

Emissioni a domicilio

Durante la pandemia gli acquisti on line, già triplicati in pochi anni, sono esplosi. Il boom delle consegne a domicilio ha provocato **emissioni** record di CO2. Una ricerca internazionale mette sotto accusa le sei maggiori multinazionali dell'e-commerce. Da Amazon a FedEx, la strategia è compensare le **emissioni** senza ridurle. Da Londra a Los Angeles a Nuova Delhi i tentativi dei governi per regolamentare il settore e limitare l'ingresso dei corrieri inquinanti nelle città

DANIELA PASSERI a pagina 2

Foto LaPresse

E-commerce, un boom di emissioni

DANIELA PASSERI

Se aumenta il numero dei pacchi da recapitare casa per casa, aumentano i veicoli in circolazione, gli autisti, i rifiuti, l'inquinamento, il rumore, le emissioni di gas serra, le soste in doppia fila, gli ingorghi, soprattutto nelle grandi città. Però le multinazionali dell'e-commerce e delle consegne, pur consapevoli di queste conseguenze, fanno troppo poco per mitigare i loro impatti negativi e dovranno intensificare gli sforzi per elettrificare le flotte e investire in soluzioni logistiche più intelligenti ed efficienti, oltre ad essere più trasparenti nel fornire dati chiari e accessibili.

A QUESTE CONCLUSIONI GIUNGE UNO STUDIO del centro di ricerche sulle multinazionali Somo dal titolo Parcel Delivery on a Warming Planet (La consegna pacchi in un pianeta surriscaldato, dicembre 2021) che ha analizzato le politiche e gli obiettivi di sei multinazionali dell'e-commerce e delle consegne (Amazon, Deutsche Post DHL Group, FedEx, Flipkart, UPS, e Walmart) presenti in Nord America, Europa e India e ha descritto alcune politiche adottate in tre grandi metropoli: Londra, Delhi e Los Angeles. Il boom del commercio elettronico e delle consegne a domicilio, i cui volumi sono triplicati a livello globale tra il 2014 e il 2019, e poi aumentati ulteriormente per effetto della pandemia dal 2020, si fa sentire particolarmente sul cosiddetto "ultimo miglio", cioè il tratto finale della catena di distribuzione che va dall'ultimo magazzino dell'azienda produttrice/distributrice all'indirizzo di casa del consumatore. È Sull'ultimo miglio che Somo ha voluto indagare, essendo il tratto non solo più costoso (incide per un terzo sui costi di spedizione, secondo il World Economic Forum, Wef) ma anche quello a più elevato consumo di energia dell'intera catena di distribuzione. Ed è anche il segmento sul quale le politiche delle autorità locali possono incidere più efficacemente per regolare il settore. Senza interventi normativi, fa notare il Wef, «l'aumento dell'e-commerce e del traffico dell'ultimo miglio creerà seri problemi nelle città in termini di ingorghi, inquinamento e impatti climatici».

QUANTO AI BUONI PROPOSITI delle sei compagnie sotto esa-

me, solo Walmart si è posta l'obiettivo "zero-emissioni" entro il 2040, che è il più ambizioso perché implica l'eliminazione di tutti i gas serra dalle proprie attività di distribuzione, incluse quelle delle compagnie sussidiarie come Flipkart. Invece, Amazon e il gruppo Deutsche Post DHL perseguono l'obiettivo "emissioni net-zero", che non implica di per sé l'eliminazione dei gas serra, ma la loro compensazione con investimenti in rinnovabili o in forestazione con il sistema dei crediti di carbonio. Infine, FedEx e UPS puntano alla "carbon neutrality" che, oltre al trucco delle compensazioni, non prende in considerazione emissioni diverse dall'anidride carbonica, come il protossido d'azoto (N₂O) e il metano (CH₄), che invece sono rilevanti per la qualità dell'aria. La scarsa ambizione degli obiettivi è dimostrata dal fatto che le emissioni, dal 2016 al 2020, sono state stabili per DHL, FedEx e Walmart, mentre sono aumentate per Amazon e UPS (per Flipkart non ci sono dati). Per avere un ordine di grandezza, le emissioni globali di Amazon (2020) sono state pari a 60 milioni di tonnellate CO₂-equivalenti, circa un settimo del totale delle emissioni dell'Italia (2019).

NEL PROSSIMO DECENNIO IL NUMERO di veicoli per le consegne è previsto in aumento del 36%, ma l'elettrificazione delle flotte - ammesso che sia la soluzione - è ancora tutta la fare: Deutsche Post DHL usa solo il 14,5% di veicoli elettrici (2020), mentre FedEx, Amazon e Flipkart ne hanno in dotazione quantità insignificanti, rispettivamente 500, 1800 e 2000 in tutto il mondo. Flipkart e FedEx promettono flotte 100% elettriche rispettivamente entro il 2030 e 2040, Walmart afferma di voler utilizzare anche il diesel rinnovabile, oltre a veicoli elettrici e ad idrogeno, mentre Deutsche Post DHL ha annunciato in marzo che elettrificherà il 60% delle flotte dell'ultimo miglio entro il 2030, rimangiandosi le promesse fatte nel 2017 (70% entro il 2025), però estendendo il target anche ai sub-fornitori. Amazon non ha uno specifico target, ma promette di introdurre 100 mila veicoli elettrici nel mondo entro il 2030, UPS circa 10 mila, ma specificando che il target è «aspirational», ovvero solo intenzionale.

SE I FATTORINI DEL FUTURO SARANNO droni o robot (già in sperimentazione) non è ancora chiaro. Secondo lo studio di Somo, devono essere le autorità locali a mettere in atto azioni per ridurre l'impatto delle consegne e riportare ordine in un settore cresciuto sproporzionatamente senza criteri-guida. Per ridurre emissioni e costi, in alcune grandi città come Londra, si stanno sperimentando soluzioni logistiche alternative, come centri di distribuzione nei quartieri dove ciascun cliente va a prendere il proprio pacco perché il lusso di farselo recapitare a casa o in ufficio sta diventando insostenibile. Amazon sta pensando anche ad un giorno settimanale di consegna nel quale ac-

corpore in un'unica spedizione i diversi ordini di chi alla tastiera si lascia andare ad acquisti compulsivi.

Acquisti on line, uno studio sulle sei maggiori multinazionali delle consegne a domicilio. Inquinamento alle stelle. Amazon guida la lista nera



Nel 2019 Amazon si è impegnata a raggiungere le **emissioni zero** nel 2040. Ma il suo piano è stato criticato da Greenpeace.



A Delhi ancora pochi veicoli elettrici

Con il suo triste primato di seconda città più inquinata al mondo (dopo Dhaka, in Bangladesh), Delhi, 20 milioni di abitanti, sulla carta si è data una politica di incentivazione all'acquisto di veicoli elettrici, in particolare a due ruote e per il trasporto merci, per arrivare ad immatricolarne il 25% entro il 2024. Tuttavia, secondo i dati esaminati da Somo, è improbabile che la città riesca a centrare questo obiettivo con l'attuale ritmo: a oggi, sono stati venduti solo 19 mila veicoli elettrici a tre ruote e 75 mila a due ruote. I sussidi messi a disposizione dal governo di Delhi (13,4 milioni di dollari) sono insufficienti a coprire la differenza di prezzo tra i modelli convenzionali a combustione interna e quelli elettrici. Anche gli obiettivi che si sono date le multinazionali non sono all'altezza della sfida: Amazon dichiara di voler introdurre in tutta l'India solo 10 mila veicoli elettrici per le consegne, mentre Flipkart intende usare una flotta di 25 mila veicoli elettrici per arrivare a elettrificare completamente i suoi servizi di consegna entro il 2030. L'introduzione di pochi veicoli elettrici nelle città può migliorare leggermente la qualità dell'aria, ma non incide né sulla congestione urbana né sulla riduzione delle **emissioni** che alterano il clima.

