


## Unilever lancia 3 progetti sostenibili

 Percorso di lettura:  
[www.largoconsumo.info/012010/PL-0110-003.pdf](http://www.largoconsumo.info/012010/PL-0110-003.pdf) (*Igiene persona*)


Unilever ha programmato di sviluppare 3 progetti all'insegna della sostenibilità ambientale e per questo cerca know-how esterno. La scorsa primavera la multinazionale dei beni di largo consumo aveva varato "Open Innovation", una piattaforma online per offrire a professionisti ed esperti la possibilità di proporre nuove soluzioni in grado di far raddoppiare all'azienda il business dimezzando al contempo l'impatto ambientale entro il 2010. Il successo dell'iniziativa induce ora il colosso a proporre una nuova ricerca per progetti innovativi nelle categorie *Homecare* e *Refreshments*, per trovare tecnologie che eliminino i residui di grasso lasciati sugli indumenti e le superfici difficili, in modo efficace ma nel rispetto dell'ambiente e che permettano di ridurre la quantità di zucchero dei the istantanei senza comprometterne gusto e sapore.

## Cacao sostenibile per Mars

 Percorso di lettura:  
[www.largoconsumo.info/052011/PL-0511-002.pdf](http://www.largoconsumo.info/052011/PL-0511-002.pdf) (*Snack e fuori pasto*)

È stata pubblicata la Sintesi dei *Principles in Action* di Mars, multinazionale statunitense che produce barrette al cioccolato ma anche alimenti per animali. Il documento descrive nel dettaglio gli impegni etici che la società intende assumere in materia di pratiche sostenibili. L'impegno assunto dall'azienda farà la differenza per tutta la filiera produttiva: dai coltivatori di cacao ai consumatori di cioccolato per giungere a un'industria del cacao più sostenibile dove i benefici per i coltivatori e la natura siano tutelati. Mars sta investendo considerevoli risorse sia umane sia finanziarie per assicurare una sostenibilità a lungo termine per l'intera, complessa filiera produttiva del cacao. Nel corso del 2011 in particolare la multinazionale ha investito 30 milioni di dollari.


## Lush s'impegna a favore del Congo

 Percorso di lettura:  
[www.largoconsumo.info/102009/PL-1009-009.pdf](http://www.largoconsumo.info/102009/PL-1009-009.pdf) (*Etica e imprese nel largo consumo*)

Si chiama "GoCongo" il progetto sociale lanciato da Lush, marchio di co-

smetici freschi e realizzati a mano, per aiutare e sostenere uno dei territori più poveri della Terra, dove si calcola vi sia il Pil più basso al mondo nonostante la ricchezza di risorse naturali (es. miniere di diamanti). Grazie a questa iniziativa, realizzata in collaborazione con l'omonima fondazione, chi acquista la crema **Sua Bontà** in vendita in tutte le catene Lush contribuirà alla causa di aiuto al Paese africano. L'intero ricavato delle vendite infatti andrà alla Fondazione per la costruzione e il sostentamento per un anno di una classe di alfabetizzazione e a corsi professionali per ragazzi dagli 11 ai 16 anni.

## Libri Disney amici delle foreste

 Percorso di lettura:  
[www.largoconsumo.info/042010/PL-0410-006.pdf](http://www.largoconsumo.info/042010/PL-0410-006.pdf) (*Tempo libero e intrattenimento*)

Il nuovo rapporto *Paper Sourcing and Use Policy* della **Walt Disney Co.** annuncia un cambio di rotta significativo. La più grande casa editrice al mondo di libri per bambini ridurrà infatti al minimo la quantità e lo spreco di carta sia nell'approvvigionamento che nell'utilizzo della carta, eliminando inoltre l'acquisto di prodotti che provengono da legname tagliato e raccolto in modo insostenibile. Al tempo stesso la multinazionale del divertimento aumenterà l'utilizzo di carta riciclata e di prodotti di carta certificata dal **Forest Stewardship Council (Fsc)** evitando di acquistare prodotti che provengono da foreste "ad alto valore di conservazione" e "alto valore di carbonio". Particolare attenzione sarà rivolta all'Indonesia, dove l'inarrestabile deforestazione per produrre pasta da carta sta decimando le foreste pluviali.

## Fiordaliso di Rozzano da Guinness dei Primati

 Percorso di lettura:  
[www.largoconsumo.info/092012/PL-0912-005.pdf](http://www.largoconsumo.info/092012/PL-0912-005.pdf) (*Centri commerciali e outlet*)

Un giardino verticale da primato quello del centro commerciale **Fiordaliso** di Rozzano, nel Milanese. Il giardino che riveste la facciata principale è stato di recente riconosciuto come il più grande al mondo, con la sua parete alta 8 metri e sviluppata su una superficie di 1.263 mq, caratterizzata da 200 essenze e 44.000 piantine. La facciata ha un'anima oltre che un aspetto verde, infatti è costruita nel rispetto dell'ambiente e

volta al risparmio energetico: contribuisce al bilanciamento termico del centro commerciale riparandolo dai raggi solari, trattiene poi le polveri sottili e assorbe Co2. L'iscrizione nel **Guinness World Record** è certificata da un documento ufficiale redatto da un giudice giunto appositamente da Londra per le misurazioni e le verifiche di rito.

## Miele multicolor per le api alsaziane

 Approfondimenti:  
<http://tinyurl.com/LCMiele>

Verde, marrone e anche blu. Il miele prodotto dalle api di Ribeauvillé, regione francese dell'Alsazia, era stranamente variopinto e perciò invendibile, con dispetto degli apicoltori della zona. Le api non raccoglievano infatti il nettare dai fiori, ma andavano ad approvvigionarsi sulle caramelle colorate **M&M'S**, o meglio, per la precisione, sugli scarti di produzione che erano stati accumulati all'esterno per essere poi trasformati in biogas. Capita la ragione dello strano fenomeno i responsabili dello stabilimento dell'azienda hanno subito spostato gli scarti nel chiuso di un magazzino. Un altro capitolo insomma dello spopolamento delle api a cui si assiste in molti Paesi, e che secondo alcuni preconizza scenari da *Apocalisse*.

## La luce di Artemide per i bambini malati

 Approfondimenti:  
<http://tinyurl.com/illuminotecnica>

**Artemide** ha donato apparecchi di illuminazione alla **Fondazione TOG** (Together To Go) e al suo Centro di eccellenza per la riabilitazione di bambini colpiti da patologie neurologiche complesse. Tra le lampade destinate al Centro sostenuto dall'architetto **Carlotta de Bevilacqua** ci sono alcuni pezzi della collezione **Metamorfosi**, come la lampada **Metacolor**, design **Ernesto Gismondi** o della collezione **White Light**, come **Altrove**, design **Carlotta de Bevilacqua**. Grazie alla capacità di modulare la temperatura di colore del bianco e le variazioni sulla scala Rgb, questa lampade consentono di creare scenari personalizzabili, che possono dar vita a contesti più efficaci per l'intervento terapeutico attraverso atmosfere emozionali che aiutano a interagire con i bambini e le loro problematiche. ■