

## **Uno dei più grandi centri commerciali d'Italia sceglie di promuovere i consumi sostenibili e l'educazione ambientale**

### **Il non-luogo fa... ecocentro**

Che i centri commerciali siano i figli della società dei consumi è cosa risaputa.

E così, anche che la società dei consumi sia pericolosa per il futuro della Terra.

Ma a volte è possibile trovare qualche compromesso.

È il caso di Oriocenter, imponente centro commerciale di 80.000 metri quadri a Orio (la nota base di voli low cost del bergamasco), che da qualche mese ha deciso di puntare sui temi della salvaguardia del Pianeta e dei consumi sostenibili educando e indirizzando i “consum-attori” nei loro acquisti sempre più “verdi”.

L'iniziativa è nata da una precisa scelta della proprietà del centro commerciale insieme alla Commerz Real Bank AG (il secondo istituto di credito della Germania), che ha incaricato la direzione e l'agenzia di marketing del Centro di organizzare un evento importante sul tema dei consumi sostenibili.

Gli spazi all'interno del centro commerciale, sono stati suddivisi secondo i quattro elementi naturali “Acqua, Terra, Aria, Fuoco”, grazie a scenografie particolarmente originali realizzate con elementi naturali e a basso impatto ambientale che permettono al consumatore di conoscere, attraverso le sezioni espositive, nuovi modi, tecnologie e più in generale “good practices”, per consumare in modo più consapevole.

Si spazia dagli alimentari al beauty, dall'arredo casa agli elettrodomestici, dall'automobile alla domotica, senza dimenticare le energie alternative o l'edilizia ecosostenibile. Diverse le aziende che hanno proposto i loro prodotti, dimostrando al consumatore che passeggia per il centro commerciale come non sia poi così difficile trasformare il proprio stile di vita.

Ma l'originalità del progetto non si esaurisce qui.

L'Ecocentro, oltre agli scopi comunicativi e informativi, si è dato uno scopo educativo. Con il supporto di Costa Edutainment per tutta l'estate si sono svolti una serie di giochi educativi per bambini e ragazzi. L'esperienza genovese, dunque, dell'Acquario e della Città dei bambini e dei ragazzi si trasferisce a Orio.

A settembre, poi, con la ripresa delle lezioni, Oriocenter si è trasformato in un vero e proprio laboratorio didattico, all'interno dei quali vengono spiegati ai bambini quali possano essere i piccoli gesti quotidiani per consumare meno e meglio.

Ma, in un periodo in cui si parla di orti urbani, valorizzazione di giardini in città e sui palazzi, magari anche sui tetti dei grattacieli, Oriocenter ha risposto intervenendo sull'intera facciata esterna, che sarà avvolta da piante evergreen trasformando il centro in un vero e proprio giardino verticale.

Come in tutti i processi di apprendimento che richiedono una profonda trasformazione culturale, è fondamentale che anche il consumatore giochi un ruolo decisivo e risponda, partecipando attivamente, agli stimoli che il centro ha voluto proporre per iniziare a immaginare un futuro diverso, più sostenibile, a partire, come diceva Augé, proprio da un non-luogo: questa volta però in grado di regalare a noi consumatori la possibilità di vivere un “green place”.

*Marcella Messina*