

Esg, l'università di Oxford e Snam provano a misurare il benessere in azienda



L'ateneo inglese e l'azienda italiana tra i promotori del World Wellbeing Movement a cui aderiscono tra gli altri la Fondazione Crt e aziende come Cisco ed S&P global

Jova Beach Party 2022, il "greenwashing concert" dell'anno



Il Jova Beach Party del 2019 fu al centro di polemiche e contenziosi per avere scelto luoghi preziosi, ricchi di avifauna anche rara, come il fratino.

Vennero tagliati alberi per fare posto alle aree destinate al concerto e i fenicotteri rosa vennero disorientati perché in fuga dai decibel sprigionati dal concerto di Jovanotti a Lido degli Estensi.

Il fenicottero rosa è molto esigente, più fragile di quanto i numeri raggiunti dalle sue colonie lascino pensare. Una leggerezza non da poco: il territorio del parco del Delta del Po è il loro sito principale qui, e gli studi passano da questi accorgimenti. Il silenzio totale dell'Ente parco aveva deluso molto. Già a Roma, avevano costretto il cantante a cambiare location perché in prossimità del sito sensibile di Torre Flavia di Ladispoli.

In tutto ciò il Jova Beach Party 2019 si era svolto in zona situata nell'unico punto della costa regionale che non è in erosione. Una zona completamente priva di stabilimenti

balneari e qualsivoglia costruzioni, antiche dune con vegetazione pregiata (tra cui rare orchidee) ed un ampio terreno sabbioso che, secondo i biologi, si potrebbe destinare a rinaturalizzazione. Una specifica zona in cui nidificano i Fratini, piccoli uccelli che nel periodo estivo sono molto numerosi con i piccoli nati da poco ancora non perfettamente in grado di volare. Ma abbiamo anche i nostri gabbiani già provati dalla stagione balneare, il gabbiano Nordico, quello Zafferano. Il gabbiano Corallino e quello Rosa, non dobbiamo dimenticare l'enorme valore che hanno queste specie animali e che rendono unici nel mondo i nostri territori".

Dopo il duro attacco degli ambientalisti e delle associazioni animalista, Jovanotti ha definito l'ambientalismo «più inquinato della fogna di Nuova Delhi, pieno di cialtroneria e narcisismo".

VERGOGNOSO È STATO IL SILENZIO DEL WWF, che ha collaborato e sostenuto l'evento.

Anche quest'anno vi sarà il Jova Beach Party, ma quest'anno in nome "dell'ambiente": un "green concert". Talmente "green" che proprio per volere del suo ideatore di lasciare "l'ambiente meglio di come lo si è trovato" , la nuova edizione del Jova beach party ha un ambizioso progetto ambientale che prende vita in parallelo. Si chiama Ri-Party-Amo, ha già raccolto 3 milioni di euro di donazioni e si fonda su tre capisaldi: la pulizia delle spiagge, progetti di ricostruzione naturale e attività di educazione, sia nelle università sia nelle scuole, che coinvolgeranno le generazioni più giovani.

"E' il più grande progetto di recupero e ripristino di aree ecologiche problematiche mai fatto in Italia nella storia – ha detto il cantante davanti alla platea di studenti dell'Università Bicocca di Milano – l'idea che una cosa del genere sia resa possibile dalla cosa più effimera che c'è, un concerto, una festona in spiaggia, mi fa piacere e non per meriti specifici perché il mio unico merito è quello di

emozionare la gente con un mio concerto. Tutto il resto fa parte della mia responsabilità di cittadino”.

Il progetto, nato dalla collaborazione con una istituzione finanziaria come Intesa Sanpaolo e una in campo ambientale come il WWF Italia, sta raccogliendo milioni di euro che saranno utilizzati per pulire 20 milioni di metri quadri spiagge, laghi, fiumi e fondali; per realizzare sei macro azioni di ripristino degli habitat; organizzare otto incontri nelle università italiane e numerosi workshop nelle scuole capaci di coinvolgere un totale di 100.000 studenti.

Talmente “green” che riduce al minimo l’impatto ambientale a partire dall’assenza di bottigliette di plastica, distribuendo l’acqua in “ecologissime” lattine di alluminio e bicchieri di carta completamente compostabili.

Talmente “green” che a Marina di Ravenna più di 65 metri lineari di piante di tamerici, alte oltre quattro metri, compreso un grande albero al termine del filare, presenti da almeno qualche decennio tra il bagno Ulisse e la zona della sede dell’Associazione Nazionale dei Marinai d’Italia, sono stati rasi al suolo per l’evento di Jovanotti.

Eppure ad aprile di quest’anno Maurizio Salvadori, amministratore delegato di Trident Music la società che produce e organizza il Jova Beach Party, aveva dichiarato: “Sgradevole strumentalizzazione. Il Jova Beach Party è realizzato solo in aree esistenti, già meta costante di un grande numero di persone e con la presenza di strutture per bagnanti e turisti. Non modifica le aree ma anzi le valorizza. Il Jova Beach Party viene realizzato solo in aree meta del turismo di massa”.

Eppure il taglio di alberi è una modificazione del territorio non di poco conto.

Per queste critiche, Jovanotti ha risposto deridendo gli ambientalisti.

“Non comprendiamo come Jovanotti, che ha voluto dimostrare più volte la sua sensibilità per i temi dell’ambiente, insista nel

voler portare migliaia di persone, veicoli, frastuoni, logistica, in luoghi naturali. I grandi concerti vanno fatti negli stadi proprio nel rispetto degli animali e dell'ambiente" – disse il Presidente dell'OIPA Massimo Comparotto, sottolineando che, anche se antropizzati, i litorali restano il rifugio notturno dell'avifauna e, in vista di possibili concerti, l'ecosistema dei luoghi ne potrebbe risentire, soprattutto nel periodo di nidificazione che per molte specie si protrae fino alla fine dell'estate.

Inoltre in una recente intervista a Il Fatto Quotidiano, Lorenzo Cherubini in arte Jovanotti, da sempre vegetariano ha dichiarato: "Sono toscano, da bambino mi piacevano (le fiorentine). Ma da anni ho smesso di mangiarle per un motivo sentimentale. Ho un rifiuto quasi pregiudiziale nei confronti degli allevamenti intensivi: per me sono inaccettabili. Gli animali li conosciamo, sanno essere affettuosi, interagiscono con noi. Ma non sono un militante, sono un viandante che cerca nella propria vita di cambiare le proprie idee in base alle esperienze che fa". Un concetto che Jovanotti ci tiene a chiarire bene: "Sono uno sperimentatore. Non faccio parte di alcuna categoria, se mi sento stretto mi viene voglia di ribellarmi. Per me il cibo è come la vita: si prende tutto e si sceglie il meglio, senza fare proselitismi. Il cibo è libertà".

Belle parole, anche se ambigue: "non sono militante", o meglio avrebbe dovuto dire: "ho deciso di non esserlo più per convenienza". Nel 2016 fu tra i firmatari sostenitore del SI' al referendum popolare per fermare le trivelle nei nostri mari... Per non parlare del suo impegno esclusivamente "occidentale" per l'Africa. Oggi vuole fare il vegetariano senza impegno, contro gli allevamenti intensivi ma "senza fare proseliti".

L'altro volto "green" del Jova Beach Party 2022 infatti è infatti un allevamento intensivo: Fileni spa.

“Abbiamo scelto di essere partner food del Jova Beach Party – spiega Roberta Fileni, AD e Vicepresidente Fileni – perché apprezziamo e condividiamo il grande impegno nel coniugare la buona musica con il rispetto per l’ambiente. Un rispetto che ci unisce profondamente e che noi di Fileni perseguiamo anche attraverso la certificazione B Corp che, primi al mondo nel settore delle carni, abbiamo ottenuto a riprova del nostro impegno a difesa del futuro. Se per molti, essere sostenibili è una scelta tra le tante, per noi è l’unica scelta possibile. Ogni giorno ci ispiriamo al principio del “siamo parte, non siamo tutto”, come recita il nostro Manifesto di Sostenibilità.”

A parlare così’ è un allevamento intensivo, che insieme agli altri allevamenti intensivi è tra i responsabili maggiori dell’attuale crisi ecologica, climatica e idrica. Il Gruppo Fileni è retail sponsor del Jova Beach Party 2022, definito da loro stessi come “l’evento che coniuga musica, ecologia e sostenibilità come valori portanti e protagonisti di questa estate”. Forse si continua a definire “green” perché Fileni è un’azienda leader nel mercato delle “carni biologiche”.

Detto questo forse dovremmo chiamarlo il “greenwashing concert” dell’anno.

Così gli algoritmi stanno cambiando la cultura pop

Nove italiani su dieci guardano almeno un video online alla settimana: il report Culture & Trends 2022 di YouTube racconta come i nostri gusti siano sempre più influenzati dal modo in cui le piattaforme ci suggeriscono nuovi contenuti da guardare

AGRICOLTURA SOSTENIBILE E ALIMENTAZIONE A CHILOMETRO ZERO: L'ECCELLENZA È IN ALBANIA



La sensazione che dà ascoltare le parole di Altin Prenga, mentre cammina per i suoi poderi a Fishte, nel nord dell'Albania, è qualcosa *a metà tra la passione e la fretta*. Passione per quanto già realizzato, e "fretta" per quanto – molto – c'è ancora da fare, ben disegnato nella testa di questo sognatore, figlio di allevatori, tanto deciso e testardo da aver creato un'eccellenza assoluta in terra d'Albania, di così alto profilo da far impallidire molti agricoltori italiani.

Mrizi i Zanave è un ottimo ristorante per i 150.000 turisti,

albanesi e non, che ogni anno si accomodano in parte all'aperto sotto il fresco degli alberi secolari, in parte all'interno della casa colonica che ospita i grandi tavoli tradizionali di legno; ma in realtà è molto di più, e mai consiglio fu più azzeccato che non quello di visitare prima la fattoria, per comprendere appieno la qualità di ciò che poi metterete in bocca.

“La verità è che all'Italia devo tutto”, dice Altin mentre ci guida a scoprire il “dietro le quinte” della sua ambiziosa azienda agricola, *“ma devi capire la lezione, e non copiare letteralmente il provino”*, aggiunge. Il suo lungo soggiorno in Trentino Alto-Adige, oltre che un'eccellente capacità di parlare la nostra lingua, gli ha lasciato una consapevolezza: inutile tornare in Albania e scimmiettare – ad esempio – la pizza, che è buonissima e inarrivabile a Napoli; cerchiamo invece di recuperare le più valide tradizioni albanesi, soffocate da 50 anni di miope dittatura comunista, lavorandole con le moderne tecnologie, così da ottenere i migliori prodotti che questo territorio sa dare.

E sulle tavole del suo ristorante si riversa in effetti il meglio: salumi dai sapori davvero unici, ricavati da carni locali e piccoli allevamenti selezionati, oche arrosto allevate nell'aia di Altin, marmellate di frutti di bosco selvatici, formaggi freschi frutto della lavorazione del loro latte, parte dei quali vengono poi invecchiati in loco, e frutta dei loro alberi.

“In questa sala affumichiamo i salumi”, prosegue Altin guidandoci alla scoperta dell'azienda agricola. Come? Con una vecchia stufa di ghisa accesa giorno e notte, ovviamente, che con il suo fumo, ricavato da legni aromatici, crea profumi irripetibili.

Poi c'è l'alta tecnologia, che è la cifra della loro cantina, con due enologi – uno albanese e uno italiano – che si destreggiano tra le più moderne tecniche di lavorazione e le

vecchie botti, dove sostano per pochi mesi sia bianchi che rossi: *"Poco tannino"*, precisa Altin con il suo largo e genuino sorriso albanese, *"perché questa è una cantina, non una falegnameria"*. Forse qualche blasonato viticoltore italiano dovrebbe venire a lezione qui...

Infine, il negozio: *"Un terzo del giro d'affari deriva dalle vendite al dettaglio"*, spiega Altin, a riprova che la qualità è il biglietto da visita principale per chi sale la strada, un po' fuori mano nella colorata campagna albanese, che porta qui, apposta per comprare salumi, formaggi e marmellate fatte in casa.

(segue dopo le foto)

















C'è qualcosa di affascinante in quest'uomo che ha i piedi piantati nella solida tradizione, e che ha creato con il fratello Anton e il resto della famiglia un piccolo impero agricolo a misura d'uomo: decretato ambasciatore di Slow Food e insignito – da quello straordinario diplomatico che è il nostro Ambasciatore italiano a Tirana, Fabrizio Bucci – *“Cavaliere dell'Ordine della Stella d'Italia”*; follemente innamorato del suo Paese – l'eccezionale Albania – Altin ha saputo trarre forte ispirazione anche dal meglio della nostra penisola.

Mrizi i Zanave dovrebbe essere una tappa obbligata per chiunque sia in visita nell'ospitale Paese delle Aquile. O per meglio dire, dovrebbe essere la scusa per venirci, anche apposta.

Il potere dei Social: come un singolo video su TikTok ha cambiato la vita di una fan



Lo scorso aprile la storia di Clara, giovane fan del cantante Biondo ha costituito un caso affascinante e emblematico del potere dei social media. La viralità su TikTok ha creato una sorprendente connessione tra la fan e il suo idolo. Una vicenda che solleva interrogativi interessanti su quanto i social media possano influenzare le relazioni personali e il mondo del gossip.

Tutto è iniziato quando Clara, fan del cantante Biondo, esprime pubblicamente il suo interesse per lui attraverso un video su TikTok. In un periodo in cui la piattaforma sta diventando un potente strumento di comunicazione e auto-espressione, Clara ha caricato un breve video in cui dichiarava il suo amore per la musica di Biondo e la sua ammirazione per l'artista. Con un mix di entusiasmo e sincerità, Clara ha attirato l'attenzione degli utenti di TikTok, il suo video è diventato virale in poche ore, accumulando milioni di visualizzazioni e numerosi commenti di supporto da parte di altri fan. L'hype non è passato inosservata nemmeno al diretto interessato. Biondo, che è noto per il suo seguito sui social e la sua connessione con i fan, ha visto il video di Clara e ha deciso di risponderle. Sorpreso e lusingato dalla dimostrazione di affetto, il

cantante ha contattato Clara e i due hanno iniziato a frequentarsi. Questo sviluppo ha attirato l'attenzione dei media, che hanno seguito la storia con grande interesse.

La vicenda di Clara e Biondo è un esempio concreto di come i social media possano influenzare e, in alcuni casi, cambiare le dinamiche delle relazioni personali. Mostrare un interesse esplicito sui social può sembrare un gesto semplice, ma la sua efficacia dipende da una serie di fattori. La visibilità del contenuto, il livello di notorietà del personaggio pubblico e la risposta della comunità online sono elementi cruciali.

Nel caso di Clara, la combinazione di un video autentico e la crescente popolarità di TikTok hanno giocato un ruolo significativo nel catturare l'attenzione di Biondo. Tuttavia, è importante sottolineare che questo tipo di successo non è garantito per tutti. Molti tentativi di conquistare l'attenzione di personaggi pubblici sui social non producono risultati tangibili, e la visibilità virale spesso dipende da fattori imprevedibili e dalla fortuna.

In sintesi, la storia di Clara e Biondo dimostra che i social media hanno il potere di influenzare le relazioni in modi inaspettati. Tuttavia, mentre il gesto di Clara ha avuto un esito positivo, la probabilità di ottenere un risultato simile varia notevolmente e dipende da numerosi fattori. Questo caso offre un'affascinante prospettiva su come la cultura digitale moderna stia trasformando le dinamiche tra fan e celebrità.