



LA STORIA DI **LIFEGATE**

# ENEA ROVEDA: ORA LA CRESCITA SARÀ SEMPRE PIÙ SOSTENIBILE

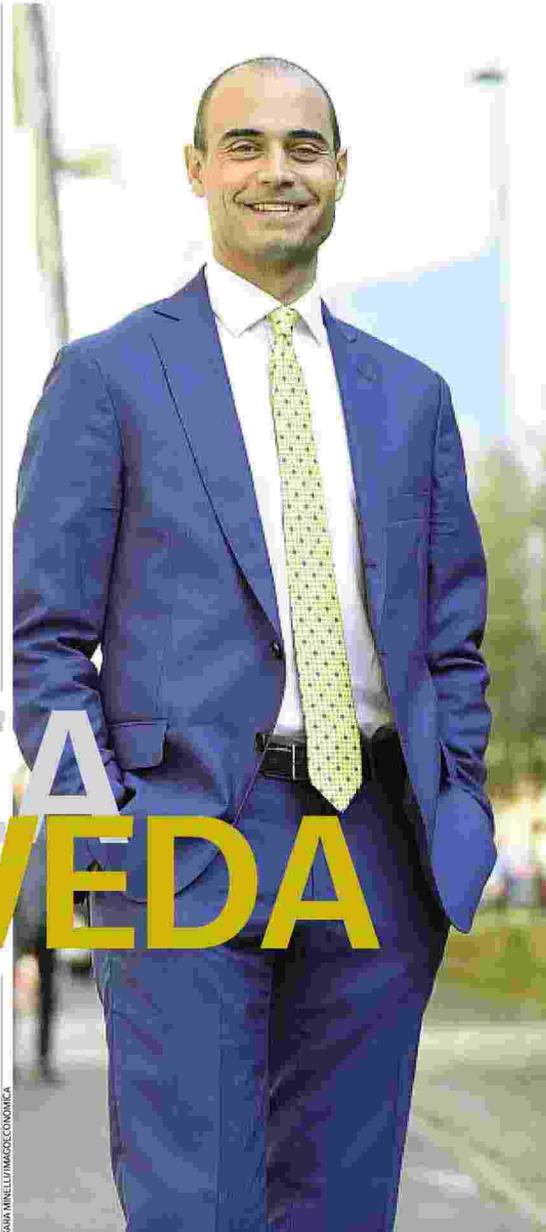
di **Maria Elena Zanini** 19



Enea Roveda, alla guida di **LifeGate**, gruppo internazionale a vocazione green, dalla vendita di rinnovabili alla comunicazione, fino alla consulenza: «Quando questa crisi sarà finita, saremo ancora più vicini ai valori della circolarità, del benessere comune e dell'innovazione. Smart working e non solo: le aziende sono già partite»

di **Maria Elena Zanini**

«**C**redo che questo momento drammatico che ci sta obbligando a fermarci come individui e come Paese ci aiuterà a comprendere la futilità di tante cose che ritenevamo essenziali e a farci ripartire con una nuova consapevolezza». Una consapevolezza che per Enea Roveda, amministratore delegato di **LifeGate** va in una sola direzione: investire sempre più in sostenibilità e innovazione. Del resto è su queste basi che esattamente 20 anni fa, nel 2000, la famiglia Roveda fondò **LifeGate**, network internazionale che spazia dalla consulenza alla comunicazione fino alla commercializzazione di energia rinnovabile: promuovere scelte e stili di vita sostenibili, sotto il segno della circolarità. Ad oggi, **LifeGate** è presente in Europa e ha ristrutturato il proprio business model su quattro differenti società: due che si occupano della vendita di energia rinnovabile alle persone e alle pmi, una società che si occupa di media, comunicazione, consulenza e progetti legati all'ambiente e la holding che le racchiude tutte. «Il 2019 si è chiuso in crescita con fatturato di 15 milioni — conferma Roveda — e il 2020 sta registrando un ulteriore incremento, soprattutto nel comparto della consulenza. La previsione per il 2020 è di arrivare a un budget di 20 milioni». L'esperienza della famiglia Roveda nel settore in realtà comincia molto prima, nel 1986 quando Marco e Simona Roveda fondano Fattoria Scaldasole, prima azienda nel



# ENEA ROVEDA

settore del food con prodotti biologici a entrare nella grande distribuzione. Come vennero considerate pionieristiche le scelte fatte dalla famiglia negli anni '80, così lo sono state anche quelle che hanno portato alla nascita di **LifeGate**.

Nel 2000 parlare di sostenibilità non aveva certo lo stesso impatto che ha adesso. Né c'era una diffusa disponibilità nell'accettare cambiamenti alle proprie abitudini di vita. «Si sono però create le condizioni che hanno portato a un cambiamento nella società — spiega Enea Roveda — un incrociarsi di eventi shock. Perché gli anni '80-'90 hanno visto un boom del cibo biologico? Perché dopo l'esplosione nucleare di Chernobyl e dopo il morbo della mucca pazza, i consumatori si chiesero in che modo evitare i rischi connessi. Semplicemente, cambiando i propri modelli».

## Mutamenti

Un percorso analogo ha portato alle condizioni ideali per far capire a imprese e consumatori l'importanza della sostenibilità: la crisi economica nel 2008 ha fatto rivedere a molte società i propri parametri e modelli di business. In parallelo, la diffusione dei social ha ampliato l'offerta informativa. «Il mix è stata la scintilla — racconta Roveda —. Nel 2015 poi Expo ha portato alla ribalta mondiale il tema della sostenibilità, Papa

Francesco ha pubblicato «Laudate si», la prima Enciclica a toccare temi ambientali... Ecco, il 2015 per **LifeGate** è stato l'anno di svolta in cui finalmente il mercato si è accorto che non eravamo visionari, mapionieri».

Anche la pandemia in corso inevitabilmente porterà la società a farsi domande e a cambiare il proprio stile di vita. Come testimonia lo stesso Roveda, centinaia di clienti **LifeGate** si sono già mobilitati per cambiare modalità di lavoro, attivando meccanismi più o meno consapevolmente rivolti verso una maggiore innovazione (smart working) e sostenibilità (la riduzione del numero di auto circolanti). «Come nel passato ogni evento sociale o ambientale importante ci ha avvicinati sempre di più ai valori della sostenibilità — conferma l'amministratore delegato —. Quando tutto finirà, impareremo ad assaporare le cose importanti e a concentrarci sul benessere comune, i temi sociali e ambientali saranno ancora più sentiti di prima. Rinasciamo dalle nostre ceneri, evoluti nei valori come persone e come comunità. Ne avevamo tanto bisogno, il pianeta ne aveva bisogno, e come sempre, tutto si riequilibra, così anche in questo caso. Credo che questo tragico evento sarà la scintilla che salverà l'intera umanità o almeno questo è ciò che spero e che mi ripeto ogni giorno».

## Network

Per Roveda insomma, il trend positivo che **LifeGate** ha registrato in questi anni subirà un'inevitabile accelerazione: andare verso un business più sostenibile e rispettoso dell'ambiente è la conditio sine qua non, perché le aziende vedano crescere i loro profitti. In questo contesto il ruolo di gruppi come **LifeGate** diventerà sempre più importante nel saper indirizzare, consigliare e sostenere. «Noi abbiamo un approccio a 360 gradi, dai media, alla consulenza e comunicazione, fino al sostegno di progetti ambientali — spiega Roveda —. In quest'ultimo settore, ci siamo orientati su tre grandi macrotemi: inquinamento, acqua e biodiversità. Per ognuno di questi ambiti lanciamo e sosteniamo diversi progetti, per esempio la pulizia dei mari dalla plastica». Sempre con l'obiettivo di creare valore sociale e ambientale. Ed economico. Potendo contare su una community di oltre 5 milioni di persone solo in Italia (grazie al sito, ai social, alla radio), la «responsabilità» del gruppo è notevole, soprattutto nei confronti dei più giovani: «Il 49% dei ragazzi italiani con un'età compresa tra i 18 e i 24 anni ci segue assiduamente. Un segnale — sottolinea Roveda — che fa capire quanto siano importanti per veicolare un giusto messaggio, personaggi come Greta Thunberg, sempre pronta a strigliare le autorità. Anche quando l'Unione europea ha presentato la legge che punta a emissioni zero entro il 2050 ha richiamato l'attenzione sul qui e ora. Siamo nel decennio dell'emergenza climatica. Abbiamo ancora tempo, ma dobbiamo muoverci».

© RIPRODUZIONE RISERVATA.

**1986**

### Le origini

Marco e Simona Roveda danno vita a Fattoria Scaldasole



**2000**

### LifeGate

La famiglia fonda la società a due anni dalla cessione di Fattoria Scaldasole

**2002**

### Pionieri

«Impatto Zero» è il primo progetto di Carbon-offsetting

**2005**

### LifeGate Energy

Nasce il primo operatore elettrico da fonti rinnovabili per le Pmi

**2015**

### Nel mondo

**LifeGate** si espande all'estero con la piattaforma **lifegate.com**

**2019**

### Media

Nasce **LifeGate Circle**, la collaborazione di media italiani sulla sostenibilità

**ABBIAMO QUELLO CHE SERVE PER COSTRUIRE UN MONDO PIÙ SOSTENIBILE**