



Marco Roveda

Presidente, LifeGate Energy

Marco Roveda nasce nel cuore di Milano, a Porta Romana, nel 1951, figlio di un negoziante di tessuti e confezioni. La sua carriera scolastica oscilla tra l'amore per la ricerca teorica e quello per la realizzazione pratica. Si iscrive al liceo scientifico, ma poi si diploma come geometra, si iscrive alla facoltà di biologia, ma è l'interesse per l'architettura che lo spinge alle prime realizzazioni professionali. A vent'anni fonda un'impresa di costruzioni insieme al suo geometra capo, e due anni più tardi, ne costituisce una seconda, con un ingegnere edile. Marco

Roveda ha 22 anni e si ritrova già titolare di due imprese edili, con quaranta operai alle sue dipendenze.

Accanto a lui c'è già Simona, sua moglie. E' anche lei milanese e da allora condivide con lui tutti i progetti, di vita e professionali. L'impegno nel lavoro, unitamente alla favorevole contingenza del mercato edile degli anni '70, portano Marco Roveda a raggiungere, a 27 anni, una discreta ricchezza, coerentemente con la filosofia di vita trasmessagli dal "sistema": "Studia che poi lavori, lavora che poi guadagni, guadagna che poi sei felice". A questo punto, folgorante, una rivelazione: i soldi non portano la felicità, portano solo, al massimo, la comodità. Non è questo che Marco vuole dalla vita, vuole di più. Vuole qualcosa che gli dia veramente la felicità e capisce che la ricchezza materiale, da sola, non potrà mai veramente realizzarlo. Chiude le imprese e parte, con Simona, in esplorazione. E' un'esplorazione condotta su strade interiori e su strade materiali, che approdano a Carona, un piccolo paese del Canton Ticino. Qui, si confrontano con una vita a più stretto contatto con la natura, riscoprendo gli antichi ritmi legati alla terra, facendo il fieno, tagliando la legna e dedicandosi esclusivamente ad attività manuali, lasciando così spazio ai pensieri. Si delinea così anche una nuova direzione interiore, la meta diventa ora "vivere secondo coscienza", riconoscendo l'importanza dei valori e dei valori spirituali nella vita quotidiana: l'amicizia, l'amore, il rispetto per la natura, la responsabilità sociale e l'impegno nei confronti del mondo in cui viviamo.

Dopo tre anni matura un altro grande passo. Marco e Simona tornano in Italia, ma decidono di vivere definitivamente a contatto con la natura. Cercano una fattoria vicino al luogo delle loro origini, dove affondano le loro radici, vicino ai vecchi amici, ai parenti, agli affetti. E si stabiliscono nei dintorni di Erba. Qui avviano un'azienda agricola biodinamica con un ecosistema in grado di provvedere a quasi tutte le necessità del sistema: dalla coltivazione del foraggio, all'allevamento delle mucche, alla produzione delle sementi per la semina successiva. Dal desiderio di valorizzare la peculiarità di un latte prodotto in tale contesto, nasce l'idea di trasformarlo in yogurt, yogurt biologico e biodinamico.

Nel **1986**, nasce così **Fattoria Scaldasole**, con un prodotto ancora poco conosciuto e ricercato in Italia, che trova però un immediato consenso, in un momento in cui la consapevolezza della problematica ambientale e dei rischi connessi all'uso dei pesticidi è in rapida crescita. Fattoria

Scaldasole cresce rapidamente ampliando la gamma dei suoi prodotti e includendo anche budini e spremute biologiche, incontrando un crescente consenso del mercato, sino a raggiungere, in pochi anni, la grande distribuzione. Nei suoi dodici anni di attività sotto la direzione del suo fondatore, l'azienda offre un contributo determinante alla trasformazione del panorama agricolo italiano, che conquista le vette delle classifiche europee e mondiali per il numero di ettari coltivati biologicamente, dimostrando che "si può fare business rispettando la natura e diffondendo attenzione al prodotto biologico". Sessantamila aziende produttrici e trasformatrici, seguendo il successo di Scaldasole, creano il nuovo mercato del biologico italiano.

Nel **1997**, Marco Roveda riceve il premio di Imprenditore dell'anno per la categoria "Qualità della vita".

Nel **1998** Marco Roveda vende Fattoria Scaldasole alla Plasmon, l'unica azienda che aveva fornito le garanzie per una continuità del lavoro ed è pronto per un altro salto di qualità. Non è più solo la diffusione di un prodotto di qualità, che adesso interessa a Marco Roveda, ma la diffusione del concetto stesso di qualità della vita, per indurre anche altri a una riflessione e alla scoperta dei valori della coscienza, già insiti in ognuno, ma spesso trascurati per distrazione. Nasce **LifeGate**, un progetto multimediale, un centro di aggregazione, un punto di riferimento per il mondo ecoculturale. L'attività inizia nel **2001** con LifeGate Radio, 105.1, una frequenza di sola musica di qualità, creata con e poi diretta dal figlio Enea; con il portale **www.lifegate.it**, diretto dalla moglie Simona, che in meno di tre anni di attività ha già raccolto più di 7000 articoli su alimentazione, salute, ambiente, ricerca esistenziale, includendo filosofia, psicologia, meditazione... e con il LifeGate Magazine, bimestrale distribuito gratuitamente agli associati e nei negozi di prodotti naturali.

L'obiettivo dei tre media è quello di diffondere consapevolezza e di creare un punto di riferimento comune per tutte le realtà operanti nel settore dell'alimentazione biologica, della salute olistica, della salvaguardia ambientale, della ricerca interiore. Aggregare le persone che hanno già allineato la loro vita ai valori ed agli ideali, promuovendoli come nuovi opinion leader e modelli di riferimento.

LifeGate si diffonde rapidamente e dà vita inoltre ad attività in cui la teoria si fa anche pratica: LifeGate Café, la Clinica Olistica, il marchio "Impatto Zero", progetto con il quale LifeGate dà la possibilità alle aziende, persone ed eventi di compensare le proprie emissioni di anidride carbonica nell'atmosfera con la conservazione e la tutela di foreste in crescita.

L'intera iniziativa non è che agli inizi, coerentemente con la sua filosofia di base, LifeGate produrrà profitto senza tradire lo spirito di compatibilità ambientale, divenendo anch'essa modello di riferimento per una nuova economia a 3P: people, planet e profit.

Per divulgare ulteriormente il suo messaggio, Marco Roveda, nel **2004**, scrive un libro, Perché ce la faremo (Ponte alle Grazie), in cui, a partire da un'analisi della realtà in cui viviamo e da una profonda riflessione sui reali bisogni dell'individuo, indica... la via per la felicità: il cambiamento dalla civiltà dei consumi alla civiltà dei valori.