



Olio di palma sostenibile?



Care lettrici, cari lettori!

La domanda di olio è in fortissimo aumento – almeno per quanto riguarda l'olio di palma. Senza quasi accorgercene, l'olio di palma è diventato un elemento fisso della nostra vita, ormai lo contiene un prodotto su due nei nostri supermercati, con tendenza in aumento. L'olio di palma ha, infatti, un'elevata economicità, poiché le piante oleaginose hanno una resa maggiore e sono più facili da coltivare rispetto ad altri semi oleaginosi.

A livello di paese, i produttori principali di olio di palma sono Indonesia e Malesia. In entrambi i paesi negli ultimi decenni sono state disboscate a ritmi sostenuti le foreste primarie, vale a dire le foreste tropicali, e al loro posto sono state create delle monoculture di olio di palma. Ciò ha contribuito enormemente al rischio di estinzione di diverse specie animali. In questo contesto va evidenziato, per esempio, un significativo calo della popolazione delle tigri e degli oranghi.

La Tavola Rotonda per l'Olio di Palma Sostenibile ovvero "Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO)" nata nel 2004 ha come obiettivo la produzione sostenibile di olio di palma. Alcune ONG, tuttavia, non ritengono sufficienti le regole della RSPO, in particolare per quanto concerne il disboscamento delle foreste primarie.

Molti noti produttori di margarina, creme spalmabili al cioccolato, pizze surgelate, gel doccia & co. si sono posti come obiettivo quello di acquistare l'olio di palma utilizzato nei loro processi di produzione da fonti certificate, sostenibili entro il 2015. Per il team della sostenibilità di Raiffeisen Capital Management* un buon momento per contattare le aziende e indagare i progressi del loro impegno.

Il vostro Wolfgang Pinner

* Per Raiffeisen Capital Management si intende Raiffeisen Kapitalanlage GmbH

Contenuto

Pagina 2:
Il tema dell'olio di palma

Pagina 4:
Valutazione della sostenibilità e olio di palma

Pagina 6:
Società del mese – Procter & Gamble

Mag. Wolfgang Pinner è a capo del dipartimento Investimenti sostenibili (Sustainable and Responsible Investment) di Raiffeisen Capital Management da novembre 2013.



Considerazioni sull'olio di palma

Circa un terzo della domanda globale di olio vegetale viene coperto dall'olio di palma. L'olio di palma viene utilizzato in diversi gruppi di prodotto. Tra questi, per esempio, i generi alimentari e voluttuari (olio da insalata e da cucina, margarina), cibi precotti (pasta precotta) e cosmetici o detersivi. In Asia e Africa l'olio di palma spesso viene usato anche come grasso alimentare. Per la maggior parte dei prodotti interessati presenti nei nostri supermercati, tuttavia, non esiste nessun obbligo di etichettatura riguardo all'aggiunta di olio di palma.



Le piante oleaginose hanno una resa elevata e producono frutti tutto l'anno. La polpa del frutto della palma da olio contiene olio di palma e olio di palmisti crudo. Nel 2013 sono stati prodotti circa 56 mio. di tonnellate di olio di palma e olio di palmisti a livello mondiale. Il 50% proviene dall'Indonesia e il 34% dalla Malesia. Nel frattempo, l'Indonesia esporta oltre il 50%

dell'olio di palma prodotto, nel 2012 ciò era pari a 18,1 mio. di tonnellate su 26,5. Al momento, l'aumento maggiore in termini di terreni per nuove piantagioni di palme da olio lo si sta registrando nei paesi dell'Africa centrale e occidentale.

La Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO) attualmente conta 2.311 membri. Tra questi troviamo diversi gruppi come organizzazioni per la tutela dell'ambiente, banche, grossisti e produttori di olio di palma. Al momento, la superficie coltivabile certificata RSPO è pari a 2,58 mio. di ettari, il che corrisponde al 20% della produzione globale. Una critica che spesso viene mossa alla RSPO è l'impossibilità della completa tracciabilità dell'olio di palma importato. Inoltre, si garantisce solo la conservazione delle foreste ad alto valore di conservazione, l'ente viene dominato da imprese commerciali e non da organizzazioni ambientali e sociali. Negli ultimi anni, l'offerta di olio di palma certificato è stata maggiore della domanda, il prezzo dell'olio di palma certificato è superiore del 10% circa rispetto a quello dell'olio tradizionale.

Investire Sostenibile



Documento di marketing di Raiffeisen Capital Management

www.rcm.at | www.rcm-international.com

L'importanza del tema dell'olio di palma per le dimensioni della sostenibilità ESG:

E (Ambiente):

Il disboscamento delle foreste primarie distrugge l'habitat di numerose specie animali già a rischio di estinzione. Bisogna salvaguardare anche le specie vegetali in via di estinzione. Riguardo ai terreni deforestati spesso si tratta di suoli torbosi ricchi di carbonio, sui quali vengono insediate piantagioni di palme da olio. Questo può causare il rilascio di CO₂ fissato nel suolo. La coltivazione sostenibile delle piante oleaginose garantisce, dunque, la tutela dell'acqua, del terreno e dell'aria, tra l'altro grazie alla rinuncia alla deforestazione mediante incendi.

S (Sociale):

Per le regioni interessate, la produzione di olio di palma significa nuove fonti di entrate e posti di lavoro, ma anche l'emergere del problema del cosiddetto "land grabbing", in particolare sul continente africano. In questo senso, vengono spesso violati i diritti di utilizzo dei terreni e di proprietà. In alcune piantagioni è stato inoltre riscontrato lo sfruttamento del lavoro minorile.

G (Governance):

Il controllo delle piantagioni da parte di esaminatori indipendenti e autorizzati costituisce una misura fondamentale contro il problema della corruzione latente presente in alcuni paesi.

L'olio di palma certificato può avere diverse forme. Quella più ambiziosa è la stretta divisione fisica dell'olio di palma certificato proveniente dalle piantagioni, questo olio non viene misciato nel frantoio. Oltre a ciò, esiste la miscelazione controllata esclusivamente di olio di palma certificato di origini varie o di olio di palma certificato con olio di palma convenzionale e, infine, la variante meno ambiziosa, cioè il commercio dei certificati. In questo caso, l'azienda acquista virtualmente un certificato.





Valutazione della sostenibilità e olio di palma

Il forte aumento nell'ultimo periodo dell'utilizzo di olio di palma nella produzione di diversi beni di uso quotidiano ha fatto sì che la domanda abbia determinato un aumento delle superfici coltivate. Sulla base degli effetti negativi connessi, in particolare per l'ambiente, bisogna quindi indagare, da un lato, l'uso dell'olio di palma in generale e, dall'altro, la possibilità di sostituirlo completamente con olio di palma prodotto in modo sostenibile.



Al centro del processo di engagement tematico del team della sostenibilità di Raiffeisen Capital Management questa volta troviamo i grandi produttori di articoli di marca a livello mondiale e le loro strategie legate all'uso sostenibile dell'olio di palma:

- L'olio di palma viene utilizzato in un numero sempre più grande di prodotti nei diversi settori di vita. Quali sono i vantaggi particolari dell'olio di palma nell'ambito della vostra produzione / per la vostra gamma prodotti, quali altre sostanze sono state sostituite dall'olio di palma nel recente periodo?
- Molti gruppi si sono posti degli obiettivi ambiziosi negli ultimi anni per quanto riguarda l'acquisto e la sostituzione dell'olio di palma convenzionale con olio di palma prodotto in modo sostenibile. Potete illustrare il vostro commitment e la vostra posizione nell'ambito dell'implementazione?
- Quali sono, secondo voi, le certificazioni e le iniziative importanti in relazione all'olio di palma sostenibile? Di quali organizzazioni di questo tipo fate parte? Secondo voi, sono sufficienti le direttive della RSPO per garantire una produzione sostenibile dell'olio di palma?

Investire Sostenibile



Documento di marketing di Raiffeisen Capital Management

www.rcm.at | www.rcm-international.com

Tre quarti circa degli emittenti contattati durante il nostro processo di engagement ci hanno fornito un feedback.

La maggior parte delle aziende da noi contattate utilizzano olio di palma nella produzione alimentare. Henkel è un'eccezione e utilizza l'olio di palmito come materia prima per i tensioattivi. La società utilizza l'olio di palma nella produzione di saponi, così come il concorrente Reckitt Benckiser.

Riguardo agli obiettivi comunicati dalle aziende in materia di acquisti sostenibili di olio di palma è importante prestare attenzione ai dettagli. Perché, come illustrato, l'olio di palma certificato si presenta in quattro forme diverse.



Dal feedback del nostro dialogo con le aziende è chiaramente emerso che l'acquisto di certificati al fine di imputarli al quantitativo acquistato di olio di palma per molte aziende rappresenta solo una soluzione temporanea. Alla fine, si tratta della tracciabilità della catena di distribuzione, vale a dire, da quale frantoio e da quale piantagione proviene l'olio di palma. Nell'esercizio 2014, Nestlé ha dichiarato che l'82% dell'olio di palma acquistato poteva essere attribuito a un frantoio e il 13% a una piantagione.

Alla fine sarebbe bene assicurare che nel prodotto finale ci sia, in effetti, fisicamente dell'olio certificato. Tutti gli altri modelli sono da vedere solo come soluzione temporanea. Alcuni produttori ultimamente hanno modificato le loro strategie per l'acquisto sostenibile di olio di palma. Henkel, per esempio, con il suo focus sull'olio di palmiti vuole implementare un totale ri-orientamento entro il 2020. Anche altre società come Unilever o Procter & Gamble (P&G) vogliono essere completamente trasparenti e sostenibili in materia di acquisto di olio di palma entro il 2020.

Nonostante i punti deboli esistenti, la RSPO viene accettata come l'associazione più importante nell'ambito dell'olio di palma sostenibile. Inoltre, esiste anche il POIG („Palm Oil Innovation Group“) creato nell'ambito della RSPO e il „Forum sull'olio di palma sostenibile“ („Forum Nachhaltiges Palmöl“) che si focalizza sulla produzione dei generi alimentari. Alcune imprese come Danone, Nestlé o Reckitt Benckiser fanno parte dell'ONG ambientale „The Forest Trust“.

Conclusione: Attualmente Raiffeisen Capital Management investe in Henkel e Procter & Gamble. Per quanto riguarda il tema dell'utilizzo sostenibile dell'olio di palma, le società ottengono rispettivamente risultati superiori alla media e in linea con la media.



Società in primo piano Procter & Gamble

Il gruppo americano produttore di beni di consumo con sede principale in Ohio è stato fondato nel 1837. L'azienda ha circa 118.000 dipendenti. Tra i marchi più conosciuti del gruppo ci sono Always, Ariel, Braun, Fairy, Febreze, Gillette, Oral-B, Welle e Wick.

Olio di palma:

P&G è il secondo maggiore acquirente di olio di palma al mondo dopo Unilever. Gli obiettivi del gruppo in materia di uso sostenibile dell'olio di palma sono in linea con la media del settore. Fino alla fine del 2015 si vuole assicurare la completa tracciabilità della catena di distribuzione fino ai frantoi e fino al 2020 si vuole escludere qualsiasi tipo di disboscamento nell'ambito dell'intero processo di approvvigionamento di olio di palma.

Nell'esercizio 2012/2013, il 13% del consumo di olio di palma era certificato RSPO, tuttavia, in base alle forme di certificazione meno stringenti (miscelazione di olio di palma certificato con quello convenzionale e commercio dei certificati). P&G si impegna fortemente a convincere i suoi fornitori ad adottare le regole RSPO. Nel 2014 l'azienda ha iniziato a cooperare con il "Malaysia Institute for Supply Chain Innovation" con l'obiettivo di migliorare la collaborazione con i piccoli agricoltori locali.



Investire Sostenibile



Documento di marketing di Raiffeisen Capital Management

www.rcm.at | www.rcm-international.com

Cambiamento climatico:

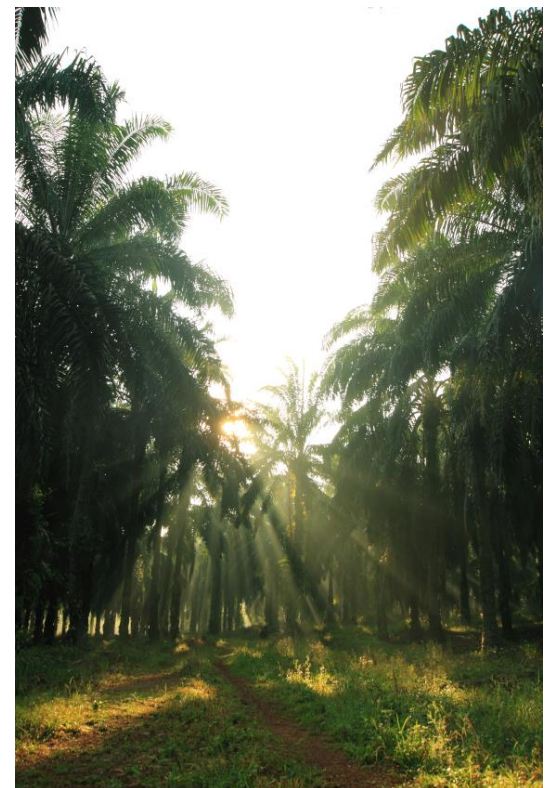
La società ha intrapreso sforzi significativi per ridurre la sua impronta di CO₂. Per la valutazione a livello di gruppo dell'impronta sono state effettuate analisi del ciclo di vita dei singoli elementi della gamma prodotti. Le misure finora implementate riguardano la selezione delle materie prime, la lavorazione, il trasporto e il design del prodotto. Grazie alle misure preventive si riduce inoltre la dipendenza dalle variazioni dei prezzi dell'energia. Partendo dall'anno 2010, P&G vuole attuare una significativa riduzione della quantità degli imballaggi (-20%) e dei materiali derivati dal petrolio (-25%) entro il 2020. Nel periodo menzionato, si intende ridurre del 20% anche il consumo energetico in fase di produzione. Inoltre, va evidenziato che P&G entro il 2020 intende acquistare il 30% del suo fabbisogno energetico da fonti rinnovabili e che dal 2010 i fornitori principali vengono sottoposti a una valutazione ambientale.

Innovazione di prodotto sostenibile:

Nel 2014 le spese di ricerca e sviluppo di P&G nell'ambito dell'innovazione di prodotto erano pari al 2,4% del fatturato. Il tema dell'innovazione di prodotto sostenibile era stato presentato in dettaglio l'ultima volta nell'esercizio 2011/2012, allora la percentuale era pari al 31% delle vendite totali. Da allora non era più stato pubblicato nessun dettaglio.

Governance:

In relazione alla corporate governance della società è utile sottolineare che P&G si avvale dell'attuale ufficio di revisione già da 125 anni. Inoltre, la funzione di amministratore delegato e di presidente del consiglio di amministrazione viene rivestita dalla stessa persona. Entrambe sono soluzioni subottimali da un punto di vista della corporate governance.



Investire Sostenibile



Documento di marketing di Raiffeisen Capital Management

www.rcm.at | www.rcm-international.com



Wolfgang Pinner,
responsabile SRI:

In realtà, l'olio di palma
ci ricorda le vacanze...

Esistono veramente i temi che hanno bisogno di molto tempo prima di raggiungere visibilità pubblica. Al più tardi quando un politico di un paese europeo lancia l'allarme sul consumo di una crema spalmabile al cioccolato e alla nocciola e, di conseguenza, scatena una protesta nel paese di origine della crema da spalmare, è arrivato il momento di discuterne. L'olio di palma è sulla bocca di tutti, e ciò nel vero senso della parola. Perché è difficile immaginare quanti prodotti alimentari lo contengano nel frattempo. Se si guarda ai danni causati dal boom dell'olio di palma nel sudest asiatico all'habitat naturale di animali e uomini, uno potrebbe veramente sentirsi male.

La ricerca di efficienza e una produzione sempre più conveniente continua a muovere le persone. E le palme crescono molto velocemente, purtroppo esattamente in quelle regioni, in cui fino a poco fa si trovavano ancora le foreste primarie, cioè le foreste tropicali. In questo contesto, le tigri e gli oranghi sono probabilmente solo le vittime più visibili e subito riconoscibili. Dietro troviamo una serie infinita di piante e animali colpite.

L'approccio verso una produzione sostenibile di olio di palma è ancora "in fasce", cosa che purtroppo vale evidentemente anche per alcuni dei lavoratori presso le piantagioni ...



Christian Loy,
Analista della sostenibilità RFU

Olio di palma –
Ampiezza e profondità
del discorso in breve

Il risultato di una valutazione della sostenibilità dell'olio di palma dipende da alcune determinanti importanti. Il giudizio sulla sostenibilità ecologica viene influenzato in modo significativo dai terreni sui quali si trova la piantagione e se le acque di scarico dei frantoi rilasciano metano. La RSPO è un primo importante passo che, però, copre in modo insufficiente proprio questi fattori. Il vantaggio che l'olio di palma potrebbe teoricamente generare proprio grazie alla sua resa superiore finora viene annullato dalle modifiche dirette e indirette riguardanti l'utilizzo dei terreni. Per uno sviluppo sostenibile sembra essere molto più opportuno il rafforzamento esplicito delle piccole aziende agricole del sostegno dei produttori più grandi.

Il dibattito sull'uso di olio di palma come biocarburante dimostra che la sostituzione delle risorse esauribili con materie prime rinnovabili non tenga conto della natura limitata dei terreni. Non è, tuttavia, sufficiente valutare la sostenibilità esclusivamente da un punto di vista produttivo. Dietro all'aumento della domanda non troviamo modelli alimentari e di mobilità a prova di futuro nei paesi industrializzati. Per il rating di sostenibilità delle imprese dell'industria alimentare e della mobilità non è, dunque, solo rilevante sapere in che misura l'acquisto delle materie prime avvenga in modo sociale ed ecologico, ma soprattutto anche come sono da valutare i loro prodotti nell'ambito di modelli alimentari e di mobilità in generale.

Investire Sostenibile



Documento di marketing di Raiffeisen Capital Management

www.rcm.at | www.rcm-international.com

Fondi sostenibili

Gli investitori che vogliono investire nei fondi d'investimento sostenibili possono scegliere tra un fondo obbligazionario orientato alla sicurezza nel segmento delle scadenze a breve termine, un fondo bilanciato orientato al rendimento che investe in obbligazioni e azioni e un fondo azionario globale orientato alla crescita:

I fondi sostenibili di Raiffeisen investono solo in titoli che sono classificati come sostenibili secondo criteri sociali, ecologici ed etici. Allo stesso tempo, non si investe in particolari settori come gli armamenti o l'ingegneria genetica vegetale oltre che nelle aziende che violano i diritti del lavoro e i diritti umani.

- Raiffeisen Sostenibile Breve Termine
- Raiffeisen Bilanciato Sostenibile
- Raiffeisen Azionario Sostenibile
-

Raiffeisen Sostenibile Breve Termine	
Fondo obbligazionario	
Orizzonte d'investimento consigliato: 3 anni	
Obiettivo d'investimento: rendimenti regolari	

Raiffeisen Bilanciato Sostenibile	Raiffeisen Azionario Sostenibile
Fondo bilanciato	Fondo azionario
Orizzonte d'investimento consigliato: 8 anni	Orizzonte d'investimento consigliato: 10 anni
Obiettivo d'investimento: crescita moderata del capitale	Obiettivo d'investimento: crescita del capitale nel lungo periodo dietro accettazione di rischi maggiori

Gli investimenti in fondi sono connessi a rischi maggiori, perdite del capitale investito non possono essere escluse.

Il Raiffeisen Azionario Sostenibile presenta una volatilità elevata, vale a dire che il valore delle quote può essere esposto anche in tempi brevi ad ampie oscillazioni verso l'alto o il basso. Nell'ambito della strategia d'investimento del Raiffeisen Bilanciato Sostenibile è possibile investire in derivati in misura sostanziale (con i rischi che ne conseguono).

I prospetti pubblicati e i documenti contenenti le informazioni per i clienti (Informazioni chiave per gli investitori) dei fondi della Raiffeisen Kapitalanlage GmbH sono disponibili in lingua tedesca sul sito www.rcm.at.

InvestireSostenibile



Documento di marketing di Raiffeisen Capital Management

www.rcm.at | www.rcm-international.com

Avvertenze legi

Il presente documento è stato redatto e realizzato da Raiffeisen Kapitalanlage-Gesellschaft m.b.H., Vienna, Austria ("Raiffeisen Capital Management" ovvero "Raiffeisen KAG"). Le informazioni in esso riportate, nonostante la cura posta nelle ricerche, sono destinate esclusivamente a scopi di informazione senza alcun impegno. Esse si basano sullo stato della conoscenza delle persone incaricate della stesura al momento della loro elaborazione e possono essere in qualsiasi momento e senza ulteriore preavviso modificate da Raiffeisen KAG. È esclusa qualsiasi responsabilità di RIFA in relazione al presente documento ed alla presentazione verbale basata sullo stesso, in particolar modo per quanto riguarda l'attualità, la veridicità o la completezza delle informazioni messe a disposizione ovvero delle fonti, nonché per quanto riguarda l'avverarsi delle previsioni in esso espresse. Allo stesso modo, eventuali previsioni ovvero simulazioni riportate sulla base di andamenti registrati in passato non costituiscono un indicatore affidabile per gli andamenti futuri.

Il contenuto del presente documento non rappresenta un'offerta, né una proposta di acquisto o di vendita, né un'analisi degli investimenti. In particolare, esso non può sostituire la consulenza di investimento personalizzata né qualsiasi altro tipo di consulenza. Nel caso lei sia interessato ad un prodotto specifico, unitamente al suo consulente, anche noi saremmo lieti di fornirle per questo prodotto, prima di qualsiasi sottoscrizione, il prospetto completo o le informazioni per l'investitore previste in base alla sezione 21 della legge austriaca sui fondi d'investimento (AIFMG). Investimenti concreti non dovrebbero venir effettuati prima di un incontro con il suo consulente e senza una discussione e analisi del prospetto completo o delle informazioni per l'investitore previste in base alla sezione 21 della legge austriaca sui fondi d'investimento (AIFMG).

Si ricorda espressamente che le operazioni di investimento in titoli possono essere accompagnate da rischi elevati e che il loro trattamento fiscale dipende dalla situazione personale dell'investitore, oltre ad essere soggetto a modificazioni future. La

riproduzione di informazioni o di dati ed in particolare l'utilizzazione di testi, parti di testi o di immagini contenuti nel presente documento è ammessa soltanto previo consenso di Raiffeisen Kapitalanlage-Gesellschaft m.b.H.

Impressum

Redazione: Zentrale Raiffeisen Werbung,
1030 Wien, Am Stadtpark 9
Documento prodotto da Raiffeisen Kapitalanlage
GmbH, Mooslackengasse 12, 1190 Wien
Responsabile del contenuto: Raiffeisen Kapitalanlage
GmbH, Mooslackengasse 12, 1190 Wien

Contenuti: Informazioni su fondi d'investimento, mercati dei capitali e sull'investimento; per informazioni supplementari in accordo con la regolamentazione austriaca sui mezzi d'informazione consultare l'impressum su www.rcm.at.

Coordinamento: Mag. (FH) Sabine Sedlacek
Autore: Mag. Wolfgang Pinner
Foto: Mag. Sabine Schneider, iStockphoto

Chiusura redazionale: 24. Agosto 2015

Questo è un documento di marketing della
Raiffeisen Kapitalanlage GmbH.



Raiffeisen Capital Management è il marchio che rappresenta le seguenti società:

Raiffeisen Kapitalanlage GmbH
Raiffeisen Immobilien Kapitalanlage GmbH
Raiffeisen Salzburg Invest Kapitalanlage GmbH

Per favore pensa all'ambiente prima di stampare.