Csr: Mars punta sulle rinnovabili, ma non rispetta gli impegni

12 aziende hanno firmato i **Renewable Energy Buyers' Principles**: **Bloomberg, Facebook, General Motors, Hewlett-Packard, Intel, Johnson & Johnson, Mars, Novelis, Procter and Gamble, REI, Sprint e Walmart.**

Lo scopo è quello di aprirsi nuove opportunità di collaborazione con aziende e fornitori di energia per migliorare la loro abilità nell'acquistare energia pulita nella maniera più semplice, economica e sicura. Vediamo intanto cos'è cambiato.

GRANDI AZIENDE, PROBLEMI COMUNI – Tutte insieme, le 12 aziende hanno un target di energie rinnovabili dichiarato di 8,4 MWh per anno al 2020. Ma per raggiungere il loro obiettivo hanno bisogno di un mercato pronto. Spesso i buyers di grandi dimensioni devono lavorare con fornitori di dimensioni piccole

per potersi assicurare energia a basso costo, con un aumento di complessità e di costi delle transazioni.

Il **WWF** e il **World Resources Institute** hanno riconosciuto la necessità di linee guida chiare e hanno riunito le aziende leader a stilare i Buyers' Principles. "Sono i leader del mercato nel creare domanda di energia pulita. I Principles fanno da guida ai fornitori", ha spiegato infatti Suzanne Apple del WWF. Ma non si tratta di un gruppo d'acquisto, le aziende restano autonome, ma il panorama si spera venga semplificato.

I PRINCIPLES – I Principles tengono conto di parecchi ostacoli che le grandi aziende incontrano nell'accedere all'energia pulita o nell'installare un impianto. "*Sappiamo che esiste energia a costi vantaggiosi, ma****il problema è che è troppo difficile per molte aziende acquistarla.*** *In pochi hanno le conoscenze e le risorse per accedervi, considerando le opzioni presenti oggi sul mercato e la loro complessità. La speranza è che identificando punti comuni tra tutti i buyer i principi stilati possano diventare la spinta per un cambiamento positivo nel mercato, che renda alla fine le rinnovabili più accessibili ed economiche per tutte le aziende*", ha sintetizzato **Amy Hargroves**, Director of CRS di Sprint.

DAL DIRE AL FARE… – Ma **Mars** intanto ha pubblicato il suo **report annuale di Csr**, con risultati alquanto deludenti. Gli obiettivi erano ambiziosi: eliminare al 2040 emissioni nocive e gas serra. Ma il taglio del 25% rispetto ai valori del 2007 entro il prossimo anno sembra ancora lontano, siamo al 6%, mentre le emissioni di gas serra sono scese solo del 5%.

Ma Mars comunque sembra determinata, come dimostra l'annuncio della collaborazione con Sumitomo e BNB Renewable Energy per acquistare energia per le attività in Usa da un parco eolico in Texas di 200MW, un gigante. Nel frattempo però l'azienda si è espansa e al momento è "*abbastanza efficiente dal punto di vista energetico*", il che non basta, ecco perché ora **si punta sulle rinnovabili**, di cui il simbolo è proprio incarnato da questa mossa che coinvolge il parco eolico in Texas.

Le sfide maggiori non sono però a livello di produzione (20%

della carbon footprint). Bisogna guardare piuttosto alla **supply chain**, che Mars intende rendere più sostenibile. Quest’anno l’azienda si è già impegnata a raggiungere il livello “deforestazione zero” e ad imporre ai fornitori di **tracciare la provenienza delle materie prime**, olio di palma in testa. Nei prossimi 12 mesi, dice l’azienda, saranno annunciati altri impegni ed obiettivi, ma al momento l’immagine di tante barrette prodotte con ingredienti genuini in stabilimenti efficienti e ad impatto zero sembra ancora molto lontana.