

TANTE PAROLE E POCHI FATTI **La verità dietro le pubblicità dei combustibili fossili**



Ottobre 2021

Rapporto integrale consultabile [a questo link](#).

Ricerca condotta da DeSmog e pubblicata da Greenpeace Paesi Bassi.

INTRODUZIONE

L'ultimo rapporto dell'IPCC ha mostrato che solo un'azione decisiva e immediata è in grado di scongiurare gli scenari peggiori della crisi climatica che stiamo vivendo. Gli ultimi cinque anni, successivi all'Accordo di Parigi, sono stati i più caldi mai registrati, e mentre ci avviciniamo alla COP26 di Glasgow, si stima che siamo diretti verso un catastrofico aumento di 2,9 gradi centigradi della temperatura media globale¹.

Nel 2018 sempre l'IPCC ha mostrato che le emissioni dovute ai combustibili fossili (petrolio, gas e carbone) sono la causa principale del riscaldamento globale. Nel settore delle fonti fossili, alcune delle aziende europee sono tra le prime 20 società al mondo per emissioni², e dedicano gran parte delle loro comunicazione pubblica alla disinformazione sul clima per ostacolare gli interventi di cui abbiamo urgentemente bisogno. È difficile immaginare che i governi non lo sappiano.

Questa indagine, condotta dal gruppo di ricerca DeSmog, dimostra come in Europa le aziende dei combustibili fossili usino le loro pubblicità per ritardare, distrarre e deviare l'attenzione dai loro veri modelli di business. Le prove raccolte dimostrano che non possiamo fidarci di queste società, le cui pubblicità e sponsorizzazioni devono essere vietate, a favore di un'azione urgente per abbandonare i combustibili fossili. L'Unione Europea ha già introdotto una direttiva che vieta le pubblicità e le sponsorizzazioni del tabacco per tutelare la salute collettiva³. Ora è tempo di una legge simile contro le industrie dei combustibili fossili, per tutelare la nostra salute e quella del pianeta.

SINTESI

DeSmog ha condotto un'analisi di 3.034 annunci pubblicati su Twitter, Facebook, Instagram e Youtube da parte di sei società europee di combustibili fossili⁴. Queste aziende sono: Royal Dutch Shell, Total Energies, Eni, Preem, Repsol e Fortum. L'analisi mostra che tutte le aziende prese in considerazione stanno facendo "greenwashing": i loro annunci non riflettono accuratamente la realtà delle loro attività commerciali, sia attraverso un'enfasi eccessiva sulle attività "verdi", sia sminuendo le attività legate ai combustibili fossili⁵.

¹ Climate Action Tracker, "Addressing Global Warming", 1 luglio 2021 (<https://climateactiontracker.org/global/temperatures/>).

² The Guardian, "Revealed: the 20 firms behind a third of all carbon emissions", 9 ottobre 2019 (<https://www.theguardian.com/environment/2019/oct/09/revealed-20-firms-third-carbon-emissions>).

³ Commissione Europea, "Ban on cross-border tobacco advertising and sponsorship", 2021 ([https://ec.europa.eu/health/tobacco/advertising_en#:~:text=The%20Tobacco%20Advertising%20Directive%20\(2003,Games%20and%20Formula%20One%20races\)](https://ec.europa.eu/health/tobacco/advertising_en#:~:text=The%20Tobacco%20Advertising%20Directive%20(2003,Games%20and%20Formula%20One%20races))).

⁴ Gli annunci analizzati sono stati pubblicati tra dicembre 2019 - quando è stato annunciato il Green Deal europeo - e aprile 2021.

⁵ Si fa notare che dalle informazioni pubblicamente disponibili da parte delle aziende non è stato possibile ottenere informazioni dettagliate su ciò che gli investimenti "verdi" comportano nel dettaglio, e ciò che viene definito come "verde" sarà probabilmente diverso da azienda ad azienda.

Cosa significa greenwashing?

Secondo il Cambridge Dictionary, greenwashing significa "far credere alle persone che la tua azienda stia facendo di più per proteggere l'ambiente di quanto non faccia in realtà", o "cercare di far sembrare la tua azienda interessata a proteggere l'ambiente quando non lo è"⁶. Su questa base abbiamo considerato greenwashing sia gli annunci pubblicitari che promuovono iniziative realmente amiche del clima ma che si riferiscono ad attività marginali per le aziende, sia quelli che promuovono false soluzioni climatiche⁷. Tutte queste forme di pubblicità contribuiscono all'immagine "green" delle aziende, ma le false soluzioni che presentano sono dannose per il pianeta, mentre i modesti investimenti sulle fonti rinnovabili sono solo spiccioli rispetto a quanto continuano a investire nell'estrazione, distribuzione e raffinazione di combustibili fossili.

Per tutte e sei le aziende c'è una netta discrepanza tra il numero di annunci incentrati su attività "verdi" e la quota reale del loro portfolio dedicata alle tecnologie "verdi"⁸. C'è inoltre una grande discrepanza tra la quantità (scarsa) di annunci delle attività legate ai combustibili fossili rispetto alla reale portata di queste attività. Inoltre, le aziende tengono a presentarsi come attori socialmente progressisti, ma i loro annunci a carattere sociale spesso distraggono il pubblico dalle loro responsabilità nella crisi climatica e ambientale⁹.

RISULTATI PRINCIPALI

- In media, il 63 per cento degli annunci pubblicitari analizzati - quasi due terzi - rientra nella definizione di greenwashing adottata dallo studio.
- Per tutte le aziende esaminate, le pubblicità "verdi" sono in media il 50 per cento di tutti gli annunci, mentre in media solo il 18 per cento del loro portfolio è costituito da attività realmente rispettose del clima.
- La più grande disparità tra le pubblicità "verdi" e gli investimenti in combustibili fossili è stata riscontrata negli annunci di Shell, che per l'81 per cento sono definibili greenwashing, a fronte dell'80 per cento dei suoi investimenti dedicati a petrolio e gas.
- Solo l'8 per cento degli annunci di Eni promuove i combustibili fossili, anche se questi costituiscono in realtà circa l'80 per cento del suo portfolio.

⁶ Cambridge Dictionary, "Greenwash", 2021 (<https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/greenwash>).

⁷ Anche le iniziative realmente amiche del clima rientrano in questo studio nella categoria di greenwashing poiché vengono promosse da aziende con un modello di business pesantemente dipendente dai combustibili fossili, che attraverso gli annunci "verdi" provano a raccontare una situazione che non corrisponde alla realtà delle loro attività. Per l'elenco completo delle "false soluzioni" prese in considerazione, consultare il rapporto integrale.

⁸ Il portfolio di ogni azienda è stato stabilito a partire dalle risorse disponibili, come i rapporti annuali, i piani strategici e le analisi di terze parti. Per l'elenco completo delle fonti consultare il rapporto integrale.

⁹ L'azienda con la percentuale più alta di annunci "sociali" è Eni, con il 37% degli annunci analizzati.

- L'81 per cento degli annunci di Preem promuove tecnologie "verdi" o false soluzioni, rispetto a una stima dell'1 per cento del proprio portfolio dedicato a energie non fossili.
- L'azienda con il maggior numero di annunci dedicati ai combustibili fossili è Repsol (36 per cento delle pubblicità), mentre quella con il minor numero è Fortum (0%).
- La quantità stimata di attività legate ai combustibili fossili varia tra il 54 per cento (Fortum) e il 90 per cento (Total) del portfolio delle compagnie.

ENI

Background

Eni è la principale azienda italiana di combustibili fossili. Lo Stato possiede circa il 30 per cento delle azioni. La società ha recentemente presentato un piano di decarbonizzazione per diventare "carbon neutral" entro il 2050, ma il piano non sembra essere in linea con l'obiettivo di limitare l'aumento della temperatura media globale entro 1,5 gradi centigradi. Eni ha anche presentato un piano di investimenti per il periodo 2021-2024, in cui è evidente che l'azienda nei prossimi anni si concentrerà sul cercare e vendere ancora più petrolio e gas.

Esposizione fossile

- Secondo gli ultimi dati disponibili, nel 2018 Eni ha emesso 505 milioni di tonnellate di CO₂; nel 2019, 501 milioni di tonnellate di CO₂ e, nel 2020, 420 milioni di tonnellate di CO₂, ma quest'ultimo numero dipende ovviamente dall'effetto della pandemia di Covid-19¹⁰.
- Nel piano di decarbonizzazione al 2050¹¹, Eni include l'uso di sistemi di compensazione delle emissioni (progetti REDD+¹² per circa 40 milioni di tonnellate di CO₂ al 2050) e del CCS¹³ (50 milioni di tonnellate di CO₂ al 2050).
 - Per compensare 40 milioni di tonnellate di CO₂ all'anno, Eni avrebbe bisogno di più di 12,5 milioni di ettari di foreste, equivalenti a 17 milioni di campi da calcio¹⁴. Questi schemi di compensazione presentano anche altre criticità:
 - Eni non ha indicato dove sarà la terra in questione (con l'unica eccezione del "Luangwa Community Forests Project" in Zambia);

¹⁰ Eni, "Eni for 2020 - Neutralità carbonica 2050", 2020 (<https://www.eni.com/assets/documents/ita/sostenibilita/2020/Eni-for-2020-neutralita-carbonica-al-2050.pdf>).

¹¹ Eni, "Eni for 2020 - Neutralità carbonica 2050", 2020 (<https://www.eni.com/assets/documents/ita/sostenibilita/2020/Eni-for-2020-neutralita-carbonica-al-2050.pdf>).

¹² Acronimo inglese che sta per "Reducing Emissions from Deforestation and forest Degradation in developing countries" e indica uno schema per compensare le emissioni acquistando crediti di carbonio generati da progetti di conservazione delle foreste.

¹³ Acronimo inglese che sta per "Carbon Capture and Storage" e indica una tecnologia per la cattura e lo stoccaggio del carbonio.

¹⁴ Greenpeace Italia, "Eni: licenza di inquinare", 2021 (https://www.greenpeace.org/static/planet4-italy-stateless/2021/06/d5718f04-eni_licenza-di-inquinare_greenpeace.pdf, p. 15).

- Secondo quanto riferito da Eni, l'azienda riuscirebbe a raggiungere il suo obiettivo di compensazione usando lo 0,8 per cento dei suoi profitti lordi. Questa cifra è molto inferiore al costo ambientale e sociale delle emissioni, cioè al danno complessivo che le emissioni di carbonio causano al Pianeta e alla società¹⁵.
- Eni non è l'unica società che sta progettando di fare uso delle foreste per raggiungere i suoi impegni di emissioni nette zero¹⁶. Il rischio che questi schemi di compensazione siano una minaccia per i diritti alla terra delle popolazioni indigene e la sovranità e la sicurezza alimentare dei contadini nel Sud del mondo è enorme¹⁷. Eni nega questa affermazione.
 - Eni non ha assunto alcun impegno pubblico per far fronte ai danni alle foreste, o ad altri importanti depositi di carbonio, causati dalle sue attività (in corso o pianificate) di estrazione e lavorazione di petrolio e gas.
- Eni prevede di utilizzare il gas fossile anche dopo il 2050¹⁸.
- Nel piano di investimenti 2021-2024¹⁹, Eni prevede di spendere il 65 per cento del Capex (il capitale di investimento) in petrolio e gas, e di aumentare addirittura la produzione di idrocarburi nello stesso periodo.
- Nel piano di investimenti 2021-2024, Eni prevede di spendere il 20 per cento del Capex in attività "verdi", comprese false soluzioni come le bioraffinerie. Solo il 10 per cento circa del Capex sarà destinato alle rinnovabili²⁰.
- Nel gennaio 2020, Eni è stata condannata a pagare una multa di 5 milioni di euro per pubblicità ingannevole per i suoi annunci relativi al carburante "Eni Diesel+"²¹.
- Secondo il Climate Action 100+ Net Zero Company Benchmark, Eni non soddisfa i criteri per decarbonizzare il suo capitale di investimento futuro. L'azienda non si è esplicitamente impegnata ad allineare il suo capitale di investimento futuro agli obiettivi dichiarati: riduzione di emissione dei gas serra per conformarsi all'Accordo di Parigi. L'azienda non ha inoltre rivelato la sua metodologia per raggiungere gli obiettivi dell'Accordo²².

¹⁵ Greenpeace Italia, "The Luangwa Community Forests Project (LCFP) in Zambia", 2021 (https://www.greenpeace.org/static/planet4-italy-stateless/2021/06/719f406b-gp-lcfp_scientific-report_english-version-1.pdf, p. 18).

¹⁶ Corporate Accountability, "The Big Con", 2021 (https://www.corporateaccountability.org/wp-content/uploads/2021/06/The-Big-Con_EN.pdf).

¹⁷ Greenpeace Italia e ReCommon, "Cosa si nasconde dietro l'interesse di Eni per le foreste?", 2021 (<https://www.greenpeace.org/static/planet4-italy-stateless/2021/05/5b1bf55a-report-eni-redd.pdf>).

¹⁸ Eni, "Eni for 2020 - Neutralità carbonica 2050", 2020 (<https://www.eni.com/assets/documents/ita/sostenibilita/2020/Eni-for-2020-neutralita-carbonica-al-2050.pdf>, p. 20).

¹⁹ Eni, "Acceleriamo la trasformazione: Piano Strategico: 2021-2024", 2021 (<https://www.eni.com/it-IT/investitori/piano-strategico.html>).

²⁰ Eni, "Assemblea ordinaria di Eni SpA: 12 maggio 2021", 2021 (<https://www.eni.com/assets/documents/ita/governance/assemblea/2021/Domande-e-Risposte-prima-Assemblea-2021.pdf>, p. 65).

²¹ AGCM, "PS11400 - ICA: ENI fined 5 million euros for misleading advertising in its ENI diesel+ campaign", 15 gennaio 2020 (<https://en.agcm.it/en/media/press-releases/2020/1/PS11400>).

²² Climate Action 100+, "Company Assessment: Eni SpA", 2021 (<https://www.climateaction100.org/company/eni-spa/>).

Dati raccolti

Annunci greenwashing (“verdi” + false soluzioni)	Combustibili fossili in portfolio
55%	80%

Soli annunci “verdi”	Combustibili fossili in portfolio
38%	80%

Annunci di combustibili fossili	Combustibili fossili in portfolio
8%	80%

Dai dati qui sopra ne viene che circa il 16 per cento degli annunci analizzati di Eni promuove false soluzioni, tra cui soprattutto le bioenergie, ma anche il gas fossile, l'idrogeno e il CCS²³. Quasi un quarto degli annunci (il 24 per cento) promuove quindi false soluzioni e combustibili fossili, entrambi elementi dannosi per il clima.

CONCLUSIONI

Anche se DeSmog ha analizzato solo sei società, questo rapporto fornisce un'istantanea del crescente fenomeno globale del greenwashing, che sta ritardando l'azione per il clima in tutto il mondo. Con l'avvicinarsi della COP26 è probabile che vedremo una crescente comunicazione pubblica da parte delle società dei combustibili fossili, che ci assicurano di essere in prima linea nella transizione energetica. Ma la realtà è che molte di queste aziende stanno ancora investendo pesantemente nei combustibili fossili. I governi non stanno svolgendo adeguatamente il ruolo di regolatori, e le promesse orientate al futuro delle aziende troppo spesso non vengono mantenute.

Abbiamo bisogno di un'azione più radicale per tutelare la salute del pianeta. Le promesse verdi non ci salveranno, solo le azioni lo faranno. È ora di abbandonare rapidamente petrolio, gas e carbone e di fermare la propaganda dell'industria fossile. È ora che l'Unione Europea vieti la pubblicità e le sponsorizzazioni delle aziende dei combustibili fossili.

²³ Le percentuali degli annunci sono arrotondate al numero intero.