

**Siccità** Attenzione agli sprechi, da Nestlé a Coca Cola. L'esperto: «Così più profitti e immagine migliore»

# Ora multinazionali e ambientalisti si ritrovano uniti a difesa dell'acqua

## Crescono costi e consumi. E le aziende investono per proteggerla



**Intorno al pozzo** Gli abitanti del villaggio indiano di Natwargadh radunati intorno al pozzo con le loro borracce e i loro bidoni (Afp)

DAL NOSTRO INVIATO

NEW YORK — La grande sete del mondo mette d'accordo multinazionali ed ambientalisti che, dopo anni di accuse reciproche, ora combattono l'uno al fianco dell'altro la guerra per la salvaguardia di una risorsa sempre più scarsa. Unico l'obiettivo, diversi gli interessi. La politica resta al palo.

Fino a qualche anno fa era un'inezia, ma man mano che il costo della voce «acqua» aumenta nei bilanci, le multinazionali investono cifre sempre maggiori nella sua produzione e salvaguardia. Non è che il mondo di colpo sia entrato in una siccità globale, più che altro sono aumentati enormemente i consumi in Occidente ma soprattutto nei paesi emergenti che in pochi anni hanno immesso nello scenario migliaia di industrie assetate e miliardi di persone alle quali prima bastava l'acqua necessaria per vivere mentre ora consumano quanto e più dei paesi ricchi. Basti pensare che a un

essere umano sono sufficienti 4 litri al giorno per vivere, mentre il fabbisogno europeo di acqua potabile è di 165 litri a testa. Le prospettive sono preoccupanti: se la popolazione mondiale crescerà di un miliardo di persone da

qui al 2030, arrivando a 8 miliardi, a far registrare il balzo maggiore, passando da 2 a 5 miliardi, sarà la classe media, quella che consuma beni e servizi per produrre i quali ci vorrà sempre più acqua, indispensabile per

l'energia, ad esempio. Le multinazionali fiutano l'affare ed investono miliardi di dollari per essere autosufficienti. «Il costo dell'acqua sta crescendo in tutto il mondo» spiega al *Financial Times* Christopher Gasson, dell'Istituto di ricerca Global Water Intelligence secondo il quale, inoltre, le aziende che una volta consideravano l'acqua una materia gratuita ora sanno che il suo sfruttamento indiscriminato può «danneggiare il loro marchio, la loro credibilità, la loro valutazione e i costi assicurativi». Undici anni fa, la Coca Cola dovette chiudere un impianto di imbottigliamento in India dopo le proteste per l'impatto negativo (smentito dalla società) sulla distribuzione idrica locale. Dal 2003 la società di Atlanta ha speso quasi due miliardi di dollari per ridurre il fabbisogno dei suoi impianti nel mondo impiegando anche risorse in campagne per la salvaguardia ambientale, come quella in corso in alcuni Paesi per il riuso delle bottiglie di plastica.

### La ricerca del Conai

#### Recuperare energia dai rifiuti, la sfida europea

C'è chi ha raggiunto già gli obiettivi previsti per il 2020, eliminando praticamente il ricorso alla discarica, e chi invece la sceglie come modalità prevalente: i questi Paesi il riciclo è una nicchia. La situazione nell'Unione europea raccontata nello studio del Conai in collaborazione con Althesys e promosso dal ministro dell'Ambiente è piuttosto eterogenea. Lo smaltimento in discarica resta il sistema prevalente, con picchi superiori all'80 per cento (il valore medio europeo è del 34,25%). Germania, Svezia e Danimarca, i più virtuosi, hanno ridotto il ricorso alla discarica a meno del 5% (la loro scelta prevalente riguarda l'inceneritore con recupero energetico), mentre l'Italia raggiunge quasi il 40% e, fanalino di coda nella classifica europea, la Romania circa il 100%. Le ricadute economiche del raggiungimento degli obiettivi per tutti i Paesi dell'Ue sono stimate in oltre 136 miliardi di euro entro il 2020.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

### Gli esempi



#### Coca-Cola

Ha speso quasi 2 miliardi di dollari dal 2003 per riciclare e ridurre il consumo di acqua nei suoi 863 impianti produttivi. E oltre 1 miliardo di dollari è stato investito nell'installazione di impianti per il trattamento delle acque



#### Google

Ha pensato all'acqua del mare per raffreddare un archivio digitale in Finlandia e sta sperimentando l'impiego di acqua piovana per un altro impianto nel South Carolina. Nello Stato americano della Georgia utilizza l'acqua della rete fognaria



#### Nestlé

Nel 2013 ha speso 31 milioni di euro per nuove soluzioni di trattamento delle acque. Un percorso che ha consentito, con un investimento di 1 milione di euro, di tagliare del 60% (per tonnellata di prodotto) il consumo di acqua nello stabilimento spagnolo



#### Ford

Ha speso milioni di dollari per ridurre il consumo di acqua nei suoi stabilimenti: 2,5 milioni solo per la tecnologia di trattamento delle acque nello stabilimento di assemblaggio in Sudafrica, a Pretoria. Un sistema simile è stato installato in India e Cina

Non è l'unica. La Nestlé ha accantonato 31 milioni per progetti di trattamento delle acque mentre Rio Tinto e Bhp hanno investito in Cile tre miliardi per un dissalatore che darà acqua nelle loro miniere di rame al posto di quella della zona. Perfino Google ha speso cifre considerevoli per raffreddare i server con l'acqua marina in Finlandia o con l'acqua piovana nella Carolina del Sud (Usa). «Le aziende hanno l'obbligo verso i loro azionisti di massimizzare i profitti e si impegneranno in attività favore dell'ambiente se pensano di fare buoni affari, e poi in questo momento conviene apparire sensibili perché fa bene alle pubbliche relazioni e alla pubblicità», dichiara al *Corriere della Sera* Reginald Dale, direttore del centro di studi strategici e internazionali di Washington, un organismo impegnato sui temi ecologici. Secondo l'Onu, però, il vero grande consumatore di acqua è l'agricoltura che assorbe il 70% di quella usata, mentre il 22 va all'industria e l'8 agli usi domestici. Se si escludono i pochi Paesi come Israele attenti, anche per motivi strategici, a gestire le proprie scarse risorse, nel

### Gli interventi

Tanti i progetti per proteggere questa risorsa, dal riuso delle bottiglie di plastica ai fondi per pozzi e dissalatori

mondo l'uso dell'acqua nei campi, specie quella che arriva dai pozzi, avviene quasi senza controlli. In un rapporto del 2012 citato dal *Financial Times*, i servizi segreti americani addirittura prevedono che «nei prossimi dieci anni i problemi idrici contribuiranno a creare instabilità in stati importanti per gli interessi degli Usa». Non ci si rende conto «che stiamo esaurendo l'acqua molto prima del petrolio» dichiara al quotidiano inglese con un certo catastrofismo Peter Brabeck, presidente della Nestlé. Eppure basterebbe che i governi si impegnassero nella regolamentazione dell'uso e nella riparazione delle reti idriche per risolvere i problemi che attanagliano anche stati americani, come l'Arizona o il Nevada dove, se la situazione non cambierà, si arriverà al razionamento. Ha fiducia Reginald Dale: «Sarà la forza del mercato a contribuire a risolvere molti dei problemi ambientali, compresa la carenza d'acqua e i cambiamenti climatici. Se guardiamo al rapido progresso delle tecnologie a rispetto ambientale, si capisce che questo sta già avvenendo».

Giuseppe Guastella

© RIPRODUZIONE RISERVATA

### Tecnologia

# «La via più corta? No, la più bella». Un algoritmo italiano riscrive le mappe

MILANO — È ormai un gesto automatico, la premessa di ogni viaggio. Si sa dove si vuole andare, si dà in pasto l'indirizzo del luogo di arrivo a un navigatore satellitare — o più semplicemente a un cellulare — e gli si affida il compito di indicarci la strada. Quella più breve, certo. Perché ciò

### I tesori nascosti

I tre ricercatori: ogni giorno perdiamo dei tesori, e pensare che il percorso si allungherebbe solo del 12%

che non si può pretendere da quelle mappe è di indicarci non la strada più rapida, ma quella più bella.

Non ancora, almeno. Perché è questo che un gruppo di ricercatori italiani è riuscito a mettere a punto: una formula matematica in grado di segnalare il viaggio più suggestivo, non solo quello più funzionale. «I sistemi di mappatura tradizionali sono costruiti per massimizzare l'efficienza», spiega Rossano Schifanella, ricercatore all'Università di Torino, che insieme a Daniele Quercia e Luca Maria Aiello, entrambi scientist agli

Yahoo! Labs di Barcellona, ha messo a punto il nuovo algoritmo. «Noi abbiamo messo al centro le emozioni che il contesto urbano dà a chi lo vive».

Per capire come suggerire le rotte più sorprendenti, la squadra di ricercatori ha dovuto risolvere un problema non da poco: definire la «bellezza» dei luoghi, dar misura a ciò che misurabile non è. «E infatti abbiamo dovuto usare un'approssimazione», continua Schifanella. La prima volta, quell'approssimazione ha preso le forme di un sito, *www.urban-gems.org*, nel quale hanno inserito centinaia di immagini del centro di Londra. Ogni utente aveva la possibilità di indicare quale, tra due immagini, fosse più «bella». In questo modo, a ogni luogo veniva assegnato un punteggio, emerso dalla condivisione democratica del gusto degli utenti. A quel punto, il più era fatto: i tre ricercatori italiani hanno dovuto «solo» mettere a punto un algoritmo che calcolasse la rotta dal voto estetico più alto.

La cosa sorprendente, spiega Schifanella, è che la bellezza costa meno fatica di quanto si tema. «Abbiamo scoperto che in media, la strada più bella è solo il 12% più lunga di quella

più breve. È come se avessimo una bellezza «nascosta» in bella vista, a un passo dai nostri percorsi abituali, ma ogni giorno non ce ne accorgessimo».

I tre hanno testato il loro algoritmo su alcune città — Londra e Boston: ma Schifanella spiega che la formula

funziona anche nella sua Torino — e si stanno preparando a trasformare un progetto di ricerca in un vero e proprio prodotto. «E sarebbe una cosa bellissima», commenta l'architetto e urbanista Paolo Desideri. «Questa scoperta ci fa capire, ancora una volta, che la città contemporanea non è

fatta solo della sua componente fisica, quella che i latini chiamavano *urbs*, ma anche degli aspetti sociali, della *civitas*. È una cosa splendida, specie per le città europee: contengono universi, tutti accessibili con piccoli spostamenti».

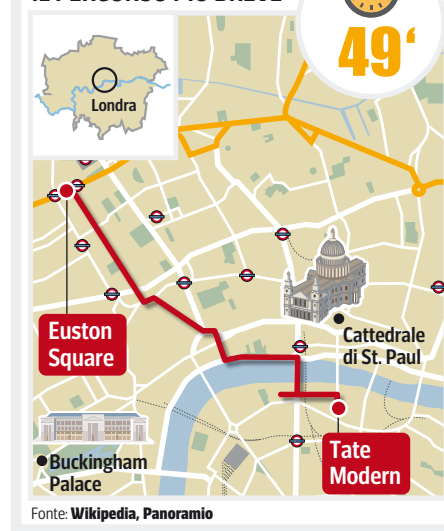
«Non so se sia un caso che a pen-

sarci sia stato un gruppo di ricercatori italiani», si schermisce Schifanella, «però il modo di vivere la città che abbiamo in Europa è di sicuro diverso da quello, per esempio, degli Stati Uniti».

Per dare giudizi di bellezza sui vari luoghi di migliaia di città, quelle do-

### Il confronto

#### IL PERCORSO PIÙ BREVE



#### IL PERCORSO PIÙ BELLO



### IL TEAM



**Daniele Quercia**  
35 anni  
Scientist agli Yahoo! Labs di Barcellona



**Rossano Schifanella**  
36 anni  
Ricercatore all'Università di Torino



**Luca Maria Aiello**  
29 anni  
Scientist agli Yahoo! Labs di Barcellona

D'ARCO

### Guardarsi attorno

Navigatori satellitari e app tendono a individuare le strade brevi, ma ignorano quello che sta intorno

ve l'algoritmo potrebbe ora funzionare, i tre italiani hanno pensato di usare il numero di foto relative a un luogo postate sul web, in siti come Flickr, e i tag associati alle immagini. Può sembrare un conteggio arido, ma non è così, spiega Schifanella. «Condividendo una foto in Rete si mette in comune la percezione che si ha di un luogo. Ed è quella percezione messa in comune, quella bellezza, che il nostro algoritmo permetterà di andare a cercare».

Davide Casati

© RIPRODUZIONE RISERVATA