

Dagli orti urbani ai parchi-evento

Sorpresa: le città «green» sono un grande affare

ANDREA EMMANUELE CAPPELLI

Il futuro ha un solo colore: verde. Di questo sono convinte le organizzazioni che fan parte del coordinamento Agrinsieme (Cia, Confagricoltura, Copagri e Alleanza delle cooperative agroalimentari), che han lanciato una «sfida ecologista» a tutto il pianeta, durante il convegno (tenutosi ieri al Padiglione Italia di Expo) dal titolo «Tutte le sfumature del verde». L'obiettivo è costruire modelli ecocompatibili per progettare città e spazi urbani «come natura comanda», per produrre nuovo valore economico preservando salute e ambiente. «Per correggere il danno ecologico causato dalla odierna "città grigia" dobbiamo cambiare le nostre percezioni», afferma Francesco Ferrini, professore dell'Università di Firenze, che prosegue: «Dobbiamo imparare a pensare ecologicamente, progettando le città come dei sistemi viventi che consumano, si trasformano e rilasciano materiali ed energia. Si creano così anche nuove opportuni-

tà di lavoro, potenziando il mercato per le nuove tecnologie e l'architettura del paesaggio. Una città è, quindi, un ecosistema umano nel paesaggio». Questo ripensamento dello spazio urbano all'insegna di uno «sviluppo green» costituirebbe un'opportunità di sviluppo per le aziende del florivivaismo, coinvolgendo svariati settori: dalla bioedilizia agli orti urbani, dai giardini verticali fino alle energie rinnovabili. In tutto il mondo, difatti, lo sviluppo urbano green sta generando molti esempi di economia virtuosa. Come a Stoccolma, dove gli spazi verdi sono visitati dal 90% degli abitanti almeno una volta all'anno, o a New York, dove la High Line (parco lineare realizzato su una stazione in disuso della ferrovia sopraelevata West Side Line, costato 152 milioni di dollari) ha generato 12mila posti di lavoro e 2 miliardi di dollari di sviluppo privato, diventando il terzo sito più visitato della Grande Mela. È questa la sfida che dovranno raccogliere le istituzioni: valorizzare il paesaggio, per fare dell'Italia la nazione che tutti vogliono visitare.



La High Line a New York è costata 152 milioni di dollari

