

La sfida globale dei cambiamenti climatici

ANDREA DI TURI

I cambiamenti climatici sono una sfida impossibile da vincere? Se n'è discusso ieri a Milano in occasione del lancio di Changes, il nuovo magazine semestrale monografico del Gruppo Unipol, che ha dedicato appunto il suo primo numero al climate change. Con le firme fra gli altri di monsignor Rino Fisichella, presidente del Pontificio consiglio per la promozione della Nuova evangelizzazione («Laudato si' è un'assunzione di responsabilità» il titolo del suo contributo), di Federico Testa, presidente Enea, dell'economista e filosofo francese Serge Latouche e di Grammenos Mastrojeni, diplomatico italiano e coordinatore per l'**Ambiente** della Cooperazione allo Sviluppo. Proprio Mastrojeni, intervenendo ieri, ha chiarito come si dovrebbe organizzare un approccio efficace al climate change: «In genere - ha detto - di fronte a questo problema si avverte un senso di ineluttabilità e impotenza. E si crede che affrontarlo comporti soprattutto costi e sforzi. Occorre invece un'altra narrazione, perché in realtà affrontare il climate change e in generale prenderci cura dell'**ambiente** migliora la qualità della vita, è motore di sviluppo economico, non comporta la rinuncia a dei diritti». Mastrojeni ha invitato a pensare in modo olistico ad **ambiente**, diritti, pace e sviluppo, perché profondamente interrelati: gran parte degli attuali conflitti nel mondo, ad esempio, come la guerra in Siria o i focolai nel Sahel africano, sono direttamente collegati a situazioni di degrado ambientale. Che diventa sociale, economico, causa di migrazioni (ci sono circa 250 milioni di persone 'in movimento' per cause ambientali) e di instabilità a tutti i livelli. Il lago Ciad, nel Sahel, in cinquant'anni si è ristretto di 18 volte: «Cosa succederebbe in Italia - ha domandato Mastrojeni - se accadesse lo stesso al Mediterraneo?». Un altro punto fondamentale è che il climate change dev'essere affrontato insieme, cioè coordinando l'azione di governi e istituzioni, cittadini e società civile, imprese. «Una logica di partnership è l'unica efficace nella sostenibilità», ha detto Marisa Parmigiani, responsabile sostenibilità in Gruppo Unipol, sottolineando come proprio la promozione di partenariati (globali, multilaterali, fra soggetti pubblici, pubblicoprivati e nella



società civile) rientri espressamente fra gli Obiettivi di Sviluppo sostenibile dell' Onu. Il messaggio che il climate change non si possa più considerare solo una questione ambientale sembra comunque essere passato. L' Ad di Gruppo Unipol, Carlo Cimbri, lo dice chiaramente nell' introduzione al primo numero di Changes: «Nel corso dell' ultimo World Economic Forum - scrive - è emerso con forza il tema del climate change come primo punto all' ordine del giorno per paesi, istituzioni e imprese». RIPRODUZIONE RISERVATA Presentato a Milano «Changes», il nuovo magazine semestrale del Gruppo Unipol, che ha dedicato il suo primo numero al climate change.