

Potenze alimentari

Frank Mulder e Mitchell van de Klundert, De Groene Amsterdammer
Foto di Jonas Bendiksen

Il mercato globale delle materie prime per l'industria alimentare è dominato da quattro multinazionali praticamente sconosciute. Che orientano i prezzi in gran parte del mondo e influiscono sulle regole del settore

“Noi siamo la farina nel vostro pane, il grano nei vostri spaghetti, il sale sulle vostre patatine fritte. Siamo il mais nelle vostre tortillas, la cioccolata nei vostri dessert, lo zucchero nelle vostre bibite. Siamo l'olio sulle insalate e la carne sul vostro piatto. Siamo il cotone nei vostri vestiti, l'adesivo della vostra moquette e il fertilizzante sui vostri campi”.

L'azienda dietro a questa brochure fa parte di un gruppo di multinazionali che dominano il commercio globale delle materie prime per l'industria alimentare. Hanno un giro d'affari enorme, ma stranamente quasi nessuno conosce i loro nomi. Eppure è grazie a loro che i prodotti alimentari raggiungono ogni giorno le nostre tavole. Queste quattro aziende controllano il 70 per cento del commercio mondiale del grano. Il loro fatturato annuale è paragonabile al pil di un intero paese: si aggira complessivamente intorno ai 250 miliardi di euro, quasi la metà del pil dei Paesi Bassi. Si chiamano Adm, Bunge, Cargill e Louis Dreyfus, e in genere sono raggruppate nell'acronimo Abcd.

Proviamo a considerare le quattro aziende come fossero effettivamente quattro paesi. Sono comunità di persone che insieme possiedono terreni coltivati e beni, valorizzati attraverso il lavoro e il sapere.

Hanno una loro storia, una loro politica, una loro lingua, i loro problemi. Hanno perfino qualcosa che si potrebbe definire una cultura o una fede religiosa. Sono paesi che quasi non dispongono di territorio, a eccezione di porti, uffici e fabbriche. In questo senso sono come Singapore o Dubai: piccoli, con molti lavoratori stranieri e un enorme reddito pro capite.

Nei paesi Abcd non c'è libertà di stampa: le notizie sono controllate rigidamente dai ministeri dell'informazione, e i giornalisti sono sottoposti alla censura. Nel resto del mondo la maggior parte delle persone non sa neanche che esistono questi paesi. A volte gli abitanti sono disposti a parlare, ma quasi sempre in forma anonima. “Se citi il mio nome perdo il lavoro”, ci ha detto nel marzo del 2016 un dipendente della Cargill durante un evento dedicato al settore cerealicolo a Wageningen, nei Paesi Bassi, la culla di questi giganti alimentari. Sulla Spuistraat, nel centro di Amsterdam, c'è un

palazzo monumentale che ha inciso sopra il portone “Bungehuis”. L'edificio fu costruito nel 1925 per ospitare la sede europea della Bunge, che all'epoca aveva già 107 anni e oggi è una multinazionale con un fatturato di 40 miliardi di euro. Fondata nel 1818 ad Amsterdam da Peter Gotlieb Bunge, all'inizio comprava e rivendeva soprattutto cereali, ma ben presto riuscì a estendere il suo raggio d'azione e aprì sedi in Argentina e in Brasile, dove c'erano campi di grano sconfinati. Fino a poco tempo fa il Bungehuis era di proprietà dell'università di Amsterdam e nel 2015 è stato anche occupato dagli studenti. In futuro, invece, diventerà un albergo di lusso. La Bunge ha trasferito da tempo la sua sede europea a Ginevra, mentre quella internazionale è a White Plains, negli Stati Uniti.

Concorrenza statunitense

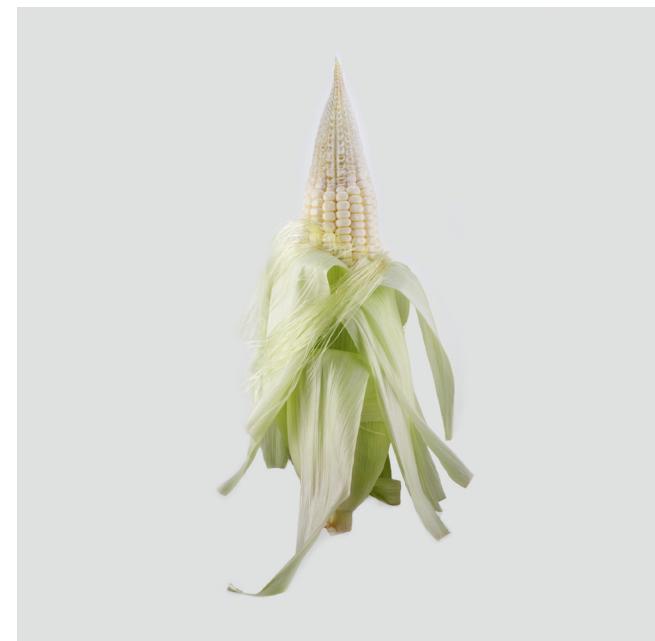
Ad Amsterdam, comunque, c'è ancora una concorrente della Bunge. La Louis Dreyfus Company, fondata nel 1851 in Francia da Louis Dreyfus, ha la sua sede centrale a Zuidas, un nuovo quartiere nella zona meridionale della città. Nel 2015 ha registrato un fatturato di 51 miliardi di euro. Dopo la loro fondazione, la Bunge e la Dreyfus dovettero fare i conti con la concorrenza degli statunitensi. Nel 1865 William W. Cargill fondò l'odierna Cargill, un impero gestito dal Minnesota che nel 2015 ha fatturato 111 miliardi di euro. La Archer Daniel Midland Company (Adm) è nata invece nel 1902. La

Da sapere

Entrate miliardarie

Fatturato annuo, miliardi di euro

	2015
Bunge	40,3
Louis Dreyfus	51,7
Adm	62,9
Cargill	111,8



MAGNUM/CONTRASTO (4)

sede centrale è a Chicago e il suo fatturato del 2015 è stato di 62 miliardi di euro.

Il territorio dei paesi Abcd è sorprendentemente ristretto. Direttamente non coltivano quasi niente, ma comprano e vendono grandi quantità di prodotti alimentari di base. Agli inizi, nell'ottocento, installarono impianti di trasbordo per il grano lungo le ferrovie appena costruite. Oggi gestiscono enormi reti logistiche formate da migliaia di uffici in tutto il mondo, treni merci, impianti, silos, navi e tir. Queste reti sono la loro base, perché è essenziale che un'azienda sia affidabile nelle consegne di grandi volumi di merci. Ma intorno a

questo nucleo le aziende hanno sviluppato molte altre attività. Sono nell'intera catena delle materie prime alimentari: dall'acquisto alla logistica e dalla trasformazione alla vendita, più tutti i servizi collegati alle varie fasi. Forniscono semi, fertilizzanti e consulenza agricola, e spesso trasformano le materie prime. Inoltre offrono polizze assicurative con cui gli agricoltori possono tutelarsi contro i cattivi raccolti o i rischi legati ai cambi monetari.

Anche se queste quattro grandi aziende lavorano allo stesso modo, hanno strutture societarie molto diverse. L'Adm e la Bunge sono quotate in borsa, al contrario della

Cargill e della Louis Dreyfus, che sono controllate da due dinastie familiari e non sono obbligate a fornire informazioni dettagliate sui loro conti. Il fatto che abbiano un territorio limitato non significa che per loro la geografia non sia importante. Al contrario, un'azienda come la Cargill considera solo la geografia, come scrive Brewster Kneen nel suo libro del 2001 *Invisible giant: Cargill and its transnational strategies*. Secondo Kneen la mappa mondiale della Cargill non indica confini nazionali ed entità politiche, ma zone climatiche, tipologie di terreno, mari, fiumi, porti e autostrade. Le entità politiche sono secondarie: la Cargill ci fa

affari ma preferisce evitarle. Nell'espansione verso nuove geografie, la Cargill pensa in termini di "teste di ponte". Per esempio, compra a un prezzo vantaggioso un'allevamento di polli in Indonesia. L'eventuale profitto non viene distribuito agli azionisti, ma reinvestito in una nuova zona da conquistare.

Ma cerchiamo di capire meglio la struttura delle Abcd. Cosa fanno tutto il giorno i dipendenti? Lo chiediamo a Michiel Hendriksz, un ex responsabile dell'Adm per gli acquisti di cacao in Africa occidentale. Oggi vive a Losanna, il centro economico del commercio alimentare, dove gestisce una fondazione che ha lo scopo di migliorare le condizioni degli agricoltori in Africa. Nel mezzo di un caotico trasloco del suo piccolo ufficio, Hendriksz ci racconta le vicende dell'Adm. "L'azienda è gestita da Chicago e ha un presidente per ogni divisione. Ogni sezione segue prodotti specifici, come oli di semi (girasole, soia), oli tropicali (palma, cocco), mais per mangimi, etanolo, riso. C'è anche una suddivisione per area geografica, con a capo un vicepresidente. Ognuno ha 'il libro', cioè il registro di cosa compra e cosa vende. Si commercia in autonomia, ma all'interno delle linee guida stabilite da Chicago".

Il commercio del cacao si svolge a ritmi altissimi. "Tutto avviene per telefono e su internet. Per esempio arriva una telefonata dalla Nestlé: 'Nel maggio del 2017 vogliamo mille tonnellate di burro di cacao a determinate condizioni di pagamento'. Un tempo il pagamento era spesso in contanti, ora è a credito. È una quantità enorme e devi subito metterti in moto. Altrimenti ti dicono che se ne vanno dalla Cargill e tu devi convincerli che farebbero uno sbaglio. In questo contesto i rapporti personali sono molto importanti".

In Africa occidentale l'Adm aveva una serie di fornitori e clienti fissi. "Fai una stima e compri dagli esportatori. Una parte anche dai commercianti locali e dalle cooperative. Poi trasformi tutto nel tuo stabilimento, prima di consegnare ai fabbricanti di cioccolato". Peraltra il cacao è un caso un po' atipico, dice Hendriksz: "Nella maggior parte dei settori in cui è attiva l'Adm, come quelli del mais o del grano, non esiste la fidelizzazione, si è intercambiabili".

Lo statunitense Samuel Bonilla è stato a lungo un commerciante di grano. Abbiamo incontrato questo vecchietto cordiale alla International grains conference di Londra, un evento che ogni anno riunisce i protagonisti del settore cerealico a livello mondiale. Bonilla lavora in questo settore da

una vita, prima 31 anni alla Continental Grain, poi undici alla Cargill, che aveva comprato l'azienda per cui lavorava. "Il nostro compito era pura logistica. Io dovevo eseguire i contratti, cioè fare in modo che le consegne fossero sbrigate in fretta. Un produttore di cereali trae beneficio da un trasporto veloce, così può rifornire molti clienti, e non vuole problemi o intoppi nel trasbordo. Per questo dovevo redigere appositi accordi: per esempio, incassavamo 25 mila dollari per ogni carico che arrivava entro la scadenza prevista, ma ne dovevamo rimborsare trentamila se non eravamo in grado di fornire il quantitativo pattuito".

Il punto di forza di queste aziende è la

Attualmente la Cargill è uno dei principali produttori mondiali di fosforo e fertilizzanti

quantità. Grazie alla loro gigantesca rete globale sono nella posizione unica di poter consegnare tutto sempre e dovunque. Vishvendra Chakravarthy, un manager della Bunge che incontriamo alla stessa conferenza di Londra, ci spiega che perfino il commercio all'interno di un paese avviene tramite l'azienda. "Prendiamo Tyson, il più grande produttore di carne statunitense. Loro vogliono un approvvigionamento sicuro e garantito. Diciamo dieci tir di mais al giorno. Nella stagione del raccolto possono comprarlo dagli agricoltori locali, ma il resto dell'anno lo comprano da noi. Noi siamo in grado di dare garanzie".

Pannocchie di mais

Negli ultimi decenni le Abcd hanno diversificato sempre di più la loro attività, occupandosi anche della trasformazione. È più redditizio vendere pannocchie di mais macinate sotto forma di mangime che venderle non lavorate alla Tyson. È meglio anche trasformare le pannocchie in zuccheri, acidi e bioetanolo. Attualmente la Cargill è uno dei principali produttori mondiali di fosforo, fertilizzanti, sale antigelo, succo d'arancia concentrato, sciroppo di glucosio, dolcificanti, acido citrico, riso, cacao e molti altri ingredienti, dal malto d'orzo per la birra alla colla per le moquette.

Si pensa continuamente in quali settori è necessario espandersi o di quali divisioni bisogna liberarsi. A volte le aziende si avventurano in mercati completamente nuo-

vi, come l'acciaio, la cantieristica navale o la concessione di mutui subprime, ma succede anche che interi settori vengano rivenduti. La concorrenza tra le quattro multinazionali è feroce. "Se la Cargill ricava grandi profitti dal caffè e dal cacao, l'Adm prova a fare la stessa cosa", dice Hendriksz. "Ma se arriva in ritardo, i dipendenti ricevono la visita di un alto dirigente che dice: l'azienda guadagna troppo poco e quindi la divisione sarà soppressa. I soldi risparmiati saranno investiti in un altro mercato dove ci sono più opportunità. Nel 1997 l'Adm ha comprato due aziende di cacao e dopo dieci anni le ha rivendute alla Cargill".

In realtà l'economia delle Abcd è incentrata sempre di più sulle conoscenze, dicono le due agronome canadesi Jennifer Clapp e Sophia Murphy. Nel 2012 hanno scritto per la Oxfam olandese il rapporto *I segreti dei cereali: i maggiori commercianti di grano nel mondo e l'agricoltura globale*. Le incontriamo all'Aja, alla fine di una conferenza internazionale. "Le Abcd devono il loro vantaggio alla conoscenza capillare dei prezzi e delle previsioni a livello mondiale. La raccolta dei dati avviene in modo molto sofisticato. Sono all'avanguardia nello sviluppo di tecniche che le avvantaggiano sui concorrenti. Hanno dati su terreni, coltivazioni, clima, domanda e offerta. Hanno persone in tutti i paesi, ma analizzano i dati anche con droni e satelliti".

Le Abcd possono contare su centinaia di postazioni in tutto il mondo, scrive Brewster Kneen, sono come una rete globale di servizi segreti. Kneen aggiunge che le aziende cercano di non essere proprietarie delle strutture logistiche, fanno sempre in modo che i rischi tocchino ad altri. La Cargill lascia la costruzione di porti ai governi, ma esige che soddisfino le sue condizioni. Poi ne prende una parte attraverso un contratto di leasing a lungo termine. In passato la Cargill ha fatto costruire delle navi per i trasporti alimentari, ma poi le ha rivendute perché si è resa conto che era meno rischioso usarle in leasing. Anche quando si tratta di coltivazioni, i paesi Abcd non vogliono neanche che troppe cose siano fatte sotto la loro insegna. Preferiscono stringere accordi con agricoltori, in modo che siano gli ultimi ad assumersi i rischi maggiori.

Nel libro di Kneen parla un dirigente della Louis Dreyfus: "In passato eravamo soprattutto un'azienda cerealicola. Oggi siamo una società di gestione del rischio. Ci siamo diversificati occupandoci di caffè,





zucchero, riso, cotone, carne, agrumi ed energia. Le aziende industriali attualmente devono fronteggiare i rischi legati ai prezzi, alla politica, ai clienti, alla qualità e alla logistica, è questo l'ambito in cui la Dreyfus è più attiva”.

Questo significa che le Abcd operano sempre più sui mercati finanziari. L'ex commerciante di cacao Hendriksz spiega: “Noi commerciavamo in prodotti impegnandoci su una scadenza precisa. Se la Nestlé chiede una certa quantità di cacao per una data specifica, bisogna sempre trovare coperture ai rischi legati a questo tipo di operazioni. Lo si può fare anche sui mercati finanziari, soprattutto a New York e a Londra”. La copertura è un modo per ridurre il rischio di oscillazioni dei prezzi. “Se per esempio decidi: ‘Il prossimo anno voglio comprare tot tonnellate di cacao’, bisogna subito rivendere su carta il carico a un determinato prezzo. Così se il prezzo di acquisto diminuisce, il profitto è maggiore. In questo caso si agisce sulla carta a breve termine e materialmente a lungo termine”.

L'esempio descritto da Hendriksz è un contratto a termine con una controparte definita. Contratti del genere si possono anche negoziare in borsa. Si chiamano *futures* e la controparte non è specificata. Ci sono *futures* che vanno pagati in natura, ma altri in cui non è necessario avere la merce disponibile, perché si può saldare in contanti. Un altro prodotto finanziario è la cosiddetta opzione. In questo caso si acquisisce solo il diritto di comprare o vendere un prodotto a un prezzo stabilito. Da *futures* e opzioni sono a loro volta derivati prodotti

finanziari come i fondi indicizzati, che seguono il prezzo di un pacchetto di altri contratti. L'intero processo è parte di un fenomeno più ampio noto come “finanziarizzazione” del mercato alimentare. Negli ultimi quindici anni i grandi protagonisti della finanza, dalle banche ai fondi d’investimento, sono entrati nel mercato alimentare in questo modo.

Quando gli strumenti finanziari sono usati per assicurarsi contro i rischi, si parla di una strategia chiamata *hedging*. I grandi commercianti l'hanno adottata fin da subito. A lungo lo scopo è stato soprattutto quello di coprire i danni prodotti da cattivi raccolti e altri rischi, ma dagli anni novanta è diventata sempre più un'attività a sé stante. Con la deregolamentazione nel settore finanziario le linee di separazione tra i diversi soggetti e i loro prodotti finanziari sono sparite. Le banche, per esempio, un tempo non potevano occuparsi dell'*hedging* del grano, ma dagli anni novanta il divieto è caduto.

Pura speculazione

Le Abcd offrono ormai i loro servizi finanziari all'esterno. Attraverso appositi fondi speculativi gestiscono centinaia di migliaia di investimenti. Grazie alla loro conoscenza del mercato – per esempio, delle previsioni sui raccolti – queste aziende possono valutare esattamente se i prezzi sono destinati a salire o a scendere. Il confine tra assicurazione e pura speculazione è ormai molto sottile.

Secondo Clapp e Murphy, le Abcd hanno costruito un sistema finanziario incen-

trato sulle materie prime. “Il possesso delle merci non è così importante, l'unico aspetto fondamentale è la differenza tra il prezzo d'acquisto e il prezzo di vendita”. Questo ramo finanziario praticamente non è regolamentato, perché le Abcd non devono seguire le regole previste per le banche. La Cargill è considerata un investitore solo negli Stati Uniti e in determinati mercati, quindi solo in questi casi ci sono dei limiti alla sua attività speculativa. Nell'Unione europea non c'è ancora un regolamento specifico.

“La speculazione non è necessariamente un male”, dice Rory Deverell, un analista che aiuta le aziende commerciali più piccole a coprirsi dai rischi in borsa. Lo incontriamo alla conferenza di Londra sui cereali. “Gli speculatori fanno in modo che sul mercato siano offerte e richieste merci sufficienti, e questo è un bene, fornisce liquidità”. Si tratta in genere di *futures* specifici, per esempio su una determinata qualità di cereale da consegnare per la fine di febbraio nel porto di Rouen. “Però è un problema che le case commerciali siano diventate così grandi. È sempre più facile che uno o due operatori controllino totalmente un certo mercato”. Un fatto negativo per il consumatore, perché non crea prezzi ottimali. Anzi, aumenta il rischio che un soggetto con un enorme vantaggio di conoscenza sia spinto ad abusare della sua posizione dominante. Già in un paio di casi una delle Abcd è stata condannata per *insider trading* (la compravendita di titoli di una determinata azienda quotata in borsa da parte di soggetti che, per la loro posizione

all'interno dell'azienda o per la loro attività professionale, possiedono informazioni riservate non di pubblico dominio, in grado di influire sull'andamento dei titoli).

Un'altra conseguenza della finanziarizzazione è la maggiore influenza reciproca tra mercati alimentari e mercati finanziari. Nel 2007, per esempio, i prezzi dei generi alimentari e delle materie prime sono cresciuti molto ovunque. In Europa lo abbiamo avvertito meno, ma in molti paesi in via di sviluppo le persone hanno vissuto peggio le conseguenze di quell'aumento dei prezzi. Secondo diversi esperti, tra cui Clapp e Murphy, la speculazione sulle materie prime aveva e ha l'effetto di far lievitare il prezzo dei generi alimentari, soprattutto lo fa oscillare di più. Di conseguenza le aziende più piccole devono spendere di più per i prodotti finanziari che coprono un rischio simile.

Maschi del midwest

Come le nazioni hanno una determinata cultura, anche le Abcd hanno una certa visione del mondo. "Soprattutto nelle grandi aziende statunitensi", racconta Hendriksz, "c'è ancora un'idea precisa di dipendente. Alla Bunge e alla Cargill, ma anche all'Adm, sono maschi del *midwest* statunitense. Alla Cargill e alla Dreyfus si trovano anche persone che hanno un legame stretto con la famiglia che controlla l'azienda. A volte facevo delle battute al riguardo: ovviamente da olandese questo nepotismo mi dava parecchio fastidio. 'Vanno tutti nello stesso negozio di abbigliamento', dicevo sempre. Sembrano fatti con lo stampino: un po' cicciottelli, con una strana capigliatura gonfia, la stessa camicia con i bottoncini, frequentano la stessa chiesa. Del resto siamo nella *bible belt*, il cuore dell'America protestante".

Sono reti globali che ovviamente in molti casi includono anche lavoratori con idee proprie. Ma ai vertici si trova una certa visione del mondo, una certa ideologia. Ce ne rendiamo conto alla conferenza di Londra, dove si coglie una frustrazione condivisa tra gli operatori del settore: perché quegli stupidi politici si ostinano a voler regolamentare il commercio degli alimenti? Perché la Cina vuole limitare l'importazione di soia?

L'ideologia delle Abcd è neoliberista. Sono paesi transnazionali che operano al di fuori dei governi e vorrebbero un mondo con meno regole. Tutto questo è paradossale, scrive Brewster Kneen nel suo libro: queste aziende, infatti, non sarebbero mai diventate così grandi senza i sussidi dei go-

verni. Basta pensare agli aiuti ai paesi in via di sviluppo sotto forma di grano statunitense nel 1954, ai sussidi del 1985 all'agricoltura americana o ai soldi pubblici per costruire un porto. Inoltre le Abcd pagano pochissime tasse. Grazie ad abili costruzioni societarie realizzate nei Paesi Bassi, in Svizzera, a Cipro e a Singapore, i loro profitti sono tassati intorno al 5-10 per cento.

Le Abcd promuovono la loro ideologia neoliberista con quello che si potrebbe definire un servizio diplomatico: l'attività di lobbying. Esercitano pressioni per ottenere regole favorevoli nei paesi in cui operano, spesso attraverso tavole rotonde e altri gruppi d'interesse del settore. Ma a volte collaborano con i politici. Ex alti dirigenti tornano regolarmente alla ribalta come negoziatori all'Organizzazione mondiale del commercio o come consulenti del governo statunitense.

Queste aziende non sarebbero diventate grandi senza i sussidi dei governi

Oltre al lavoro svolto dalle lobby, le Abcd esercitano un enorme potere sulla catena alimentare. In Brasile controllano il 60 per cento della produzione di soia, e negli Stati Uniti il 70 per cento. Si stima che il 70 per cento di tutti i cereali esportati nel mondo sia commercializzato da loro.

Provate a immaginare una specie di clessidra che nella parte alta contiene i milioni di coltivatori delle materie prime. I prodotti scendono lentamente attraverso il trasporto e gli intermediari verso la parte più stretta della clessidra: le grandi case commerciali. Un tempo ce n'erano molte di più, ma si sono unite tra loro e così ne è rimasta solo una manciata. Più avanti nella catena arrivano i produttori di generi alimentari e i supermercati. Alla base ci sono miliardi di consumatori. Un quartetto di aziende "controlla" la strozzatura centrale della clessidra e ha quindi un'enorme influenza sui prezzi. "Già solo su quello che mangiamo", dice Jennifer Clapp. "Pochissimo è stato ancora scritto su quanto influiscono sulla nostra dieta".

Un esempio evidente è la carne. Senza la struttura capillare della produzione di soia in America non ci sarebbe mai stato tanto mangime concentrato disponibile a poco prezzo per l'allevamento di bestiame

nei Paesi Bassi. Insomma, senza le Abcd non ci sarebbero state grandi monoculture di soia in Sudamerica e non sarebbe esistita l'industria bio nei Paesi Bassi. Senza le Abcd non ci sarebbero i polli gonfiati a basso costo nei supermercati. Non è un caso che le Abcd vogliano tenere saldamente il controllo della catena della carne. La Cargill è proprietaria di un'azienda che crea un software in grado di elaborare ricette per mangimi alimentari. Ma è anche proprietaria delle fabbriche che forniscono i McNuggets alla McDonald's. La storia si ripete per moltissimi altri ingredienti che senza le Abcd non sarebbero mai diventati così popolari, dall'olio di palma agli edulcoranti.

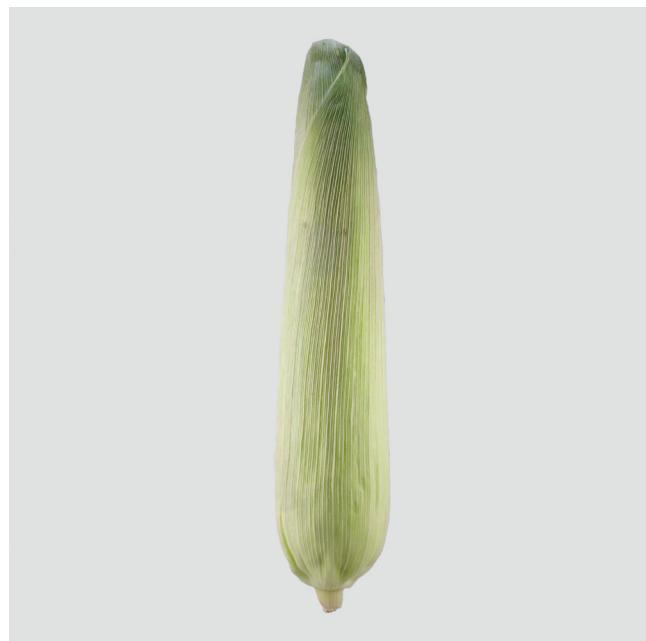
Con un sistema alimentare totalmente orientato alla produzione e con consumatori che spesso guardano solo al prezzo è logico che sul mercato s'impongano soggetti in grado di assicurare efficienza. Questo non toglie che spesso le Abcd tendano a presentarsi come innocenti fornitori di servizi: "Volete carne a poco prezzo, giusto? Noi ci limitiamo a farvi, con grande efficienza, quello che volete, e se in questo modo sparisce una foresta incontaminata non è colpa nostra". In realtà le Abcd hanno una grossa responsabilità in tutto il processo. Oggi si presentano come partner imprescindibili nella lotta alla fame nel mondo e nella difesa dell'ambiente. Così si legge, per esempio, sulla prima pagina del resoconto annuale della Cargill per il 2016: "Lavoriamo insieme ad agricoltori, dipendenti e partner in tutto il mondo per creare il futuro che tutti noi vogliamo vedere, un futuro in cui prospereremo insieme".

Michiel Hendriksz trova ridicola questa affermazione: "Non vedo come aziende simili possano avere un ruolo strategico nel combattere la fame. Anche perché il problema della fame, in genere, non è la quantità di cibo disponibile".

Quando si parla di fame conta soprattutto il prezzo dei generi alimentari. Spesso in un posto c'è cibo a sufficienza, ma è venduto altrove. Ci sono anche altri problemi legati alla distribuzione e allo stoccaggio o al fatto che la dieta è poco diversificata e quindi le persone non hanno fame ma sono comunque denutrite.

Gli interessi delle Abcd non sempre vanno di pari passo con quelli della popolazione mondiale. Un esempio: negli ultimi tre anni il prezzo del grano è sceso in tutto il mondo. Le Abcd hanno registrato un calo dei profitti, perché i produttori avevano tenuto delle scorte, limitando così l'influenza delle quattro aziende sui prezzi. Ma nella





primavera del 2016 ci sono state delle novità: cattivi raccolti su vasta scala in Argentina, un duro colpo alla produzione di mais e soia. «Si muove di nuovo qualcosa, e sono buone notizie per aziende come la nostra», ha detto il capo della Bunge. Anche quello della Adm ha visto di nuovo spazio per un “cauto ottimismo”.

Il discorso si può anche allargare. Alle Abcd conviene se gli alimenti sono trasportati il più possibile per il mondo. Convieni se gli agricoltori adottano in massa una forma industrializzata di agricoltura, che richiede un forte apporto di capitale. Ma questo è sempre un bene per il pianeta? Brewster Kneen ritiene opportunistico che un’azienda come la Cargill tenti di presentarsi come alleata nella lotta alla povertà e ai problemi ambientali. «In altri casi si dipinga invece come un’azienda che dà al consumatore benestante la possibilità di una scelta più ampia. Alla base di tutto c’è comunque un altro scopo: la crescita. Fino a pochi anni fa l’obiettivo aziendale era quello di raddoppiare ogni 5-7 anni il capitale». E lo stesso vale per i dipendenti: «Conosco molte persone che ci lavorano», dice Hendriksz. «Hanno semplicemente dei grandi ego e desiderano solo uno stipendio più alto».

La concentrazione del potere comporta dei rischi. Nel 2014 il Consiglio scientifico per la politica governativa (Wrr) dei Paesi Bassi ha presentato un rapporto sul settore alimentare. Scrivono i ricercatori: «Una forte concentrazione di aziende in determinati segmenti del mercato alimentare fa sospettare che queste aziende stiano di-

ventando troppo grandi per fallire».

«I grandi protagonisti rivestono un’importanza crescente nel commercio delle materie prime su scala mondiale», diceva nel 2012 Timothy Lane, il governatore della banca centrale canadese. «Ma se uno di loro crolla, questo potrebbe stravolgere l’intero mercato delle materie prime? Grandi perdite di una casa commerciale potrebbero turbare l’intero sistema finanziario». Lane aggiungeva che a questi problemi ancora non ci sono risposte.

Nuovi rivali

L’economia delle Abcd è in continuo movimento. Sono diventate grandi inglobando aziende concorrenti, ma spuntano di continuo nuovi rivali. Le case commerciali asiatiche scalpitano per farsi spazio nel mercato. La Olam di Singapore e la cinese Cofco si rivolgono essenzialmente alla crescente popolazione asiatica e in quanto a fatturato già si stanno facendo largo tra le Abcd. Anche il confine tra le materie prime alimentari e quelle dell’industria mineraria si è fatto più indistinto. Per esempio la Glencore, un’azienda svizzera specializzata in prodotti minerari, è anche uno dei grandi protagonisti del settore agricolo.

Le Abcd sono difficili da decifrare. Parlano con pochi giornalisti e i loro documenti finanziari sono sommari. Quest’aspetto è particolarmente evidente nella Cargill e nella Dreyfus. Scrive Kneen sulla Cargill: «La scarsa chiarezza intorno all’azienda pare una strategia deliberata. Il suo sito web non riporta date, le notizie vecchie non vengono cancellate, così nessuno può ap-

pellarsi a niente. Negli uffici non ci sono brochure su quello che fa l’azienda».

Queste multinazionali si rendono conto che oggi bisogna per forza comunicare qualcosa, ma tutto resta in superficie. Il rapporto annuale della Cargill sembra una brochure pubblicitaria. Se prendiamo tutti i tweet della Cargill nel 2015, vediamo che 450 dei 1.270 messaggi si riferivano al reclamo di un dipendente musulmano a cui non era stato permesso di pregare durante l’orario di lavoro. In seguito al reclamo la Cargill aveva assicurato che i suoi dipendenti potevano prendere pause per la preghiera. Non una parola sul ruolo dell’azienda nella deforestazione dell’Amazzonia, dove nel 2015 sono stati assassinati cinquanta ambientalisti. L’alone di mistero rafforza i sospetti sulle Abcd. Ma è un mistero che non è neanche rivolto al pubblico, sostiene Jennifer Clapp. «Del resto i consumatori non conoscono queste aziende», dice. «Il segreto di riferisce più che altro ai dati d’importanza strategica. È sempre stato così. In passato un’azienda non faceva sapere ai concorrenti neanche quante navi di grano aveva, perché fornire questa informazione poteva ripercuotersi sul prezzo».

Forse il problema più grande è proprio questo. C’è un ristretto gruppo di aziende, di dimensioni gigantesche, che commedia il nostro cibo in tutto il mondo. E non è un bene che ne sappiamo così poco. Perché sono quasi delle nazioni, nazioni più grandi di quelle di cui si parla sui giornali, e hanno un’importanza determinante sulla nostra economia, sulla nostra agricoltura e sulla nostra dieta. ♦ cdp