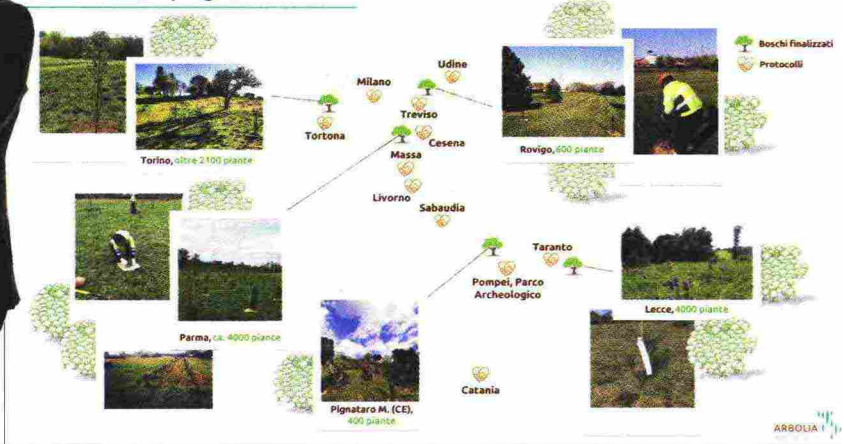
sando così di assorbire circa 200mila tonnellate di CO2 l'anno. Ha anche un secondo traguardo: "Vorremmo promuovere la collaborazione fra pubblico e privato, creando dal Nord al Sud del Paese, in città grandi e piccole, un modello molto chiaro per fare progetti di riforestazione", spiega Salvatore Ricco. "Arbolia individua i territori, sollecita tavoli operativi, effettua gli interventi e garantisce la manutenzione per i primi due anni". In quanto società benefit, può fare profitti o perdere, "però l'obiettivo è sociale. Abbiamo già sei progetti, due a Parma, uno a Rovigo, Lecce, Torino e Pignataro Maggiore (Ce)".

Se i nomi che ballano per la riforestazione hanno pesi spe-



Salvatore Ricco, vice presidente comunicazione e marketing di Snam e ad Arbolia, la società che ha in animo di piantare 3 milioni di alberi in Italia entro il 2030. Accanto la mappa dei progetti in atto (foto Valerio Zaniccotti e Riccardo Bonetti).

Arbolia - I nostri progetti



cifici spesso internazionali, come Gucci e Snam, Mastercard, Eataly, Armani ci sono anche iniziative sparse che vanno nella stessa direzione. Un esempio è quanto ha scelto di fare la Press Play, agenzia di comunicazione: nel Natale 2019 aveva regalato ai giornalisti un centinaio di alberi, si è appoggiata a Rete Clima, no profit che mette a dimora alberi in contesti urbani. Quello scelto da loro è il Parco Nord Milano, lì frassini, querce, ciliegi e altri arbusti sono stati piantati. Press Play è convinta che, tramite questa piantumazione, potrà neutralizzare parte della CO2 emessa con la propria attività (email, eccetera). "Quello che facciamo è soltanto una goccia nell'oceano. Ma se non ci fosse quella goccia, all'oceano mancherebbe", diceva madre Teresa di Calcutta.

Per Luca Fiumarella di Mastercard il punto sta proprio nell'impegno collettivo: "Un mondo diseguale non è sostenibile. Quindi è indispensabile comunicare le priorità, creare una cultura di consapevolezza. In azienda, per esempio, tutto il management è interessato alle azioni che facciamo con la Priceless Planet Coalition. Gli obiettivi sono cioè calati su tutti coloro che operano nella nostra squadra di vertice". Una scelta ragionata perché gli esperti spiegano che la sostenibilità in un'azienda non è un comparto stagno, una divisione, ma un'attitudine che deve essere trasversale e condivisa.

E del resto, la storia di Elzéard Bouffier, pubblicata nel 1953, ha fatto negli anni proseliti, anche nel piccolo, nel terreno vicino a casa, nel giardino condominiale. Storia che molti credettero vera, finché Jean Giono non ammise che era fantastica. Nel 1987 divenne un cortometraggio e l'anno successivo vinse l'Oscar nella sua categoria.

Stefania Berbenni