

**FOCUS SULLA GOAL ZERO AREA**

**La Goal Zero Area**

**quando impresa e conoscenza si alleano per un modello di sviluppo più sostenibile**

**Otto storie imprenditoriali, otto aziende che operano concretamente nel campo della sostenibilità. All’interno della nuova Galleria della Sostenibilità, una speciale area denominata Goal Zero riporta alcune esperienze virtuose di sostenibilità e produzione che percorrono nuovi modelli di business.**

Un’esposizione dovericerca e sviluppo, esperienze produttive e imprenditoriali raccontano come anche il settore privato si stia muovendo verso modelli di economia alternativi e più sostenibili in ambito ambientale, sociale ed economico. All’interno del nuovo Piano per la Sostenibilità del MUSE, la **Goal Zero Area** è lo spazio che apre al dialogo tra pubblico e privato, tra realtà sociale e spunto imprenditoriale, valorizzando gli esempi del circolo virtuoso che dall’idea confluisce nella progettazione e realizzazione del **prodotto concreto e più sostenibile**.

Goal Zero Area racconta **otto storie imprenditoriali** ed è l’inizio di un percorso che ha come obiettivo amplificare e diffondere capillarmente conoscenze e prassi verso gli obiettivi dell’**Agenda 2030**.

Ma cos’è il Goal zero? Ideato nel 2017 dal Gruppo Lavazza, è l’obiettivo primo da raggiungere che prepara e spiana la strada a tutti gli altri dell’Agenda 2030, ossia la diffusione della cultura della sostenibilità.

Lo spazio al MUSE - e prima ancora questo concetto – vogliono fungere da megafono che utilizza la forza comunicativa per diffondere i **messaggi delle Nazioni Unite** coinvolgendo tutti nell’impegno condiviso per un futuro sostenibile, plasmando un forte senso di responsabilità e contribuendo a innescare il motore del cambiamento.

**La Nuova Galleria della Sostenibilità è realizzata in collaborazione con**ASviS - Alleanza Italiana per lo Sviluppo Sostenibile, il Salone della CSR e dell'innovazione sociale e il Gruppo Lavazza, Title Sponsor della Galleria.

**Le aziende che hanno affiancato il MUSE nell'ideazione della Goal Zero Area sono:**

Main Sponsor - Brembo, Esselunga, ITAS Mutua, Levico Acque

Special Sponsor - Fastweb, Terna, Zordan

Si ringraziano - Italscania, Hörmann Italia, Birra Forst

Media Partner – IGPDecaux

**GLI ALLESTIMENTI**

**TITLE SPONSOR**

Gruppo Lavazza

Creare valore condiviso generando sulle comunità un impatto positivo a livello sociale, economico e ambientale: questi i pilastri del Gruppo Lavazza e della Fondazione Giuseppe e Pericle Lavazza ONLUS, che nascono dai valori più profondi dell’Azienda e arrivano all’impegno attuale, con l’adesione all’Agenda 2030.

Quale ideatore del concetto di Goal Zero e Title Sponsor della Galleria, il Gruppo Lavazza propone per la Goal Zero Area una installazione anamorfica del collettivo artistico dei Truly Design**: ZERO. Anamorphic Artwork by Truly Design**.

Le mani stilizzate di **Blend for Better**, la piattaforma che definisce l’approccio del Gruppo Lavazza nell’ambito della sostenibilità, **e la circolarità del Goal Zero** si fondono nell’ellisse di un pianeta da salvaguardare: tutto si moltiplica e si unisce in un’originale installazione, ideata appositamente per la nuova galleria del MUSE.

È uno spazio immersivo e interconnesso site-specific che, partendo dall'esperienza del progetto di street art "TOward2030. What are you doing?" e dalle iniziative di cura della comunità già intraprese o future, parla di interattività, educazione, cultura e condivisione declinati in azioni e storie, come il progetto di formazione dei giovani "A Cup of Learning" e il Bilancio di sostenibilità del Gruppo Lavazza, attraverso i nuovi linguaggi creativi.

Un invito per tutti noi a fare della conoscenza della sostenibilità la nostra bussola, condividendo l’impegno di “risvegliare ogni mattina un mondo migliore”, come indica il purpose del Gruppo Lavazza "Awakening a better world every morning".

**MAIN SPONSOR**

Brembo

**La circolarità della produzione**. Per contrastare il cambiamento climatico, il comparto industriale deve fare la sua parte e sviluppare processi con un minor uso di materie prime e ideare prodotti più duraturi e a ridotto impatto.

**Brembo** è un’azienda italiana, leader globale nello sviluppo e nella produzione di sistemi frenanti per veicoli ad alte prestazioni. Grazie alla propria attività di ricerca e sviluppo, nel 2020 ha presentato il disco freno Greentive®, nome nato dalla fusione di “green” e “distinctive”, una soluzione tecnologica volta a ridurre le emissioni.

Per la produzione dei propri dischi freno, Brembo utilizza anche materiali ferrosi di recupero, come pile scariche, barattoli di conserve, parti di lamiere di automobili, pezzi di rotaie ormai in disuso.

Nell’exhibit allestito presso la Galleria della Sostenibilità, è possibile scoprire i diversi passaggi del ciclo di produzione di un disco freno Brembo, frutto di soluzioni di grande innovazione e di attenzione alla sostenibilità.

Levico Acque

**Catturare le emissioni grazie alle foreste**. Esse hanno un ruolo fondamentale nel regolare il clima sulla terra per la loro capacità di fissare l’anidride carbonica atmosferica. Per questo motivo sono state inserite in specifici programmi di compensazione, in cui le emissioni di gas serra provenienti dalle attività produttive vengono bilanciate dalla piantumazione di nuovi alberi e dalla protezione di quelli esistenti.

L’exhibit di **Levico Acque** consiste in un’installazione costituita da un bosco di vetro con un diametro di 0,5 m che rappresenta i boschi tramite i quali l’azienda va a compensare la CO2 che produce.

Nel resto del piano sono illustrate altre “attenzioni” che l’azienda ha nei confronti dell’ambiente, ad esempio il calcolo del ciclo di vita della produzione che poi va a compensare le emissioni non evitabili tramite la piantumazione e cura di foreste certificate FSC.

Infine, vengono presentate le due etichette “manifesto”, dedicate alla perdita di biodiversità e al cambiamento climatico che vestiranno 500.000 bottiglie in vetro di Acqua Levico per la ristorazione. Sviluppate da Levico in collaborazione con MUSE, rappresentano l’impegno comune verso i temi della sostenibilità, e allo stesso tempo diventano un efficace ed innovativo mezzo di comunicazione per amplificare il messaggio della responsabilità ambientale e diffonderlo ulteriormente.

Esselunga

**Cibo per tutti.** Un modello di agricoltura e allevamento sostenibili basato sul rispetto degli organismi e degli ecosistemi, un’ottimale gestione delle risorse e delle emissioni e una riduzione degli sprechi.

**Esselunga** contribuisce, come Food Company e come attore della grande distribuzione organizzata, dimostrando particolare attenzione al ciclo di produzione alimentare nel suo complesso. L’exhibit al MUSE porta 4 esempi di azioni attuate dall’Azienda: l’esposizione di prodotti biologici e di filiera corta, l’arte del pane, le donazioni al Banco alimentare (attive da oltre 15 anni permettono di raccogliere e donare oltre 1.500 tonnellate di cibo, di cui circa 150 di pane, per un valore equivalente a oltre 3 milioni di pasti). Inoltre, le eccedenze alimentari che non possono essere devolute a enti benefici vengono destinati all’alimentazione zootecnica e gli scarti non commestibili vengono avviate alla produzione di concimi, oli e biocarburanti.

ITAS Mutua

**L’intima relazione tra società e ambiente**. Benessere, fiducia, coesione, associazione e senso civico sono gli ingredienti fondamentali del capitale sociale di un paese. Nei territori con capitale sociale elevato c’è maggior impegno a preservare gli ecosistemi. La qualità della vita umana è intimamente connessa con lo stato di salute dell’ambiente.

**ITAS Mutua** è una compagnia assicuratrice fondata nel 1821 e nel suo exhibit porta 5 parole chiave su cui fonda i propri principi, rappresentati da un elemento distintivo di ITAS: la parola “Etica” testimoniata dall’l’estratto dei Principi per l’Investimento Responsabile dell’ONU che ITAS ha sottoscritto.

Il “Bene comune” si rivela in un frammento di legno proveniente dagli schianti della tempesta VAIA che rappresenta l’aiuto che ha fornito ITAS al territorio trentino piantumando oltre 2.000 alberi.

Le altre tre parole come la “Trasparenza” vengono rappresentate con una copia del Bilancio di Sostenibilità 2020, l’”Imprenditorialità” con la foto del Rescritto imperiale del 5 settembre 1821 firmato da Francesco I d’Austria che sancisce la nascita dell'Istituto di assicurazione contro gli incendi per Tirolo e Vorarlberg e infine, le “Persone” con la Lettera della famiglia Malench che riporta la testimonianza della fedeltà all’Istituto fin dalla sua fondazione.

**SPECIAL SPONSOR**

Terna

**La tutela della biodiversità nella transizione energetica**. La “Strategia Europea sulla biodiversità per il 2030” prevede una crescente attenzione verso la tutela di flora e fauna. Nello stesso tempo, il Green Deal Europeo promuove la transizione energetica per favorire l’utilizzo di energie alternative a quelle da fonti fossili.

**Terna**, gestore della rete italiana di trasmissione in alta tensione dell’energia elettrica porta una sezione originale di cavo sottomarino che utilizza per le proprie opere di posa tra le coste Italiane e le isole del Mediterraneo. Nella sezione sono indicati i diversi componenti di cui è costituito.

Nell’exhibit sono rappresentate le opere in esercizio e in via di realizzazione presenti nel mar Mediterraneo che rappresentano i collegamenti elettrici tra diverse zone. È inoltre presente un video che porta alcuni esempi di tutela della biodiversità, quale quello del progetto SA.PE.I, nel quale sono state messe in opera azioni di tutela per le piante marine (la *Posidonia oceanica e* *Cymodocea nodosa)* e la salvaguardia dell’area protetta Santuario dei Cetacei.

Fastweb

**Un futuro digitale nel rispetto dell’ambiente**. Nel 2050 le città ospiteranno il 68% della popolazione e quindi dovranno diventare sempre più “intelligenti” e fornire servizi sempre più efficienti a favore del benessere delle persone e dell’ambiente.

**Fastweb**, operatore di telecomunicazioni specializzato nella banda ultraveloce, propone un plastico in legno con la rappresentazione di una smart city del futuro.  Con tecnologie digitali innovative e connesse alla rete, come per esempio i semafori intelligenti, i sensori di inquinamento, la raccolta ottimizzata dei rifiuti, si contribuisce a ridurre l’impatto ambientale e a un miglioramento della qualità di vita delle persone.

Zordan

**Verso un'economia a basse emissioni.** Per raggiungere la neutralità climatica entro il 2050, è necessario trovare soluzioni che favoriscano rapidamente la transizione verso un‘economia a basse emissioni di CO2.

I tavoli aggiunti nella nuova area sono stati realizzati dall’azienda Zordan e grazie alla certificazione Carbon Footprint sono stati calcolati e compensati, per ciascun tavolo, 232 kg di CO2e per la produzione.

**Zordan,** tra le prime B Corp in Italia, e prima nel suo settore, ha creato un sistema che calcola la Carbon Footprint di Prodotto degli arredi, in un’ottica di riduzione delle emissioni di CO2 lungo tutta la filiera.

L’exhibit consiste in una ricostruzione del ciclo di vita del prodotto – Life cycle Assessment e in una narrazione delle attenzioni che l’azienda ha nel ridurre il proprio impatto sui processi di trasformazione, trasporto, utilizzo e fine vita dei prodotti. Al centro del tavolo troviamo esposto un plastico con indicata la quantità in kg di CO2 emessa per la produzione e il trasporto di ciascun materiale utilizzato nei processi di Zordan, un dato essenziale per orientare le scelte di progettazione e approvvigionamento e guidare così i processi produttivi verso la realizzazione di un prodotto a basso impatto.