



LA SICCATÀ TI FA RICCO

di Cecilia Tosi

Le multinazionali convocate ad Abu Dhabi per trovare soluzioni alla scarsità idrica. Tra progetti per il riuso, bottiglie di minerale, desalinizzatori. Ma l'acqua è sempre di meno, e più preziosa. Un business su cui ha messo gli occhi Wall street



Non c'è luogo migliore del deserto per parlare d'acqua. E non ci sono maggiori esperti di siccità di Coca Cola, Suez e Veolia. Lo dimostra l'International water summit, l'incontro internazionale che si è appena concluso ad Abu Dhabi. Qui l'Emiro ha accolto «i più distinti policy maker, imprenditori, innovatori e visionari di tutto il mondo» per creare un think tank dedicato a trovare il modo di combattere la scarsità idrica. Nessuno più degli Emirati arabi uniti può avvertire l'urgenza di salvare la poca acqua pulita rimanente. Specie se ad Abu Dhabi si consuma il maggior numero di bottiglie di minerale al mondo (260 litri pro capite all'anno). E il resto dell'acqua si procura addolcendo un mare tra i più salati del pianeta. Desalinizzare conviene, fino a quando il carburante bruciato per far evaporare l'acqua costa poco. Ma presto anche il Golfo Persico dovrà affrontare gli aumenti di prezzo che già patisce il resto del mondo. Prima che la benzina salga alle stelle, dunque, si cercano soluzioni più virtuose, meno "energy intensive". Prendendo a modello Islanda, Giappone e Singapore, Paesi invitati al Summit per esporre i loro metodi ecologici e efficienti di usare (e risparmiare) l'acqua. La prima giornata è iniziata così, con un'introduzione del sottosegretario dell'Onu e interventi delle maggiori autorità in materia, dai ministri dell'Ambiente arabi ed europei alla commissaria Ue per l'Azione climatica, Connie Hedegaard. Poi in cattedra sono saliti i rappresentanti delle multinazionali dell'acqua come Gdf Suez, Veolia o delle bevande, a partire da Coca Cola. Loro sì che di scarsità se ne in-

tendono. La produzione industriale di cibo e bibite consuma 62 km cubi di acqua all'anno, equivalenti all'offerta idrica di tutto il Medio Oriente e del Nord Africa. Nestlè, Unilever, Coca Cola, Danone e Anheuser-busch consumano 575 miliardi di litri di acqua all'anno, abbastanza per soddisfare il bisogno idrico dell'intera popolazione globale.

Consumano, sì, ma danno anche qualcosa in cambio. Una multinazionale come Coca Cola, ad esempio, per ogni bottiglia da un litro che produce in India, consuma 2.7 litri d'acqua potabile, restituendo alla popolazione 1.7 litri di acqua di scarico. Insieme a Pepsi è accusata di diffondere prodotti con livelli di pesticidi pari a 300 volte quelli consentiti dalla Ue. Per non parlare delle responsabilità sociali, che secondo alcune Ong spaziano dalle minacce ai sindacalisti in Guatemala e Colombia al sostegno al dittatore dello Swaziland, re Mswati. E intanto, nel 2025 due terzi della popolazione mondiale non avrà accesso all'acqua potabile. E allora perché l'emiro li invita? Perché anche la sicurezza idrica è un business e le multinazionali hanno le proprie risposte. La prima - udite udite - è l'acqua in bottiglia: pulita e sempre più economica. Perché non berla al posto di quella inquinata? Inutile sottolineare che l'acqua minerale costa comunque dalle 240 alle 10mila volte in più di quella di rubinetto. Troppo? Nessun problema: per i poveri più poveri arrivano i progetti di solidarietà, come il Safe water network, creato da Pepsi per realizzare «soluzioni basate sul mercato per offrire acqua sicura e sostenibile ai poveri». Poi ci sono i progetti di ripulimento dei bacini idrici, promossi da Coca Cola. Idee che piacciono anche al Wwf, che insieme all'Onu partecipa all'iniziativa Ceo per sponsorizzare partnership pubblico-privato con Coca Cola, Pepsi, DuPont, General electric, Suez, Pfizer, Merck e Newmont Mining.

Certo, la tecnologia di chi opera nel settore può servire anche a virare verso la green economy e ridurre l'uso di carburanti fossili è uno degli obiettivi più largamente condivisi. Ma più che la salvaguardia dell'ambiente, è il profitto che conta. Tant'è che la stessa economia verde si trasforma spesso in creazione di titoli finanziari che servono a vendere tonnellate di anidride carbonica o - in futuro - di acqua inquinata. Di sicuro, per ora, c'è il business del cosiddetto water treatment, dalla desalinizzazione alla depurazione al riuso. Basti pensare che il Qatar investirà 1,1 miliardi di dollari tra il 2013 e il 2017 per togliere il sale dal mare. E che per depurare le acque di scarico il Kuwait sta

spendendo più di 4 miliardi di dollari in 3 anni, e 13 miliardi gli Emirati arabi. Mentre l'Arabia Saudita ha messo in conto progetti idrici da 53 miliardi nei prossimi 20 anni. E allora ecco che le multinazionali mettono in campo le loro tecnologie più evolute: Veolia ha un programma «per intercettare l'energia creativa degli innovatori clean tech». General electric ha il suo braccio ecologico, che si chiama Ecomagination, e Siemens una divisione di venture capital dedicata alle tecnologie ambientali per l'energia rinnovabile. La Coca Cola ha sviluppato un sistema di recupero idrico inserito nel processo di produzione della bevanda, grazie al quale la multinazionale sostiene di produrre acqua di alta qualità. C'è chi dice che è tutto un problema di nomi e che basta smettere di chiamarla acqua di scarico per riutilizzarla in tutti i settori, come fa Singapore. Che con la "new water" ricavata depurando quella usata risponde a un terzo dei fabbisogni della megalopoli.

Ma il vero business non è questo. Più che risparmiare l'acqua, conviene consumarla. È la scarsità di risorse idriche che le rende più preziose, e fa più ricchi chi le possiede. Non è un caso che General electric, Goldman Sachs e World research institute stiano introducendo il concetto di indice

idrico. Un indicatore creato sulla base dei dati su scarsità e qualità dell'acqua e sulle condizioni legislative e sociali di una data regione. Dovrebbe essere un indice di rischio utile all'investitore indeciso. Invece equivale a un indice di opportunità per gli speculatori più scafati. Quelli che sanno muoversi nel mercato della privatizzazione dell'acqua, che nel 2013 varrà 1 trilione di dollari. Le compagnie invitate a partecipare al progetto di indice idrico sono Talisman energy, Dow Chemical, Coca-Cola e Bloomberg. Preoccupata dall'eventualità di guerre idriche, è entrata nel progetto anche United technologies, grande impresa americana il cui core business sono le armi. Là dove c'è scarsità potranno intervenire gli speculatori ad assicurarsi diritti di sfruttamento: un investimento di lungo periodo, che a Wall street chiamano buy and hold (compra e tieni). In Australia, ad esempio, lo Stato ha venduto negli anni Novanta i diritti sull'acqua nel bacino del Murray Darling. Ma con la grande siccità del 2001 è stata costretto a ricomprarli tutti dai privati. Solo che il loro prezzo si era impennato. Dietro la crisi c'è sempre un'opportunità. Anche dietro a quella idrica.

A Singapore la soluzione è la new water: si ricava depurando quella degli scarichi
