



ORTI URBANI

WWF: “COLTIVIAMO LA NATURA IN CITTÀ”

WWF e Grow the Planet scendono ‘in campo’ per coltivare cibo sano, stili di vita sostenibili e una biodiversità urbana che fa bene all’ambiente e alle città

Su www.oneplanetfood.info gli orti in casa, a scuola e in azienda, insieme a tecniche, ricette e segreti 4 stagioni
SPECIALE ORTI D’AUTORE: I CONSIGLI DI FULCO PRATESI

LA SURVEY IN RETE: su 174.526 conversazioni online, l’alimentazione sostenibile tra i temi più discussi
Nel mondo il 15-20% del cibo prodotto in città da 800 milioni di persone.



Nella giungla di cemento e asfalto di città sempre più grandi e inospitali, nasce una nuova squadra di paladini dell’ambiente che non solo protegge la natura, ma la coltiva! Prende avvio da giardini, terrazzi e davanzali di tutta Italia, la nuova **partnership sugli orti urbani di WWF e Grow the Planet** (community virtuale che ha reso “social” l’antica arte del coltivare la terra), sotto lo slogan **“Coltiviamo la Natura in città”**. Perché, per il WWF, gli orti urbani non solo garantiscono cibo sano a chilometri zero, diffondendo stili di vita più sani e sostenibili (ottimi anche in tempi di crisi), ma soprattutto possono diventare una **rete viva di aree verdi in grado di aumentare la biodiversità nelle nostre città**, migliorandone la qualità ambientale e favorendo una ricchezza di natura e bellezza fatta di farfalle, cardellini, pettirossi, impollinatori preziosi come api e calabroni che vanno scomparendo, oltre a fiori, frutti e piante di ogni tipo. Uno strumento tanto più importante, se si considera che le **città occupano il 2% delle terre emerse ma consumano il 75% di tutte le risorse**, che entro il 2025 ospiteranno il 65% della popolazione mondiale e che nei prossimi 40 anni copriranno una superficie pari a tutta l’Europa occidentale, ovviamente a discapito di aree naturali e terreni agricoli.

Da oggi sulla **piattaforma WWF One Planet Food** dedicata all’alimentazione sostenibile, nasce la sezione speciale “Coltiviamo la Natura in città”, un percorso a tappe realizzato insieme a **Grow the Planet** che per i mesi a venire offrirà indicazioni sempre nuove per avviare l’orto in tutte le stagioni e nonostante i limiti di spazio, i segreti per coltivare bio e sostenibile, spunti creativi per fare l’orto pensando all’ambiente utilizzando ad esempio materiali riciclati come lattine, pneumatici o sacchetti, consigli “d’autore” inaugurati oggi **dal racconto e dagli acquerelli del fondatore del WWF Fulco Pratesi**, e presto la nuova app per riconoscere, taggare e condividere la biodiversità del proprio orto. Insomma, tutto quello che serve a una community di coltivatori di natura, esperti o ‘in erba’, che sta crescendo nelle case, nelle comunità, nelle scuole e perfino nelle aziende, e che promette di essere sempre più “nutrita”.

Come dimostra l’indagine **“Termometro della sostenibilità”** condotta da WWF e Grow the Planet a partire da 174.526 discussioni spontanee su stili di vita sostenibili individuate attraverso blog e social network nell’ultimo anno e completate da un sondaggio su facebook, l’alimentazione è infatti uno degli ambiti in cui la tematica ambientale incide di più nelle vite quotidiane degli italiani tra 18 e 45 anni ([guarda l’infografica con i dati dettagliati](#)). **Il 32,3% delle conversazioni registrate è legato al tema dell’alimentazione**, a cui va aggiunto l’8,9% di conversazioni espressamente dedicate agli orti urbani (il 41% delle conversazioni riguarda i temi dell’abitare, includendo sia risparmio energetico che gestione dei rifiuti, il 16,9% la mobilità sostenibile come l’uso di bici e mezzi pubblici, mentre turismo e abbigliamento sostenibili interessano solo lo 0,3% delle conversazioni). In particolare, **il 45,5% degli utenti che parlano di cibo afferma di comprare solo ortaggi e frutta di stagione prodotta localmente** (solo il 4,3% non tiene in conto questi fattori), il 35,7% preferisce il mercato al supermercato accanto a un 29,6% che frequenta direttamente farmer’s market o produttori (il 34,7% non si stacca dal supermercato di fiducia), **il 33,1% sceglie sempre prodotti biologici** (il 52,3% bilancia per motivi di prezzo, mentre il 14,6% non crede al bio) e **per il 61,7% a guidare la spesa sono l’origine garantita e la sicurezza dei prodotti**, ancora più che gusto e sapore che interessa solo il 6,9%. Non è un caso dunque che il tema degli orti urbani sia sempre più diffuso e sentito: **il 32% il campione ne ha già uno**, per motivi che vedono in testa una maggiore qualità e salubrità del cibo, poi il divertimento e il risparmio economico e in ultimo l’aumento della biodiversità. **Il 43% vorrebbe ma non ha spazio, il 15,3% non ha tempo, mentre solo il 3,4% non è interessato al tema**. E ben **il 79% del campione afferma di impegnarsi con gesti concreti per valorizzare la biodiversità anche in città**.

“Gli orti sono un modo sano per produrre il proprio cibo, una fonte di soddisfazione e benessere, ma anche un alleato fondamentale per aumentare la biodiversità urbana e migliorare la qualità della vita nelle nostre città, rafforzando l’azione

contro il consumo di suolo che sta divorando paesaggi e suoli fertili – ha detto **Fulco Pratesi, fondatore e presidente onorario del WWF Italia, che coltiva un orto sia in campagna che sul terrazzo della sua casa romana** – Come piccoli gioielli di natura incastonati nel traffico e nel cemento, gli orti ci aiutano a purificare l'aria, a regolare il clima delle città, ad attirare animali bellissimi e preziosi, recuperando un rapporto quotidiano con la terra che è anche un'occasione sociale per giovani, adulti, anziani a tutti i livelli della società. Bastano pochi metri quadri in balcone o un davanzale in posizione assoluta e l'orto è fatto!"

VERDE E VERDURE DI CITTA': ALCUNI NUMERI - Le città occupano solo il 2% delle terre emerse del mondo, ma consumano il 75% di tutte le risorse, molte più di quelle presenti all'interno dei propri confini. Nel 1950 solo il 29% delle persone viveva in città, dal 2008 vi risiede più del 50% della popolazione mondiale e nel 2025 potremmo arrivare al 65%. Nei prossimi 40 anni le città copriranno una superficie pari all'Europa occidentale mentre nei prossimi 90 anni nascerà ogni 10 giorni circa una città di 1 milione di persone. Un'espansione urbana che avverrà inevitabilmente a spese dei terreni agricoli e degli habitat naturali. **In questo scenario l'importanza di aumentare le aree verdi all'interno delle città è ancora più evidente.** Secondo il rapporto 2012 dell'ISPRA, **in più della metà delle città italiane la superficie di verde pubblico non arriva al 5% del territorio comunale**, con punte negative a Taranto meno dello 0,05%, Foggia 0,2%, Latina 0,5%, **mentre in 90 città la percentuale di verde è superiore al 20%** e in 6 di queste il verde urbano interessa più di un quarto della superficie comunale, Palermo, 32,1%, Ravenna 29,9%, Brescia 29,1%, Ancona 28,1%, Roma 27,5, Monza 25,0%). A livello globale l'autoproduzione di cibo è anche una risposta a una crescente perdita di suolo fertile e alla riduzione della povertà, e contribuisce allo sviluppo economico locale e all'inclusione sociale in particolare delle donne. **Nel mondo circa 800 milioni di persone si occupano di agricoltura urbana, producendo il 15-20% del cibo complessivo.** Gli orti urbani sono **70 milioni negli Stati Uniti, 18 milioni solo in Italia.**

FULCO PRATESI "BASTA UN TERRAZZO!" – L'ORTO IN CASA. A dare l'esempio, inaugurando la presenza WWF tra gli orti "d'autore" Grow the Planet, è proprio **Fulco Pratesi, fondatore e presidente onorario del WWF Italia**, che nell'orto di casa all'Oasi WWF di Pian Sant'Angelo, nel viterbese, coltiva filari lussureggianti di insalata e carote, cipolle, cavoli, zucchini, cetrioli, melanzane, peperoni e finocchi, dominati dalle incannucciate grvide di pomodori di tante varietà diverse, fagioli e piselli rampicanti, sedano, prezzemolo, cespugli di salvia e rosmarino, un melo cotogno e due olivi. Ma che non rinuncia all'orto nemmeno in città, e nei pochi metri quadri del suo terrazzo romano ha cresciuto pomodori, piante aromatiche come alloro, rosmarino e prezzemolo, un limone, un arancio amaro, un melo, un albicocco, due nespoli e un fico di cui contende i frutti con le cornacchie.

IL PANDA AGRICOLTORE – GLI ORTI WWF. Anche il WWF coltiva la natura, nelle città e nelle proprie Oasi in tutta Italia. Il **WWF Campania** coltiva pomodori e zucchine sul balcone della sede e insieme al circolo per la Decrescita Felice ha lanciato il corso pratico "L'orto in balcone" che ha già coinvolto decine di cittadini. Dal 2008 all'Oasi **Ripa Bianca di Jesi** "over 60" e ragazzi delle scuole si incontrano in campagna per l'iniziativa **"Il nonno coltiva: adotta un orto biologico"**. Nella **fattoria del Panda "La quercia della memoria"** a San Ginesio, nel parco dei Monti Sibillini, uno speciale progetto sull'ortoterapia ha creato un luogo sociale che stimola il movimento, manualità e capacità lavorative, e orti e frutteti didattici sono nati nell'Oasi umbra di Alviano, vicino Terni, nell'Oasi delle Cesine, a Lecce, e in molte altre aree dell'associazione che producono specie comuni o cultivar locali oggi dimenticati dalla grande produzione industriale.

ZAPPANDO S'IMPARA! - GLI ORTI A SCUOLA. Coltivare la terra e raccogliere i frutti a scuola può essere una fondamentale operazione culturale oltre che sociale. Una scuola "orticultrice" e giardiniera può aiutare a contrastare l'analfabetismo ecologico e il consumismo dilagante, diffondendo il valore della biodiversità in città e creando nuovi punti di incontro dove giovani e anziani lavorano insieme a beneficio della comunità. Molte scuole Panda Club che seguono i programmi di educazione ambientale del WWF, da qualche anno dedicati proprio all'alimentazione sostenibile, hanno creato propri orti scolastici, **trasformandosi da luoghi di cultura in luoghi di cultura!**

COLTIVARE, CHE IMPRESA! - GLI ORTI AZIENDALI E IL PROGETTO WWF "COLTIVIAMO LA NATURA IN AZIENDA"

Negli Stati Uniti, sull'esempio di Google e Yahoo, fare l'orto in azienda è diventata una moda, perché zappare la terra con colleghi e superiori favorisce il lavoro di squadra, combatte lo stress ed è un modo sano e divertente per riqualificare le aree urbane metropolitane. Quest'interesse si sta sviluppando anche in Italia, dove agli inizi del 2012 è nata **Orti d'Azienda** una Onlus che propone alle aziende orti condivisi per promuovere filiera corta e sviluppo sostenibile come l'OrtoVentura a Lambrate, 50mq di insalate, erbe aromatiche e fragole coltivate sui tetti dai lavoratori delle gallerie d'arte e degli studi di architettura della zona. E anche **H-Farm**, l'incubatore d'impresa di livello internazionale da cui è nata proprio la start-up Grow the Planet, quest'anno ha fatto l'H-orto, i cui prodotti vengono consumati in mensa, con la prospettiva di triplicarne la superficie entro un anno. Il WWF si augura che questo fenomeno continui a crescere e per questo ha avviato il progetto **"Coltiviamo la Natura in azienda"** per promuovere la creazione di orti aziendali a cui collegare programmi innovativi di sensibilizzazione ed attivazione dei dipendenti sulle tematiche ambientali. Partner tecnico del progetto WWF è la **Onlus Orti d'Azienda**.



Roma, 6 dicembre 2012

Ufficio stampa WWF Italia 06 84497213, 373, 349 0514472, 02 83133233, 329 8315718

GROW THE PLANET è un progetto nato in HFARM nell'estate del 2011, da un'idea di Gianni Gaggiani, fiorentino grande appassionato di piante e coltivazione, con il supporto dei co-founder Leonardo Piras e Simone Carusi. Grow The Planet ha come obiettivo quello di diventare uno strumento di riferimento per la coltivazione del proprio orto, dalla semina alla raccolta, dallo scambio al piatto, attraverso un'esperienza facile, divertente e social. Basta iscriversi alla community online, dove ogni appassionato potrà condividere idee, conoscenze e trovare consigli su come far crescere gli ortaggi nel giardino o semplicemente nel balcone di casa. E nella vita reale gli utenti possono incontrarsi e scambiarsi attrezzi e prodotti a km0 raccolti direttamente dal proprio orto. Un riscontro immediato e reale, che fa di quest'idea una buona pratica della coltivazione e dell'interazione fra appassionati. Grow the Planet rappresenta un nuovo canale per diffondere pratiche di sensibilizzazione verso comportamenti ecocompatibili e per stimolare gli utenti ad assumere stili di vita rispettosi dell'ambiente. www.growtheplanet.com

ORTID'AZIENDA Onlus è nata nel gennaio 2012 da un'idea di un gruppo di amici e colleghi di diverse età ed esperienze nel campo dell'ambiente, dell'informazione, del marketing e della comunicazione. Oltre a promuovere la cultura dell'orto presso realtà collettive, ORTID'AZIENDA vuole diffondere i principi sociali e ambientali della cultura della sostenibilità e della filiera corta per la produzione del cibo. ORTID'AZIENDA si rivolge a ogni genere di azienda, da quella manifatturiera e quella del terziario. In genere, a prescindere dalla dimensione si tratta di aziende che intendono perseguire una politica di responsabilità sociale o condividere spunti culturali vincenti. L'orto rappresenta infatti un luogo sociale dove il gruppo di ortisti progetta, discute, realizza e vede crescere in breve tempo il prodotto del proprio lavoro per poi consumarlo direttamente. Dove è già stato realizzato, grazie al lavoro costante di un gruppo di dipendenti, l'orto aziendale ha consolidato la fiducia nel successo del lavoro di gruppo con finalità condivise, rafforzando la coesione interna aziendale e costituendo un benefit duraturo per tutti. www.ortidazienda.org