



Intervista a Marco Roveda

fonte: EcoBlog

Su Ecoblog abbiamo parlato spesso delle iniziative di LifeGate. Negli scorsi giorni abbiamo avuto l'occasione di parlare con Marco Roveda, il fondatore di LifeGate.

- Molti di noi conoscono sia il marchio LifeGate sia Radio LifeGate. Può raccontare ai nostri lettori cos'è in realtà il progetto LifeGate?

LifeGate nasce nel 2001 come “network di comunicazione” – Radio, Portale e Magazine – per diffondere consapevolezza, definire un nuovo stile di vita e indurre le persone a una riflessione e alla scoperta dei valori della coscienza, già insiti in ognuno di noi, ma spesso trascurati per distrazione. Proprio dai numeri crescenti degli ascoltatori, dei navigatori, dei lettori che si riconoscono in LifeGate formando una community attenta ai temi della qualità della vita, abbiamo recepito l'esigenza di progettare servizi di Csr per le aziende in sintonia con questa ondata di consapevolezza. Sotto l'egida LifeGate sono nati innovativi progetti di Csr come Impatto Zero®, nel 2002, il primo progetto italiano che concretizza gli intenti del Protocollo di Kyoto, e nel 2008 ZeroE, la prima energia rinnovabile a Impatto Zero®, con offerte dedicate alle aziende e alle persone, finalmente libere di scegliere il fornitore d'energia in linea con i propri ideali. Non parlerei di strategie di marketing. Molto più semplicemente penso che una volta la reputazione di un'azienda dipendeva dalle sue dimensioni, oggi dalle sue azioni di rispetto verso l'uomo e l'ambiente. Una volta erano stimati i ricchi. Oggi, sempre più le belle persone.

E proprio alle persone, alla community, sono rivolti alcuni degli ultimi progetti LifeGate: i LifeGate Ecojeans, un messaggio di amore e di armonia con l'uomo e l'ambiente da indossare, e YouImpact®, la nuova piattaforma online che dà la possibilità agli utenti di condividere immagini, video e audio sulle tematiche ambientali e contribuire al contempo a salvaguardare il pianeta.

- Chi è Marco Roveda?

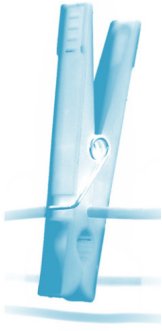
Nasco come costruttore, a cui insegnano che dall'assioma “studia-lavora-guadagna” deriva la felicità. Ben presto mi rendo conto che non è così. Non mi sentivo appagato dalla soddisfazione materiale. Ho cercato di dare un senso alla mia vita. Mi sono reso conto che solo facendo qualche cosa che fosse “People Planet Profit”, ossia che fosse fatto nel pieno rispetto dell'uomo e dell'ambiente, mi sarei sentito soddisfatto e appagato. Così è stato con la Fattoria Scaldasole, che ha creato il mercato del biologico in Italia, così è con LifeGate, con cui cerco di diffondere consapevolezza. Mi piace dire che un imprenditore deve essere visionario, capitano, ragioniere. Visionario, cioè teso verso l'intuizione del futuro. Capitano, capace di radunare i migliori collaboratori. E ragioniere, che lavora anche per far quadrare i conti, per garantire quel profitto che serve come propellente per l'idea.

“Il più importante messaggio di LifeGate – ha scritto la Fondazione Schwab, motivando il premio datomi come Imprenditore Sociale dell'anno del World Economic Forum – è che si può fare del bene attraverso il profitto, che c'è uno stretto legame tra ‘profits and ethics’”.

- Quali sono gli obiettivi che vi proponete?

La base di LifeGate sono i valori. LifeGate è nata per diffondere una nuova consapevolezza, riordinare la scala dei valori, cominciare a dare priorità diverse. E proporre un nuovo modello economico in cui people-planet-profit sono tre concetti inscindibili in cui convivono profitto e rispetto per l'uomo e l'ambiente.

- Quando è nata l'idea e quali sono stati i vostri primi passi?



LifeGate è la prima impresa del suo genere in Italia. Terminata l'esperienza di Scaldasole, nel 1998, avevo il desiderio di continuare a impegnarmi, non più solo attraverso un prodotto ma a 360 gradi. Non più lavorando solamente nel mercato, ma con le persone.

Dopo due anni di pensieri su "come fare?", si concretizza il nuovo progetto: nella primavera del 2000 nasce LifeGate, presentata nel settembre 2001 e subito divenuta piattaforma del mondo eco-culturale, centro di aggregazione delle persone e delle aziende che vogliono far propri i principi dell'etica, dell'amore, della sostenibilità.

Nel 2002 LifeGate riceve il premio Cenacolo Rcs per l'Editoria e l'Innovazione, "per aver saputo individuare un ventaglio di temi per uno stile di vita – si legge nella motivazione - estremamente attuale e in rapida espansione, costituito da scelte culturali, di acquisto e di consumo, proponendosi come punto di riferimento per un pubblico ampio". LifeGate sta crescendo in ogni sua dimensione, sia come network (radio, portale, magazine) che come advisor per lo sviluppo sostenibile.

- Prima di salutare e ringraziare Marco Roveda, gli poniamo un'ultima domanda: se potesse dare un consiglio ai nostri lettori, qual è il primo che si sentirebbe di dare?

Proviamo a guardare il mondo dall'alto, a decollare su un aereo immaginario. Se guardiamo il mondo dall'alto allora siamo pronti per tentare un grande passo, verso il cambiamento, ora. Dalla civiltà dei consumi compulsivi alla civiltà della consapevolezza.

Smettiamo di curare l'effetto, curiamo la causa. La povertà, l'Aids, il terrorismo, il global warming, la desertificazione, le guerre, l'incapacità di amare, l'insoddisfazione perenne e gli altri mille problemi che verranno hanno una sola origine: mancanza di consapevolezza, cioè mancanza di civiltà, e civiltà vuol dire rispetto dell'uomo e dell'ambiente.

Quando tutte le nostre azioni saranno in sintonia con i principi della civiltà della consapevolezza, allora avremo raggiunto la vera qualità della vita e con essa molto probabilmente la felicità. Che non è solo un momento di gioia ma uno stato di grazia che si può raggiungere solo in armonia con se stessi, con gli altri, con il pianeta e dando senso alla nostra vita.