

# LE BUGIE DELL'ENERGIA

Emissioni, lobbismo  
e sostenibilità



RESILIENT  
G.A.P.



# **Le bugie dell'energia**

## Emissioni, lobbismo e sostenibilità



Iniziativa realizzata con il contributo del Politecnico di Milano



## Introduzione.



Che cos'è il lobbismo? E che cos'è il lobbismo nel settore dell'energia? Il lobbismo non è che l'espressione e la difesa di interessi da parte di gruppi di persone, spesso in direzione di governi, amministrazioni e opinione pubblica. Quando questi gruppi di persone rappresentano le aziende estrattrici e produttrici di combustibili fossili maggiori del mondo, però, i loro interessi si traducono in negazioni, mistificazioni, bugie e rallentamenti degli sforzi per affrontare la sfida più grande della storia dell'umanità: i cambiamenti climatici <sup>1</sup>. Il loro business principale è ciò che in larga parte ha causato la crisi climatica, con l'immissione in atmosfera della maggior parte delle emissioni di  $CO_2$  e altri gas climalteranti. Invece di cambiare rotta una volta identificato il problema, hanno preferito continuare a guadagnare nascondendolo o minimizzandolo. Milioni di dollari sono stati spesi da queste aziende per confondere l'opinione pubblica e indirizzare i governi verso politiche meno incisive nel contrastare le cause dei cambiamenti climatici <sup>2</sup>. Altre risorse sono finite a scienziati e fondazioni ad-hoc per pubblicare falsi studi che negassero i cambiamenti climatici <sup>1</sup>. La polarizzazione crescente e invasiva degli ultimi 20 anni è stata direttamente finanziata dai responsabili della crisi climatica <sup>3</sup>, in uno scontro impari di forze tra persone comuni e attivisti e un'industria multimiliardaria che punta a screditarne le posizioni.

---

<sup>1</sup>A brief history of fossil-fuelled climate denial - The Conversation, John Cook, 21/06/2016

<sup>2</sup>Institutionalizing delay: foundation funding and the creation of U.S. climate change counter-movement organizations - Climate Change, Robert J. Brulle, 21/12/2013

<sup>3</sup>Corporate funding and ideological polarization about climate change - Proceedings of the National Academy of Sciences (PNAS), Justin Farrell, 23/11/2015

Nella storia recente, altre realtà hanno preferito la strada della negazione del problema invece che della risoluzione. È il caso dell'industria del tabacco, che ha negato e minimizzato la correlazione tra il fumo e l'insorgenza del cancro ai polmoni, anche tramite la creazione di centri di ricerca appositi che dessero sostegno a queste tesi <sup>4</sup>. La National Football League (la principale lega di football americano degli Stati Uniti) ha invece nascosto l'insorgenza di casi di demenza e malattie mentali nei propri ex giocatori dovuta alle commozioni durante le partite, svalutando le evidenze della comunità scientifica <sup>5</sup>.

Se fino a qualche anno fa le ipotesi attorno alle lobby dell'energia erano supposizioni, qualcosa ha iniziato a venire a galla. Le liste dei finanziamenti sono trapelate, le campagne di disinformazione sono state condannate, le bugie sono state rivelate. Le stesse aziende continuano però a ricevere finanziamenti dai governi <sup>6</sup> e sono in massa ai tavoli negoziali in cui si decidono le sorti del pianeta <sup>7</sup>. La loro influenza è ancora elevata e le loro strategie di comunicazione e persuasione si sono evolute, come la creazione di finti movimenti dal basso che ne sposino le cause <sup>8 9</sup>. Le armi migliori che abbiamo per renderle inefficaci sono conoscerne le strategie, comunicarle e fare in modo che sempre meno persone ne vengano influenzate, fino a impedire l'influenza a ogni livello istituzionale, vietando

---

<sup>4</sup>The Smoke You Don't See: Uncovering Tobacco Industry Scientific Strategies Aimed Against Environmental Tobacco Smoke Policies - American journal of public health, Muggli, M. E. et al., 2001

<sup>5</sup>Bennet Omalu, Concussions, and the NFL: How One Doctor Changed Football Forever - GQ, Jeanne Marie Laskas, 14/09/2009

<sup>6</sup>Are we past the peak of big oil's power? - New Yorker, Bill McKibben, 28/05/2020

<sup>7</sup>COP26: Fossil fuel industry has largest delegation at climate summit - BBC, Matt McGrath, 8/11/2021

<sup>8</sup>How Fossil Fuel Lobbyists Used "Astroturf" Front Groups to Confuse the Public - Union of Concerned Scientists, 11/10/2017

<sup>9</sup>Il lobbying spregiudicato dell'industria del tabacco e del petrolio - The Good Lobby, Martina Turola, 9/01/2022

per esempio che partiti politici ed esponenti ricevano finanziamenti riconducibili a queste aziende. Nel caso dell'industria del tabacco si è arrivati a una risoluzione in tribunale <sup>10</sup>, per l'energia la strada è ancora lunga.

Questo piccolo volume vuole quindi agire sulla comunicazione: porre i riflettori sull'operato di un'industria che è riuscita a tenersi nell'ombra per diverso tempo, ma che ora deve venire allo scoperto e affrontare le conseguenze delle proprie azioni.

---

<sup>10</sup>Tobacco Master Settlement Agreement - Wikipedia

## Oil&gas ed emissioni, la storia parte da lontano.



David Sassoon, fondatore dell'organizzazione giornalistica "Inside Climate news" e vincitore di un premio Pulitzer, investigò nei confronti di ExxonMobil: "Exxon: the road not taken" ne è il risultato <sup>11</sup>. Exxon è una delle principali compagnie petrolifere statunitensi, di importanza mondiale, che nel 2005 ha avuto profitti per 36.13 miliardi di dollari, un primato per una società quotata <sup>12</sup>. Sassoon ed il suo team scoprirono che gli scienziati della stessa compagnia avevano avvertito il consiglio di amministrazione dell'impatto dannoso dei combustibili fossili già negli anni Settanta.

Un'altra evidenza della conoscenza del problema da parte di ExxonMobil già dal 1981 è la nota e-mail di Bernstein, un ingegnere chimico ed esperto di clima che ha passato 30 anni ad Exxon ed è autore principale di due rapporti sul clima IPCC (gruppo intergovernativo sul cambiamento climatico). L'e-mail conferma che il cambiamento climatico era già sul radar dell'azienda quando essa stava considerando lo sviluppo del più grande giacimento di gas dell'Asia sudorientale, fuori dall'Indonesia. Il giacimento è un'immensa riserva di gas naturale, che non è puro, ma come solitamente accade è miscelato con altri gas, tra cui la  $CO_2$ , uno dei principali gas climalteranti. In questo caso però la percentuale di  $CO_2$  rappresenta ben il 70% del totale. Se il giacimento fosse stato sfruttato, le proiezioni di quegli anni prevedevano che avrebbe contribuito alle emissioni mondiali da solo per l'1%, come prima fonte per quantità emesse. Nonostante il giacimento sia il più grande dell'intera regione del sud-est asiatico Exxon non procedette al suo sfruttamento. Un impianto di questo tipo ha una vita

---

<sup>11</sup>Exxon: The Road Not Taken - Inside Climate News

<sup>12</sup>ExxonMobil - Wikipedia



utile dai 50 fino ai 100 anni, Exxon temeva che un così elevato contenuto di  $CO_2$  avrebbe in futuro negativamente affetto l'investimento <sup>13</sup>.

Nonostante la consapevolezza da parte dell'industria dei combustibili fossili rispetto al cambiamento climatico, Exxon-Mobil in particolare, essi non sono mai stati in prima linea per la sua risoluzione, al contrario le loro azioni sono state mosse in direzione opposta dal profitto e dagli interessi economici. Un esempio interessante è il caso di Keith McCoy, un lobbista senior della ExxonMobil a Capitol Hill che ha rappresentato la compagnia nei suoi rapporti con il Congresso degli Stati Uniti negli ultimi anni. Nel maggio del 2021 delle sue affermazioni sono state fatte trapelare da Greenpeace in cui affermava:

"Abbiamo combattuto aggressivamente contro una parte della scienza? Sì [...] Ci siamo uniti ad alcuni di questi "shadow groups" per lavorare contro alcuni dei primi sforzi? Sì, questo è vero. Ma non c'è niente di illegale in questo. [...] Stavamo cercando di proteggere i nostri investimenti. Ci preoccupavamo dei nostri azionisti" <sup>14</sup>.

L'industria dei combustibili fossili ha perpetrato una campagna pluridecennale e multimiliardaria di disinformazione, propaganda e lobbying per ritardare l'azione sul clima, confondendo il pubblico e i politici sulla crisi climatica e le sue soluzioni. L'obiettivo era di insinuare il dubbio, accentuando le debolezze nella scienza del cambiamento climatico, mettendo in risalto le poche voci contrarie, dando così l'impressione di un dibattito ancora in corso.

I mezzi attraverso i quali la campagna di disinformazione e lotta contro le politiche a favore di una diminuzione delle emis-

---

<sup>13</sup>Exxon knew of climate change in 1981, email says – but it funded deniers for 27 more years - The Guardian, Suzanne Goldenberg, 8/07/2015

<sup>14</sup>Revealed: ExxonMobil's lobbying war on climate change legislation – channel4, Alex Thomson, 30/06/2021

sioni è stata portata avanti sono molteplici, più o meno evidenti, il cui denominatore comune è stato comunque l'enorme flusso di denaro. Un'analisi di più di 40.000 testi ha scoperto che le organizzazioni che hanno ricevuto finanziamenti dalle aziende del fossile hanno all'attivo il maggior numero di pubblicazioni di disinformazione sul clima, una tendenza che è aumentata nel tempo <sup>15</sup>.

Nel 1991, la Western Fuels Association si è unita ad altri gruppi che rappresentano gli interessi dei combustibili fossili per produrre una serie di campagne di disinformazione. Queste includevano un video, "the greening of planet Earth", che promuove i benefici positivi dell'anidride carbonica, con centinaia di copie gratuite inviate a giornalisti e biblioteche universitarie. Nel video si recita: "Il raddoppio del contenuto di  $CO_2$  nell'atmosfera produrrà un enorme greening sul pianeta terra" <sup>16</sup>.

Un altro esempio è la Peabody Energy, la più grande compagnia di estrazione del carbone in America, che finanziava decine di gruppi negazionisti del clima. Tra i beneficiari di Peabody, il Center for the Study of Carbon Dioxide and Global Change, che insisteva - erroneamente - che le emissioni di carbonio non sono una minaccia, ma "l'elisir della vita" <sup>17</sup>.

Tra il 1996 e il 1998, inoltre, ExxonMobil ha pubblicato 12 annunci pubblicitari, in concomitanza con i negoziati ONU di Kyoto del 1997, che mettevano in dubbio che la crisi climatica fosse reale e causata dall'uomo e ne sminuivano la gravità.

---

<sup>15</sup>A brief history of fossil-fuelled climate denial – The Conversation, John Cook, 21/06/2016

<sup>16</sup>The Greening of Planet Earth, 1992

<sup>17</sup>Biggest US coal company funded dozens of groups questioning climate change – The Guardian, Suzanne Goldenberg and Helena Bengtsson, 13/06/2016

"Resetta l'allarme", suggeriva una pubblicità. "Non affrettiamoci a prendere una decisione a Kyoto... Non sappiamo ancora quale ruolo i gas serra prodotti dall'uomo possano avere nel riscaldamento del pianeta" <sup>18</sup>. Le pubblicazioni non si sono limitate solo in quei due anni, ma sono partite dagli anni '80 e si sono protratte fino alla fine degli anni 2000, con quello che gli studiosi hanno chiamato "l'uso più lungo e regolare - settimanale - dei media per influenzare l'opinione pubblica e delle élite nell'America contemporanea".

La Global Climate Coalition (GCC) era un gruppo internazionale di lobbisti che si opponeva all'azione per ridurre le emissioni di gas serra e sfidava pubblicamente la scienza dietro il riscaldamento globale. Il GCC è stato coinvolto nell'opposizione al protocollo di Kyoto, e ha giocato un ruolo nel bloccare la ratifica da parte degli Stati Uniti <sup>19</sup>. Nel 2009, un rapporto interno della Global Climate Coalition, è stato divulgato alla stampa. Mostrava che gli stessi esperti scientifici della coalizione avevano espresso nel 1995 che "la base scientifica dell'effetto serra e il potenziale impatto delle emissioni umane di gas serra come la CO sul clima sono ben stabiliti e non possono essere negati" <sup>15</sup>.

Nel 1998, l'American Petroleum Institute, la più grande associazione petrolifera americana, mise insieme un team dei maggiori produttori di petrolio per creare il "Global Climate Science Communications Plan" <sup>20</sup>. Il Piano è stato creato per tenere gli Stati Uniti fuori dal Protocollo di Kyoto, il primo trattato internazionale che impone la riduzione delle emissioni di gas serra paese per paese. Secondo il Piano, la "vittoria"

---

<sup>18</sup>The forgotten oil ads that told us climate change was nothing – The Guardian, Geoffrey Supran and Naomi Oreskes, 18/11/2021

<sup>19</sup>Global Climate Coalition – Wikipedia

<sup>20</sup>[Climate Deception Dossier 2: American Petroleum Institute Climate Science Communications Plan | From The Climate Deception Dossiers: A Report from the Union of Concerned Scientists, 2015]

sarebbe stata raggiunta quando, tra gli altri obiettivi, "i cittadini medi 'capiranno' – riconosceranno - le incertezze della scienza del clima" e "coloro che promuovono il trattato di Kyoto sulla base della scienza esistente sembreranno essere fuori dalla realtà". Tutte le principali "strategie e tattiche" elencate nel documento miravano a minare le schiaccianti prove scientifiche alla base del trattato di Kyoto, tenendo nascoste le responsabilità dell'industria nel causare il cambiamento climatico.

La WSPA, Western States Petroleum Association, è il principale lobbista dell'industria petrolifera negli Stati Uniti occidentali. La WSPA, che conta BP, Shell, ExxonMobil, Chevron e Occidental tra i suoi membri, ha usato falsi gruppi di consumatori (ad esempio "California Drivers Alliance", oppure "Washington consumers for Sound fuel Policy") come parte di una campagna per esagerare il sostegno pubblico per gli obiettivi di lobbying delle sue compagnie associate. Ciò è trapelato da una presentazione del 2014 della presidente della WSPA Catherine Reheis-Boyd. La strategia della WSPA è stata quella di utilizzare queste organizzazioni inventate per rappresentare falsamente l'opposizione dei cittadini comuni a politiche climatiche basate sulla scienza <sup>21</sup>.

---

<sup>21</sup>How Fossil Fuel Lobbyists Used "Astroturf" Front Groups to Confuse the Public – Union of Concerned Scientist, 11/10/2017

## Oggi invece, come vanno le cose?



Guardando i report di sostenibilità delle grandi aziende petrolifere compaiono importanti investimenti nelle rinnovabili, ma allo stesso tempo sono tanti i soldi spesi per la membership di associazioni industriali e nelle attività di lobbying.

In particolare, Shell ha pubblicato un documento specifico in cui si occupa di analizzare le posizioni sul tema clima degli enti finanziati, preoccupandosi di identificare eventuali disallineamenti nella condotta pubblicamente affermata rispetto alle proprie dichiarazioni di intenti.

Il disallineamento è stato considerato tale solo se portati a credere che le azioni di un'associazione avessero minato il loro supporto agli Accordi di Parigi e alle politiche per raggiungere le emissioni zero entro il 2050. Quelli che nel report risultano più di 10 milioni di dollari dati all'American Petroleum Institute, quindi, vengono considerati come finanziamento ad un ente le cui posizioni sono state riscontrate solo in “qualche disallineamento” rispetto a quelle volte alla transizione energetica espresse da Shell. Per questo, le azioni proposte non sono di troncare i rapporti, quanto piuttosto di impegnarsi a mantenere alta l'attenzione sulle differenze di punti di vista e cercare di aumentare il proprio coinvolgimento dove si manifestano queste divergenze. Inoltre, Shell afferma che continuerà a perseguire i propri obiettivi indipendentemente dalla posizione dell'associazione, ed infine è pronta a ridefinire, ed eventualmente terminare, la propria appartenenza al gruppo nel caso si manifestasse un disallineamento materiale <sup>22</sup>.

Tuttavia, la posizione di ostilità dell'American Petroleum Institute nei confronti delle politiche per combattere la crisi

---

<sup>22</sup>Industry Associations Climate Review 2021 – Shell

climatica è chiara. L'associazione si è ripetutamente opposta a misure volte alla transizione energetica proposte sia a livello nazionale che locale. Ad esempio, nel giugno del 2021 ha fortemente condannato la decisione del presidente Biden di fermare le trivellazioni nell'Artico, oppure anche nell'aprile 2020, quando ha testimoniato contro il Colorado Bill SB-200, che avrebbe imposto una riduzione delle emissioni di gas serra nello Stato <sup>23</sup>.

Per questo Shell, insieme alle altre compagnie petrolifere che donano ogni anno milioni di dollari all'API, viene accusata di usare l'istituto come copertura per quelli che sono i propri veri interessi, mostrando un volto diverso da parte loro, ma in realtà lavorando affinché legislazioni per facilitare la transizione energetica vengano indebolite e rallentate. Tuttavia, bisogna evidenziare che recentemente le posizioni degli azionisti delle grandi aziende dell'oilgas stanno pressando sempre di più i consigli di amministrazione per un cambiamento di rotta. Questo ha portato alla perdita del supporto all'API da parte di Total e alle dimissioni dei rappresentanti di Shell dalle posizioni di direttori esecutivi del dipartimento delle energie pulite dell'istituto <sup>24</sup>.

Guardando all'Europa, BP, Chevron, ExxonMobil, Shell e Total tra il 2010 e il 2018 hanno speso 123.3 milioni di euro in attività di lobbying nell'UE, con gli associati gruppi di lobby che ne hanno dichiarati ulteriori 128 milioni. Queste 5 aziende, da sole, sono anche responsabili del 7.4% delle emissioni di gas serra globali. Il numero dichiarato di lobbisti presenti a Bruxelles a diffondere ed amplificare gli interessi dell'industria petrolifera è di 200 <sup>25</sup>.

---

<sup>23</sup>American Petroleum Institute (API) – InfluenceMap Score

<sup>24</sup>How a powerful US lobby group helps big oil to block climate action – The Guardian, Chris McGreal, 19/07/2021

<sup>25</sup>Report, Big oil and gas buying influence in Brussels – Corporate

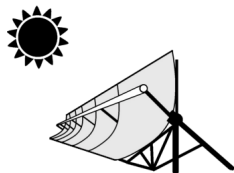
Nell'ultima Conferenza delle Parti per il clima, tenutasi a Glasgow a novembre 2021 (COP26), erano presenti più di 500 persone legate all'industria del carbone, del petrolio o del gas. La lobby dell'energia era la componente più rappresentata: più di qualsiasi nazione e addirittura il doppio della rappresentanza delle popolazioni indigene. Il Segretario Esecutivo dell'agenzia delle Nazioni Unite per il clima Patricia Espinosa ha spiegato che attività di lobbying o di aperta promozione del settore dell'oilgas non sono ovviamente consentite all'interno della COP, essendo contrapposte agli obiettivi degli Accordi di Parigi. Tuttavia, il motivo per cui così tanti esponenti delle compagnie petrolifere erano presenti è stato dovuto alla libertà dei governi nel dare gli accrediti che gli vengono messi a disposizione a chi vogliono, a chiunque gli sembri appropriato per far parte della delegazione <sup>26</sup>.

---

Europe Observatory, foodwater Europe, Friends of the Earth Europe, Greenpeace, 10/2019

<sup>26</sup>Fossil fuel companies have over 500 people at COP26, more than any single country, report says – CNN, Angela Dewan, 8/11/2021

## **Ma come mai gli Stati sono così desiderosi di tenere un posto a tavola per le lobby fossili?**



In inglese le chiamano “revolving doors”, porte girevoli, a indicare la facilità con cui si entra e si esce. Da dove? Dalle istituzioni europee verso multinazionali, gruppi bancari e altri soggetti privati: accade infatti di frequente che politici al termine del proprio mandato scelgano di ricollocarsi nel mercato privato diventando efficaci lobbisti grazie alle proprie conoscenze e influenza. Viceversa, dai piani alti delle grandi aziende si finisce nei palazzi istituzionali <sup>27</sup>.

Tra il 2015 e il 2021, sei giganti dei combustibili fossili (Shell, BP, Total, Equinor, ENI e Galp) e cinque delle rispettive lobby (Hydrogen Europe, Eurogas, FuelsEurope, IOGP and CEFIC) sono state coinvolte in 71 casi di “revolving doors” e in 568 incontri con gli ufficiali più alti della Commissione Europea.

Di seguito vengono riportati alcuni casi documentati dal Corporate Europe Observatory <sup>28</sup>.

- Maria van der Hoeven servì in vari dipartimenti ministeriali olandesi (2002-2010) prima di diventare Direttore Esecutivo dell’Agenzia Internazionale dell’Energia (2011-2015). Nel 2016 fu nominata membro del Consiglio di Amministrazione di Total. Durante lo stesso periodo (2016-2019) si unì al Gruppo di Esperti nella decarbonizzazione della Commissione Europea.

---

<sup>27</sup>“Revolving doors”, le porte girevoli della politica (e dell’interesse pubblico) – CILD, 17/8/2016

<sup>28</sup>Stop the revolving door: fossil fuel policy influencers – Corporate Europe Observatory, 25/10/2021



- John Sawers, precedentemente Capo dei Servizi Segreti Britannici o MI6 (2009-2014), fu ambasciatore alle Nazioni Unite per due anni dopo aver servito come Political Director dei Foreign Office britannici. Nel 2015 la BP lo assunse come Direttore Non Esecutivo Indipendente.
- Dopo aver ricoperto ruoli diplomatici, come Ambasciatore in Iran e Direttore Politico in Italia al Ministero degli Affari Esteri e Cooperazione Internazionale, Luca Giansanti è stato nominato Vice Presidente Senior di ENI nel 2019.

Il Corporate Europe Observatory chiede che il fenomeno delle “revolving doors” sia regolamentato come di seguito:

1. nessun conflitto d’interesse, né revolving doors per un periodo di cinque anni per i regolari dipendenti e di dieci anni per i funzionari di alto livello;
2. nessun collocamento, tirocinio, o periodi sabbatici dei dipendenti delle compagnie di combustibili fossili in posizioni di Governo, né viceversa;
3. implementando una rete di accesso tra industrie dei combustibili fossili e il Governo, evitando incontri tra industrie e membri politici.

## Ma effettivamente, che conseguenze hanno sulle politiche per la transizione energetica?



Alla già citata COP26 il direttore del dipartimento di strategia e innovazione di Gazprom Neft ha affermato che la sua compagnia continuerà a dedicarsi al fossile per almeno il prossimo decennio, e si è preoccupato di ammonire sui costi che la transizione energetica comporterà ai consumatori <sup>29</sup>.

Sappiamo però, che ragionando in termini di welfare e non di bolletta, i cambiamenti climatici stanno già pesando con costi sempre più alti su molti settori, dall'agricoltura alla sanità <sup>30</sup>.

L'Unione Europea invece, vede nell'idrogeno il combustibile pulito del futuro, che faciliterà la transizione energetica e permetterà di raggiungerne gli obiettivi senza creare troppi scossoni. Esistono diversi tipi di idrogeno: nero prodotto dal carbone, grigio prodotto dal gas fossile, che diventa blu nel caso si riesca a catturare la  $CO_2$  così emessa, ed infine verde prodotto dall'acqua, per elettrolisi da energie rinnovabili.

Quello di CCS, carbon capture and storage, è un processo che prevede la separazione ed il confinamento di grandi quantità di  $CO_2$ . Le tecniche più affermate al momento prevedono la cattura della  $CO_2$  a seguito della combustione, oppure tecniche pre-combustione, in cui il combustibile viene convertito in una miscela di idrogeno e  $CO_2$ , quest'ultima viene poi separata dal resto e confinata in una "trappola geologica", solitamente un vecchio giacimento di idrocarburi ormai esausto <sup>31</sup>.

---

<sup>29</sup>The fossil fuel industry turned out in force at COP26. So did climate activists – npr, Frank Langfitt, 12/11/2021

<sup>30</sup>Food Policy Report, Climate Change Impact on Agriculture and Costs of Adaptation – IFPRI, 10/2009

<sup>31</sup>Cattura e sequestro del carbonio – Wikipedia

Solo 26 impianti CCS attualmente sono in funzione a livello globale. La capacità operativa globale del CCS è attualmente di 39Mt di  $CO_2$  all'anno, che è circa lo 0,1% delle emissioni globali annuali da combustibili fossili <sup>32</sup>.

L'81% del carbonio catturato fino ad oggi inoltre, è stato utilizzato nel processo di Enhanced Oil Recovery (EOR), cioè si utilizza per favorire l'estrazione di una maggiore quantità di combustibili fossili, che altrimenti rimarrebbero inutilizzati. Inoltre, il CCS continua a comportare emissioni di metano e  $CO_2$  dovuti al processo di estrazione e trasporto dei combustibili fossili. Anche se la tecnologia dovesse diventare economicamente e tecnicamente fattibile su larga scala, le previsioni più ottimistiche non prevedono una capacità di CCS significativa almeno fino al 2030 <sup>33</sup>.

Per quanto riguarda l'idrogeno, ciò che bisogna tenere presente è che oggi meno dell'1% di quello prodotto in Europa viene dalle rinnovabili o è a basso impatto ambientale. Il supporto alla strategia sull'idrogeno arriva anche grazie all'attività di lobbying dell'industria fossile, che attraverso questo espediente vuole mantenere il suo modello di business ancora per qualche decennio. Con la scusa della produzione di idrogeno, infatti, stanno chiedendo autorizzazioni per nuove infrastrutture per il gas <sup>34</sup>.

Nonostante le rivendicazioni, il gas naturale non è così verde, è pur sempre un combustibile fossile. E' vero, la sua combustione emette tra il 30 e il 40% di  $CO_2$  in meno rispetto a carbone e petrolio, ma il settore delle estrazioni ne disperde in atmosfera 13 milioni di tonnellate l'anno. Il metano,

---

<sup>32</sup>Report, Global Status of CCS – Global CCS Institute, 3/2021

<sup>33</sup>Briefing: Tyndall Centre, "A Review of the Role of Fossil FuelBased Carbon Capture and Storage in the Energy System" – Friends of the Earth Scotland and Global Witness, 1/2021

<sup>34</sup>Report, The hydrogen hype: Gas industry fairy tale or climate horror story? – Corporate Europe Observatory, 12/2020

che è il suo principale componente, ha un effetto in termini di riscaldamento dell'atmosfera 80 volte superiore a quello dell'anidride carbonica nei primi 20 anni dopo l'emissione, è così che l'impatto sul clima di questi sistematici problemi tecnici sarebbe tale da annullare i benefici portati dalla conversione a gas degli impianti a carbone <sup>35</sup>.

---

<sup>35</sup>Inquinamento da metano: le vere cifre – Focus, Rebecca Mantovani, 6/7/2018

## Quindi come mai pensiamo che il gas sia un carburante "eco-friendly"?



Negli ultimi anni stiamo assistendo ad un fenomeno di marketing che ha preso il nome di greenwashing: una strategia di comunicazione che mira a costruire un'immagine positiva dell'azienda dal punto di vista ambientale. Si tratta di pubblicità contraddistinte da termini come "eco-friendly", "green", "sostenibile", "100% riciclabile" e magari con un design che abbraccia le tonalità del verde e del blu <sup>36</sup>.

Potrebbe sembrare che non ci sia niente di male nelle compagnie che sottolineano i propri progetti "eco-friendly". Ma queste pubblicità diventano un problema quando creano un'impressione ingannevole dell'operato generale di una azienda e di come questa impatta sull'ambiente. Gli annunci di una falsa sostenibilità sono pericolosi perché impediscono gli sforzi mondiali di allontanarci dai combustibili fossili - quindi mettendo a rischio l'intera umanità. Le strategie di marketing possono fuorviare il pubblico sul vero costo ambientale di continuare a estrarre e utilizzare combustibili fossili durante l'emergenza climatica che stiamo vivendo. Sfortunatamente, se le aziende petrolifere proteggono i loro modelli di business in questo modo, la scienza parla chiaro: il nostro pianeta e la nostra società devono affrontare conseguenze catastrofiche.

Qualcuno <sup>37</sup> sottolinea però, che parlare di greenwashing è riduttivo: si parla non solo di una pubblicità ingannevole, ma di una tattica sistematica per ritardare l'azione che invece dovremmo intraprendere nell'immediato per fermare il

---

<sup>36</sup>Le fossili come il tabacco, questa volta la richiesta è di vietare la pubblicità ingannevole – Lifegate, Stella Levantesi, 8/10/2021

<sup>37</sup>Revealed: Two Thirds of Online Posts from Six Major European Fossil Fuel Companies 'Greenwashing' – DeSmog, Rachel Sherrington 3/10/2021

cambiamento climatico: dire addio alle fonti fossili.

Già alcune pubblicità hanno destato critiche a livello mediatico e giuridico. Ne è esempio Eni, che nel 2020 è stata sanzionata dall'Antitrust per 5 milioni di euro per la diffusione di messaggi pubblicitari ingannevoli. Sponsorizzava un gasolio altamente inquinante come “green” <sup>38</sup>.

La vicenda non è un caso isolato, per questo gli attivisti per il clima - una petizione di Greenpeace Italia <sup>39</sup> e la European Citizens Initiative <sup>40</sup> - chiedono che le pubblicità per il fossile facciano la stessa fine delle pubblicità per il tabacco: vietate perché sponsorizzano un prodotto nocivo. “Vietare le pubblicità e le sponsorship dei responsabili della crisi climatica è un passo importante per ridurre il loro enorme potere di influenza sul mercato e sul mondo dell'informazione sempre più inquinato dal greenwashing” dice Federico Spadini, responsabile campagna clima di Greenpeace Italia.

Da uno studio di Desmog <sup>37</sup> si evince che la percentuale di pubblicità che mostra l'impegno in fonti “green” (non fossili) non riflette affatto la percentuale di investimenti e ricavi in quel settore. In media, tra le compagnie analizzate, l'80% del portfolio è dovuto a fonti fossili, ma l'80% della campagna pubblicitaria verte su “fonti green”.

Il greenwashing non è l'unica strategia che le aziende petrolifere adottano per distogliere lo sguardo dai danni del loro operato. Molte aziende si avvalgono di iniziative sociali (Eni <sup>41</sup> e Total Energies soprattutto <sup>42</sup>) da mettere nei messaggi pro-

---

<sup>38</sup>Comunicato stampa, PS11400 - ENI interrompe la pubblicità ingannevole relativa al gasolio ENI diesel+ – AGCM, 27/4/2020

<sup>39</sup>Petizione, Stop alle pubblicità delle aziende inquinanti - Greenpeace

<sup>40</sup>Iniziativa dei Cittadini Europei, Ban Fossil Fuel Advertising and Sponsorships

<sup>41</sup>Crescere insieme | Eni Tv

<sup>42</sup>Total Foundation

mozionali. Altre invece affiancano la loro immagine al mondo dello sport, ad esempio la compagnia Gazprom col calcio <sup>43</sup>.

Ma, come dimostra un'azienda italiana, le industrie petrolifere possono riconvertirsi davvero, e non solo fingere di farlo. È il caso di ERG, nata come raffineria, che si è impegnata nella transizione energetica, passando da principale operatore petrolifero a società leader nella produzione di energia elettrica da fonti rinnovabili <sup>44</sup>. Nonostante il suo mix energetico comprenda anche il 15% di gas fossile <sup>45</sup> l'esempio è virtuoso, e può essere migliorato e seguito da altre compagnie.

Nel 2004 la British Petroleum affida alla Ogilvy Mather (azienda professionista nelle pubbliche relazioni) la creazione di una nuova idea per spostare i riflettori dalla responsabilità della compagnia petrolifera sul riscaldamento globale. Così nasce il carbon footprint calculator: uno strumento con cui ogni individuo può facilmente fare una stima del suo impatto ambientale in termini di anidride carbonica emessa. Due anni dopo, con la campagna Beyond Petroleum, sul sito della BP appare in grassetto la frase: "It's time to go on a low-carbon diet" con il "carbon footprint calculator" ad un click di distanza. Questa campagna è una tra le più fuorvianti e di successo mai state realizzate - solo nel 2004 278,000 persone hanno calcolato la loro impronta - e ha l'obiettivo è far concentrare l'individuo sulle proprie responsabilità nella lotta al cambiamento climatico, così da non attenzionare quelle delle grandi società come BP.

Ovviamente, nessuno dovrebbe essere incolpato per provare a ridurre la propria impronta ambientale e questo è il motivo per cui la campagna è così efficace. Ma, a differenza di

---

<sup>43</sup>Why this Russian gas company sponsors soccer teams – Vox, Mac Schneider, 31/01/2020

<sup>44</sup>Edoardo Garrone e la storia di Erg. Passare dal petrolio alle rinnovabili è possibile – Lifegate, Cecilia Bergamasco, 20/06/2017

<sup>45</sup>La nostra energia – ERG

quanto possa sembrare, il risultato ottenuto con il calcolatore non dipende solo dal nostro stile di vita. Infatti, come afferma Benjamin Franca, ricercatore a Stanford: “In un mondo che trae energia dai combustibili fossili anche un senzatetto ha un’impronta insostenibile. Finché le fonti fossili saranno la base della nostra energia non potremo avere un impatto sostenibile sul pianeta, semplicemente non si può.” <sup>46</sup>.

È quindi evidente che questo termine, carbon footprint, sia nato come una farsa, sia un ingannevole modo di far distogliere lo sguardo dall’impronta ecologica che il gigante del petrolio lascia dietro di sé e sottolineare solo quella del singolo, mentre la BP mostra di interessarsi del problema.

---

<sup>46</sup>The carbon footprint sham – Mashable, Mark Kaufman



## Il bilancio.



Quindi, sotto questa coltre di lobbying e greenwashing, come fare per capire come stanno veramente le cose? Guardando qualche compagnia con una lente di ingrandimento, questo è quello che si trova <sup>47</sup>.

### ARAMCO

Compagnia statale appartenente per il 98.5% all'Arabia Saudita. È la prima azienda al mondo per emissioni di gas, ritenuta la responsabile del 4% delle emissioni globali dal 1965. Al giorno d'oggi, ha abbastanza da bruciare fino al 2077 mantenendo i ritmi attuali. Nonostante nelle pubblicità e sul proprio sito dichiarare di essere guidata dall'impegno nel salvaguardare il pianeta, la compagnia punta ad espandere le proprie riserve e non ha nessun piano di ridurre le emissioni entro il 2030. Ha un progetto di cattura di  $CO_2$  e della piantumazione di mangrovie, ma questi due strumenti sono del tutto insignificanti rispetto alle emissioni che produce, con una  $CO_2$  catturata 12,000 volte inferiore a emessa.

### CHEVRON

Multinazionale americana a cui sono attribuite 697 milioni di tonnellate di  $CO_2$  equivalente. Le emissioni programmate dal 2018 al 2030 corrispondono all'1.3% del budget di  $CO_2$  per restare sotto 1.5 °C. Attualmente non ha un impegno a raggiungere il net zero, né di allinearsi per raggiungere gli accordi di Parigi, e i suoi investimenti in energie rinnovabili ammontano allo 0.2%. Ovviamente non è questo che traspare dalle pubblicità: “[we] believe in taking prudent, practical and cost-effective actions to address climate change risks”. Chevron è membro di diverse lobby dell'energia.

---

<sup>47</sup>The Greenwashing Files - ClientEarth

## EXXONMOBIL

È la più grande compagnia di petrolio negli Stati Uniti e non ha nessun piano di raggiungere il net zero entro il 2050. I suoi investimenti in fonti rinnovabili ammontano allo 0.2%, neanche la metà del capitale speso in promozioni alle sue azioni “green”. Inoltre, l’azienda ha una storia di lotta alle evidenze del cambiamento climatico, in particolare all’affidarne la responsabilità all’attività umana.

## SHELL

Compagnia olandese, tra il 2010 e il 2018 ha investito l’1% in fonti rinnovabili e stando ai progetti fino al 2030 si avvarrà dell’ 1.6% del budget di anidride carbonica. All’apparenza sostiene gli accordi di Parigi, in realtà ha in programma di raddoppiare la sua produzione entro il 2030. Anche lei si dice impegnata nel compensare le emissioni piantando alberi, che però non assorbono neanche il 10% delle emissioni prodotte.

La lista potrebbe continuare ancora, ma per tirare le somme, possiamo dire che generalmente il sondaggio ha riscontrato queste caratteristiche:

- si dà ampio spazio pubblicitario al gas naturale;
- le società dicono di supportare gli accordi di Parigi, ma in concreto la maggior parte non ha preso nessun impegno per aiutare a raggiungere gli obiettivi;
- si fa soprattutto affidamento a tecnologie di carbon capture and storage, cioè al posto di diminuire le proprie emissioni, cercano modi di compensare;
- tutte le società basano la maggior parte del loro profitto da fonti fossili;
- in media, il 63% degli annunci pubblicitari analizzati, quasi due terzi, rientra nella definizione di greenwashing.

## Conclusione.



Il percorso affrontato non è dei più semplici. Partendo dalla negazione dei cambiamenti climatici, l'industria dell'energia è passata al rallentamento del processo negoziale fino a ingannare cittadini e consumatori con pratiche di greenwashing. La quantità di fatti ed esempi che negli anni si sono accumulati è vastissima, e non bastano queste poche pagine per elencarle tutte. L'obiettivo è invece aprire una breccia nella coltre di fumo che la comunicazione di queste aziende ha creato attorno alle proprie attività. La bibliografia utilizzata nei precedenti capitoli e in questa conclusione potrà essere utile per approfondire.

In conclusione, però, è utile anche indicare associazioni, testate e persone che del tema si occupano da anni e che hanno ispirato la scrittura di questa pubblicazione.

Re:Common segue in prima linea gli sviluppi dell'intreccio tra industria fossile e politica, e ha dedicato diversi report al ruolo che il gas sta avendo nel mantenere lo status quo delle industrie fossili <sup>48</sup> e al loro ruolo nella transizione energetica <sup>49</sup> <sup>50</sup>.

Valori.it segue l'industria fossile a partire dalla finanza. In un recente articolo analizzano come il mondo bancario continui a investire in nuovi progetti legati alle fonti fossili, dimostrando come la finanza abbia anch'essa grosse responsabilità nella crisi climatica <sup>51</sup>.

Stella Levantesi è una giornalista, autrice di "I bugiardi del clima" e del podcast "Benzina sul fuoco", in cui affronta

---

<sup>48</sup>L'oscura lobby del gas - Re:Common, 13/09/2019

<sup>49</sup>La Super League del fossile - Re:Common, 20/05/2021

<sup>50</sup>Ripresa e connivenza - Re:Common, 28/06/2021

<sup>51</sup>Dalle banche più di mille miliardi di dollari a nuovi progetti fossili - Valori.it, Alessandro Longo, 30/03/2022

negazionismo del cambiamento climatico e disinformazione sul clima.

Infine, un libro importante per avere un quadro completo del tema è “Mercanti di dubbi” di Naomi Oreskes ed Erik Conway.

Per l’industria dell’energia è arrivato il momento di cambiare direzione, è possibile e necessario. Le responsabilità sono chiare, ora è il loro turno di agire, ma non possiamo solo stare a guardare, serve anche pretendere che questa transizione avvenga.

Le fonti online sono state consultate tra aprile e maggio 2022.







