



Terra evacuata per fare spazio a piantagioni di olio di palma a Butaw, Contea di Sinoe, Liberia (2014). Anna Fawcus/Oxfam America

CAMBIARE CLIMA PER VINCERE LA FAME

Perché le Grandi Sorelle del Cibo devono fare di più per combattere i cambiamenti climatici

Per le aziende del settore alimentare i cambiamenti climatici sono una minaccia. Per milioni di persone, significano già oggi inondazioni, tempeste, alluvioni e siccità – e quindi, fame. Le Grandi Sorelle del Cibo – le dieci maggiori aziende al mondo del settore degli alimenti e delle bevande – giocano un ruolo significativo nel peggiorare la crisi climatica che sta vivendo il nostro pianeta, e non fanno abbastanza per affrontarla.

In questo rapporto, Oxfam chiede loro di affrontare i problemi derivanti dalle emissioni di gas serra prodotte nella loro filiera di approvvigionamento, e mettere fine ai paralleli fenomeni di deforestazione e di utilizzo insostenibile della terra. E' ora che le maggiori aziende alimentari del pianeta stabiliscano nuovi target di riduzione delle emissioni, e che entrino nel dibattito sul futuro del nostro pianeta chiedendo ad altre aziende e ai governi di agire per migliorare il clima a livello globale.

www.oxfamitalia.org/coltiva



Il ruolo del settore alimentare per contrastare la crisi climatica

I cambiamenti climatici minacciano l'industria alimentare e delle bevande come pochi altri settori dell'economia. Tali cambiamenti rappresentano un rischio importante per la salute delle filiere alimentari, per la domanda dei consumatori e, infine, per la futura redditività delle aziende. Le Dieci "Grandi Sorelle" del settore alimentare e delle bevande - Associated British Foods (ABF), Coca Cola, Danone, General Mills, Kellogg's, Mars, Mondelez, Nestlé, PepsiCo e Unilever - sono responsabili di significative emissioni di gas serra per le loro attività a livello globale. Se insieme costituissero un unico paese, queste dieci aziende sarebbero al venticinquesimo posto tra i paesi più inquinanti al mondo, rilasciando emissioni di gas serra superiori a quelle di alcuni tra i più importanti produttori di gas e petrolio al mondo, come gli Emirati Arabi Uniti e il Qatar (263,7 milioni di tonnellate all'anno)¹. Le Dieci Grandi Sorelle non stanno facendo abbastanza per ridurre la loro impronta di carbonio.

Come se non bastasse, queste aziende non stanno oggi utilizzando la propria esperienza, leadership e influenza per trasformare il loro modo di produrre cibo e mettere in pratica quelle misure necessarie per migliorare il clima a livello globale. Secondo la visione di Oxfam, oggi queste aziende, con poche eccezioni degne di nota, si comportano più come silenti complici che come oppositori di questa crisi climatica che non accenna a rallentare. Eppure queste aziende dovrebbero avere tutti i mezzi per valutare gli effetti che il cambiamento climatico sta avendo sul sistema alimentare globale. Due di esse in particolare - Kellogg e General Mills - sono chiaramente indietro rispetto alle altre Dieci Sorelle. Entrambe le compagnie sono oggi estremamente vulnerabili all'impatto del clima ma, allo stesso tempo, potenzialmente in grado di guidare tutto il settore alimentare verso migliori pratiche aziendali.

Il cambiamento climatico sta contribuendo al verificarsi di tempeste, inondazioni, siccità e cicli stagionali mutevoli. Questo causa perdite nei raccolti, picchi nell'aumento dei prezzi dei generi alimentari e interruzioni nell'approvvigionamento. Il risultato è e sarà, inevitabilmente, più povertà e più fame. Nel 2050 a causa del cambiamento climatico potrebbero esserci 25 milioni di bambini sotto i 5 anni malnutriti in più² e 50 milioni di affamati in più.³ Questo è l'impatto del cambiamento climatico sull'uomo: e sta già succedendo.

Le persone più vulnerabili saranno le prime ad essere colpite: tuttavia, tutti lo saremo. Oxfam calcola che, sul mercato USA e britannico, il cambiamento climatico porterà ad un aumento del

Le dieci maggiori aziende del settore alimentare non stanno facendo tutto ciò che è in loro potere per ridurre drasticamente le emissioni di gas serra provenienti dalla catena di approvvigionamento.

Oxfam stima che il cambiamento climatico porterà ad un aumento del 24% del prezzo al dettaglio di prodotti come i cereali Kix della General Mills e fino al 44% per i Corn Flakes della Kellogg's nei prossimi 15 anni.

24% del prezzo al dettaglio di prodotti come i cereali Kix della General Mills e fino al 44% per i Corn Flakes della Kellogg's nei prossimi 15 anni. Tali aumenti di prezzo sono la conseguenza dell'aumento dei prezzi di beni primari quali mais e riso, il cui prezzo secondo le stime raddoppierà da qui al 2030. La metà di questo incremento è dovuta al cambiamento climatico.⁴

Alcune di queste aziende sono già state colpite dagli effetti finanziari dei processi di cambiamento climatico. A marzo del 2014 l'amministratore delegato della General Mills, Ken Powell, ha affermato che nell'ultimo trimestre fiscale le condizioni meteorologiche estreme sono costate alla sua azienda 62 giorni di produzione, ovvero l'equivalente del 3-4% della produzione. "Qualcosa che non ci succedeva da moltissimo tempo, probabilmente decenni", ha affermato⁵. Questa contrazione ha ovviamente causato una diminuzione delle vendite. Unilever ha affermato che, ad oggi, l'azienda ha perso 300 milioni di euro all'anno (415 milioni di dollari) a causa di eventi meteorologici estremi, quali inondazioni e gelate⁶.

Se il settore dei combustibili fossili è senza dubbio il maggior "nemico del clima", quello agricolo costituisce un problema altrettanto considerevole. L'ultimo rapporto del Comitato Intergovernativo per i Cambiamenti Climatici (IPCC) mostra che l'agricoltura e la deforestazione (causata prevalentemente dall'espansione delle terre destinate all'agricoltura) sono responsabili di circa il 25% delle emissioni globali⁷. Dato ancora più significativo, quando gli esperti calcolano di quanto dovremmo tagliare le emissioni per stare sicuramente al di sotto di un aumento della temperatura globale di 2 gradi, ipotizzano che il totale delle emissioni provenienti dall'agricoltura e dalla deforestazione debba fermarsi entro il 2050. La loro supposizione è che queste pratiche contribuiscano ad assorbire il carbonio ed eliminare il diossido di carbonio dall'atmosfera⁸.

Tuttavia, tale ipotesi non è confortata dalle ultime previsioni. In base agli attuali trend, le emissioni causate dal settore agricolo potrebbero aumentare del 30% entro il 2050 in risposta all'aumento della domanda di generi alimentari⁹. Le ultime ricerche suggeriscono che il tasso di deforestazione è, anch'esso, in aumento¹⁰. Senza un serio impegno da parte di aziende e governi sarà impossibile trasformare l'agricoltura e la silvicoltura in un bacino di assorbimento di carbonio.

L'industria agricola deve quindi far fronte a una doppia responsabilità: fare la sua parte nel garantire "fame zero" a livello globale e intraprendere una rivoluzione fondamentale nei propri metodi di produzione. A fronte di tale impegno, non sembra che le Dieci Grandi Sorelle del Cibo abbiano fatto qualcosa. Insieme, queste producono un reddito complessivo di 1,1 miliardi di dollari al giorno, pari al PIL combinato dei

L'IPCC ha stimato che l'agricoltura e la deforestazione sono responsabili del 25% delle emissioni globali. Tuttavia, gli scenari relativi alle emissioni per mantenere il riscaldamento globale al di sotto dei 2°C ipotizzano che queste fonti diventeranno un bacino di assorbimento netto del carbonio in mezzo secolo, nonostante le tendenze che vedono un aumento delle emissioni.

paesi a più basso reddito del mondo¹¹, ed hanno quindi il potere economico per guidare le trasformazioni necessarie del sistema alimentare e influenzare la direzione dell'economia mondiale nel suo complesso. I loro legittimi interessi coincidono con il bisogno del mondo di un sistema alimentare mondiale più pulito ed equo, così come il bisogno di un sistema di energia rinnovabile. Tuttavia, nonostante queste ragioni ed opportunità, le dieci sorelle non stanno agendo idoneamente per raggiungere questi obiettivi.

L'impronta ambientale, questa sconosciuta

Le ricerche condotte da Oxfam sulle politiche delle Dieci Grandi Sorelle mostra che, quando si tratta di far ordine in casa propria, l'industria alimentare ha un comportamento che lascia a desiderare e che nel caso di alcune aziende, tende verso la completa negligenza. Kellogg e General Mills sono tra le aziende con le prestazioni peggiori in tal senso.

Tutte e dieci aziende hanno fissato degli obiettivi per ridurre le emissioni causate dalle loro attività: le cosiddette emissioni *Scope 1 e 2*, che equivalgono a 29,8 milioni di tonnellate¹². Tuttavia tali obiettivi non sono stati adottati su dati scientifici, sui reali bisogni e sulle necessità del pianeta, ma piuttosto su quello che le aziende ritengono sia fattibile. Cosa ancora più significativa, tali obiettivi non coprono le maggiori quote di emissioni di cui l'azienda è responsabile: ovvero le emissioni indirette che provengono dalle catene di approvvigionamento fino all'utilizzo finale dei prodotti. Si tratta delle cosiddette emissioni *Scope 3*, che ammontano a 233,9 milioni di tonnellate¹³.

La maggior parte di queste emissioni proviene dalla produzione di materie prime (approssimativamente 114.1 milioni di tonnellate)¹⁴. Tale ammontare comprende sia le emissioni dirette causate dalla produzione agricola - come il protossido di azoto rilasciato dall'utilizzo di fertilizzanti e il metano rilasciato dai capi di bestiame - sia le emissioni indirette di carbonio causate dall'estensione dei terreni agricoli nelle foreste. L'impatto di queste emissioni agricole, da solo, è pari alle emissioni di carbonio di circa 40 centrali elettriche alimentate a carbone all'anno¹⁵. Si tratta quindi di un fattore troppo importante per essere ignorato da una azienda che voglia essere veramente responsabile.

Tutte le dieci maggiori grandi aziende riconoscono di dover diminuire le proprie emissioni agricole, e sette tra queste misurano e pubblicano ogni anno le emissioni agricole *Scope 3* con lo strumento del *Carbon Disclosure Project*. Solo Kellogg, General Mills e Associate British Food non fanno neanche questo. Tuttavia la gran parte delle aziende non intende rivelare i propri fornitori di materie prime, ovvero dei

La fonte più importante delle emissioni prodotte dalle Dieci Grandi Sorelle è da imputarsi alla produzione agricola di materie prime. Le emissioni prodotte sono paragonabili alle emissioni annuali di 40 centrali elettriche alimentate a carbone. Eppure, le aziende non considerano queste emissioni quando contabilizzano i loro obiettivi di riduzione.

La maggioranza delle Dieci Sorelle del Cibo si è ora impegnata a raggiungere l'obiettivo di "zero deforestazione" all'interno delle proprie catene di approvvigionamento dell'olio di palma. Tuttavia, molte di queste aziende non hanno un piano di attuazione solido e trasparente, e solo poche aziende hanno esteso queste politiche ad altri beni chiave.

responsabili della maggior parte delle emissioni (Unilever, PepsiCo, Nestlè e Coca Cola costituiscono un'eccezione) e nessuna di loro si è impegnata a ridurre le proprie emissioni agricole o ha chiesto ai propri fornitori di farlo.

In sintesi tra i loro obiettivi di riduzione le Dieci Grandi Sorelle – e in particolare Kellogg e General Mills - non stanno prendendo in considerazione la maggior parte delle loro emissioni, ovvero quelle *Scope 3* associate alla produzione di materie prime agricole nella propria filiera di approvvigionamento. Oxfam stima che questo tipo di emissioni ammonti a circa il 50-60% delle emissioni globali delle dieci maggiori grandi aziende, e che l'80-90% di queste emissioni sia di responsabilità totale delle aziende¹⁶. Una “svista” che non è più possibile ammettere.

Anche grazie alle campagne portate avanti da ONG e movimenti negli ultimi anni, la maggior parte delle Dieci Sorelle si è impegnata a mettere fine alla deforestazione per l'approvvigionamento dell'olio di palma, una delle materie prime più associate a questo fenomeno. Si tratta di un impegno importante, dato che secondo i nostri studi General Mills, Kellogg e altre aziende sono le ultime beneficiarie di catene di approvvigionamento nelle quali la deforestazione massiccia e la svendita delle terre la fanno ancora da padrone. Si tratta di fenomeni che stanno causando l'aumento di emissioni di gas serra, oltre che gravi violazioni dei diritti umani e peggioramento di condizioni di povertà e fame nelle popolazioni locali.

Tuttavia soltanto pochissime tra queste aziende hanno stabilito dei piani concreti per attuare e monitorare l'adozione di queste politiche o estenderle ad altre materie prime la cui produzione sta causando la deforestazione: soia, zucchero di canna, mais. Senza piani concreti, gli impegni assunti, seppur incoraggianti, potrebbero rivelarsi niente più che rassicuranti parole e vane promesse, non monitorabili dalle comunità locali e dalla società civile. E dopo aver preso tali impegni relativamente all'olio di palma, queste aziende non hanno altre scuse per non replicare quanto deciso anche per altre materie prime alimentari che hanno un impatto sulle foreste e sulle persone che vivono dai frutti di queste foreste¹⁷.

Da silenti complici ad attori globali: le dieci Grandi Sorelle alla guida della lotta al cambiamento climatico

Le Dieci Grandi Sorelle sono, in gran parte, testimoni silenti all'interno del dibattito pubblico sull'azione per contrastare il

cambiamento climatico. Con alcune considerevoli eccezioni – Unilever, Nestlé e, in qualche misura, Coca-Cola e Mars - la maggior parte non chiede a governi e ad altre aziende di agire, nonostante un investimento di milioni di dollari all'anno nelle attività di lobby¹⁸. Queste aziende non chiedono nemmeno alle associazioni di settore che li rappresentano di modificare le loro posizioni contrarie: soltanto due di loro, ad esempio, hanno firmato il *Trillion Tonne Communique* (una presa di posizione della comunità imprenditoriale che riconosce i limiti dell'attuale budget di carbonio). Il silenzio di queste imprese lascia campo aperto alle industrie di combustibili fossili inquinanti, che dominano il dibattito con i policy-makers.

Le Grandi Sorelle sono perlopiù testimoni silenti nei dibattiti pubblici sulle misure per far fronte ai cambiamenti climatici, nonostante spendano ogni anno milioni di dollari nelle attività di lobby.

Nel 2009, durante l'intensa attività di lobby effettuata dalle multinazionali verso il Congresso USA sulla legge relativa al cambiamento climatico, le Dieci Grandi Sorelle sono state praticamente assenti all'interno del dibattito, dominato da figure provenienti dall'industria dell'energia e dei bio-combustibili. Tali aziende hanno presentato appena 19 reports contro più di 200 provenienti dalle dieci maggiori aziende del settore energetico e contro più di 100 rapporti presentati dalle aziende dei biocombustibili. Le Dieci Grandi Sorelle, insomma, sono timide e restie nell'utilizzare la loro influenza politica su questo tema. Eppure hanno già mostrato la loro influenza politica in passato, facendo pressioni sull'UE e altri decision-makers affinché migliorassero le politiche sui biocombustibili e su numerose altre questioni. E' tempo che queste aziende utilizzino la loro influenza a servizio della lotta al cambiamento climatico.

E' tempo di agire

L'industria alimentare ha un imperativo morale e, insieme la responsabilità aziendale di incrementare i propri sforzi per far fronte alla questione del cambiamento climatico. Le dieci maggiori aziende del settore sono in una posizione unica per rivelare ai propri investitori e al pubblico i rischi del cambiamento climatico. Kellogg e General Mills in particolar modo devono colmare il ritardo accumulato sulla questione ambientale.

Le aziende alimentari devono assicurare che le proprie catene di approvvigionamento siano capaci di produrre ingredienti in modi più equi e sostenibili, orientandosi verso una produzione e un utilizzo della terra che riduca le emissioni di gas serra e reintegri i bacini di assorbimento del carbonio.

Queste aziende devono stabilire dei nuovi obiettivi per ridurre drasticamente le emissioni di gas serra nella loro filiera e, laddove necessario, aiutare i fornitori a farlo. Le Dieci Grandi Sorelle del settore alimentare devono attuare le loro politiche in materia di deforestazione per l'olio di palma in modo

trasparente ed estenderle alla produzione di tutte le loro materie prime chiave. Infine, tali aziende devono abbandonare la loro posizione di silenti testimoni e chiedere alle altre industrie e ai leader globali di adottare politiche in campo alimentare ed energetico più progressiste, eque e pulite. Nel quadro degli sforzi rivolti a raggiungere l'obiettivo di "fame zero" a livello globale, le Dieci Sorelle del Cibo devono certamente fare di più.

-
- 1 Le risposte delle aziende al Carbon Disclosure Project 2013 <https://www.cdp.net/en-US/Results/Pages/responses.aspx> ; and WRI CAIT 2.0 <http://cait2.wri.org/wri>
 - 2 <http://www.ifpri.org/sites/default/files/publications/pr21.pdf> iii IPCC AR4 WGII (2007) Capitolo 5
 - 3 IPCC AR4 WGII (2007) Capitolo 5
 - 4 Gli aumenti stimati del prezzo sono stati generati traducendo l'impatto precedentemente calcolato del cambiamento climatico entro il 2030 sui prezzi di riso, mais e grano negli effetti sui prezzi di prodotti alimentari di consumo selezionati contenenti questi chicchi. Abbiamo utilizzato i prezzi storici dei chicchi e dei prodotti di consumo, le liste degli ingredienti dei prodotti, le tabelle nutrizionali ed esempi storici di come l'aumento dei prezzi delle merci influenzi i prezzi al dettaglio, per costruire un modello che stimi l'aumento potenziale di questi ultimi a causa del cambiamento climatico.
 - 5 http://www.bizjournals.com/twincities/morning_roundup/2014/03/general-mills-blames-winter-for-lower-sales.html?utm_source=feedburner&utm_medium=feed&utm_campaign=Feed%3A+bizj_twincities+%28Minneapolis+%2F+St.+Paul+Business+Journal%29
 - 6 <http://www.rtcc.org/2014/04/08/climate-action-is-only-way-to-grow-economy-unilever-ceo/>
 - 7 IPCC AR5 WGIII (2014) Figure SPM.2
 - 8 IPCC AR5 WGIII (2014) Figure SPM.7
 - 9 <http://www.fao.org/news/story/en/item/216137/icode/>
 - 10 Hansen e al. (2013) <http://www.sciencemag.org/content/342/6160/850>
 - 11 Oxfam (2013) 'Behind the Brands: Food justice and the 'Big 10' food and beverage companies', Oxford: Oxfam International, available at <http://www.oxfam.org/en/grow/policy/behind-brands>.
 - 12 Risposte delle compagnie al Carbon Disclosure Project 2013 <https://www.cdp.net/en-US/Results/Pages/responses.aspx>
 - 13 Risposte delle compagnie al Carbon Disclosure Project 2013 <https://www.cdp.net/en-US/Results/Pages/responses.aspx>
 - 14 Risposte delle compagnie al Carbon Disclosure Project 2013 <https://www.cdp.net/en-US/Results/Pages/responses.aspx> Emissions <https://www.cdp.net/en-US/Results/Pages/responses.aspx> Le emissioni derivanti dalla produzione agricola sono stimate sulla base della categoria di riferimento "Scope 3" - "Emissioni derivanti dai prodotti e servizi acquistati" - che nel caso delle aziende del settore alimentare e delle bevande sono soprattutto legate alla produzione di materie prime agricole.
 - 15 Calcolo stimato sulla emissioni medie di una centrale elettrica alimentata a carbone di 5 megawatt <http://www.greenpeace.org/international/en/campaigns/climate-change/coal/Coal-Power-Plants/>
 - 16 Risposte delle compagnie al Carbon Disclosure Project 2013 <https://www.cdp.net/en-US/Results/Pages/responses.aspx> Calcolo stimato sulla percentuale media delle emissioni di tipo "Scope 3" - "Prodotti e servizi acquistati" - come percentuale delle emissioni totali delle Big 10 per cui i dati sono disponibili.
 - 17 <http://www.triplepundit.com/2014/04/zero-deforestation/>
 - 18 Analisi dei dati dall' OpenSecrets.org, sito mantenuto dal Centre for Responsive Politics <http://www.opensecrets.org/industries/indus.php?ind=G2100>