

Informarsi

Ridurre i consumi a partire dalla progettazione di un prodotto/servizio

Il tema della riduzione dei consumi è estremamente ampio e di grande interesse. Investire su una progettazione responsabile che punti all'efficienza energetica non solo permette di ridurre i consumi, ma consente di avere allo stesso tempo un vantaggio competitivo sul mercato.

? di cosa si parla?

Sempre di più oggi l'innovazione ambientale riguarda la natura stessa del prodotto o del servizio che viene progettato. L'uso di **materiali naturali** e riciclabili, l'attenzione alla **durabilità del prodotto** e il **miglioramento dell'imballaggio** sono alcuni degli aspetti più studiati in questi ultimi anni. Creare prodotti sostenibili significa anche valutare preliminarmente quale impatto avrà il prodotto nella **fase di utilizzo**. Per esempio, occorre quantificare quanta energia servirà per farlo funzionare (elettricità, carburante, etc.), ma anche ciò che occorre prevedere per garantirne il buon funzionamento e per tenerlo pulito (per esempio, quali e quanti detersivi utilizzare). Più i prodotti sono efficienti nel funzionamento, minori sono le risorse necessarie: questo rappresenta un vantaggio sia per l'impresa sia per il consumatore.

Eco-progettazione, social-design (il design che si concentra su prodotti socialmente utili), **economia circolare** (la progettazione di prodotti sulla base di componenti che, quasi fossero mattoncini di lego, possono essere utilizzati per costruire prodotti diversi tra loro), **economia di funzionalità** (non viene venduto il prodotto ma il suo uso) sono i nuovi concetti con cui misurarsi.

👍 quali vantaggi

Adottare una progettazione responsabile porta con sé numerosi vantaggi, molti dei quali facilmente intuibili.

- **Vantaggi di mercato.** Ci sono imprese che - percorrendo la strada della ricerca di nuovi materiali degradabili - hanno dato vita a prodotti unici, che hanno conquistato leadership mondiale. Altre hanno strutturato servizi innovativi che privilegiano il riciclo e il rispetto dell'ambiente: la gestione "circolare" delle macchine fotocopiatrici, la cui proprietà resta all'impresa che le propone, ha consentito una gestione della vita del prodotto di gran lunga più vantaggiosa, sia in termini economici (riciclo dei componenti, ad esempio) che in termini ambientali (corretto smaltimento di ciò che non si può recuperare).
- **Vantaggi d'immagine nei confronti dei clienti.** Se un'impresa di pulizie, ad esempio, elegge come proprio punto di forza l'utilizzo di soli prodotti ecologici e biodegradabili, ciò ha ricadute positive sull'immagine aziendale, ma anche sui fattori interni, quali il benessere e la salute dei propri dipendenti.
- **Vantaggi per l'ambiente.** Derivano in modo naturale da una "progettazione responsabile" che è attenta alla sostenibilità ambientale dei suoi risultati in termini di impiego di materiali riciclabili e di risparmio di energia in fase produttiva e di utilizzo del prodotto.



Informarsi

da dove cominciare?

Il percorso da intraprendere dipende dalla tipologia dell'impresa, dalle sue dimensioni e dal suo mercato di riferimento. In ogni caso, ecco alcune regole che - per quanto molto generali - possono essere utili.

1. Analizzare il proprio prodotto/servizio. Il punto di partenza non può che essere un'analisi e una riflessione sulle modalità di progettazione dei prodotti o dei servizi offerti: una scomposizione del processo in tutte le sue fasi consente di capire dove e come si potrebbe intervenire per "inserire più sostenibilità" in ciò che già si fa.

2. Analizzare il mercato. Nell'analisi sarà importante guardare anche al mercato, per comprendere eventuali spazi esistenti per un prodotto o un servizio simile a quello che già si offre ma con caratteristiche di maggior sostenibilità.

3. Definire il progetto. Dopo l'analisi, è indispensabile decidere il progetto di intervento: realizzare un prodotto/servizio del tutto nuovo? Arricchire di sostenibilità qualcosa di esistente? In ogni caso, ciò che conta è che il progetto finale sia effettivamente improntato a una sostenibilità dimostrabile: in molti casi il rischio è infatti quello di accontentarsi di una semplice operazione di apparenza. Il consumatore in cerca di sostenibilità è una persona critica e attenta, pronta a punire chi pratica il greenwashing, vale a dire chi offre prodotti o servizi verdi, che verdi non sono.

4. Comunicare i risultati. Proprio per evitare il rischio greenwashing (appropriarsi ingiustificatamente di virtù green per distogliere l'attenzione da proprie responsabilità nei confronti di impatti ambientali negativi), è necessario che tutta la comunicazione dedicata alle nuove soluzioni metta in primo piano dati quantificabili e certi, che testimonino in modo concreto la sostenibilità del progetto.

per approfondire

www.csr.unioncamere.it/P43K552O0/eco-progettazione.htm

(per trovare articoli interessanti e pagine dedicate al tema dell'eco-progettazione)

www.treccani.it

(per scaricare un interessante articolo sul tema design sostenibile di Paolo Tamborini e Giorgio Tartaro)

www.ninjamarketing.it

(per scaricare interessanti articoli sul tema dell'economia circolare)

www.csrpiemonte.it

(per trovare, tra le altre cose, esempi di buone pratiche)

www.sodalitas.it

(nella sezione "Sodalitas Social Solution" sono presenti progetti e iniziative di organizzazioni che hanno partecipato al premio Sodalitas Social Award)

AlpCoRe è un progetto cofinanziato dall'Unione europea attraverso il Fondo europeo di sviluppo regionale, che coinvolge i territori transfrontalieri di Piemonte, Savoia e Alta Savoia.