

**CONSUMO  
RESPONSABILE**

*memo*

**NaturaSi, a Brescia nuovo reparto per eco-vestiti**



Convinta delle potenzialità di mercato del settore abbigliamento ecologico, NaturaSi, la principale catena italiana di supermercati biologici, ha ampliato il punto vendita di Brescia (via Foro Boario 46), inaugurando lo scorso 8 marzo un nuovo reparto (nell'immagine) interamente dedicato agli ecovestiti. Quello di Brescia diventa il più grande reparto di vestiti ecologici mai realizzato all'interno di un supermercato natura. Dopo la ristrutturazione il negozio passa da una superficie di vendita di 450 a quasi 600 metri quadrati, di cui 60 saranno dedicati proprio all'abbigliamento. Capi in tessuti naturali quali canapa, lino, bamboo, cotone biologico, lana cotta, seta e alpaca saranno proposti con l'assistenza di un professionista del settore. Si tratta prevalentemente di articoli made in Italy, tutti realizzati con tessuti di prima qualità nel rispetto dell'ambiente e della persona. Il lino ecologico ad esempio non subisce nessun trattamento chimico durante le diverse fasi di lavorazione; la canapa, essendo una pianta molto forte non necessita di nessun pesticida durante la coltivazione. Per le stesse tinture non si utilizzano sostanze chimiche come i metalli pesanti e le acque del

processo industriale vengono depurate e riutilizzate per un nuovo ciclo. Le cerniere in metallo e i bottoni automatici non contengono nickel, un elemento spesso causa di allergie, mentre i bottoni sono in cocco o prodotti con cotone rigenerato.

**Da Edizioni Ambiente il Manuale della certificazione energetica edifici con istruzioni per l'uso**

Scritto da Giuliano Dall'ò con Mario Gamberale e Gianni Silvestrini è uscito il 'Manuale della certificazione energetica degli edifici. Norme, procedure e strategie d'intervento', pubblicato da Edizioni Ambiente. Il volume si propone come strumento essenziale per affrontare uno dei temi più 'caldi' del momento. L'adozione della direttiva europea 2002/91/Ce ha portato in primo piano il tema dell'efficienza energetica degli edifici, mettendo in luce il pesante ritardo del nostro Paese nell'adeguare la qualità dell'edilizia esistente e di nuova costruzione a parametri altrove già operanti. Nello stesso tempo si sono evidenziate anche le enormi opportunità connesse alla sfida della più grande trasformazione che il nostro settore edilizio abbia mai affrontato. Il manuale è strutturato in sezioni che affrontano i vari aspetti della certificazione energetica - tecnici e applicativi - che non possono prescindere da un percorso di qualità che vede nel certificatore un soggetto non passivo ma attivo e indipendente. Lo scopo del libro è chiarire che il certificatore non ha solo un ruolo tecnico, ma deve contribuire ad accelerare il processo di rinnovamento

del settore edilizio, rimasto per troppo tempo insensibile alle esigenze di maggiore efficienza energetica. Non a caso, una parte importante del volume fornisce 'istruzioni per l'uso' su cosa si può fare per migliorare l'efficienza energetica degli edifici, ma anche degli impianti, in una logica integrale e senza trascurare gli aspetti economici e le opportunità offerte dagli interventi pubblici.

**Fairtrade Italia, nel 2007 + 35% per le vendite a volume dei prodotti certificati**

Nel 2007, le vendite a volume di prodotti certificati hanno registrato un aumento del 35%. Secondo i dati raccolti da Fairtrade Italia, i prodotti composti (biscotti e snacks) sono più che triplicati, grazie anche all'inserimento delle referenze equosolidali nelle mense pubbliche e nei servizi di ristorazione. Trend contenuto per i prodotti classici di commercio equo: tra il 2006 e il 2007, il caffè cresce del 23%, il tè del 36%, il cacao del 23% e il cioccolato del 9%. E' crisi invece per il miele che tra il 2006 e il 2007 ha perso il 18%. La parte del leone la fanno, come sempre, la frutta fresca, noci e frutta secca che hanno incontrato i gusti dei consumatori nel corso di tutto l'anno. A regime nel 2007 le vendite dei fiori, iniziata nell'ultima parte dell'anno 2006, e quella del cotone che, con i jeans proposti dalla Gdo e dalle Botteghe del Mondo, ma anche con le nuove linee uomo e donna che stanno differenziando l'offerta. Una spinta importante si deve agli inserimenti

**MEMO**