

## Il punto di vista del consumerismo. Sostenibilità: inderogabile condizione per i processi d'innovazione delle imprese.

29-02-2012

Oggi le imprese debbono continuamente affrontare problematiche connesse con l'innovazione, sempre più veloce e complessa, per poter vivere nel mercato.

Un'attività d'impresa, quando matura, riduce notevolmente quelle possibilità di sviluppo che, al contrario, l'innovazione può creare.

Gli esempi sono tanti, mi viene in mente il profondo cambiamento dell'industria discografica ed editoriale e le problematiche connesse al non aver intravisto per tempo le opportunità della tecnologia digitale.

Ma l'innovazione deve fare i conti anche con un'altra esigenza: la sostenibilità.

Se ne parla spesso e si abusa del termine senza aver ben chiari i confini ed i termini di tale aspetto.

Mi piace ricordare che negli anni '70, alcuni futurologi, partendo dall'assunto che la tecnologia avrebbe consentito di produrre sempre meglio e che quindi avremmo avuto beni sempre più efficienti e durevoli, giunsero a concludere che la società del 2000 sarebbe stata una società "smaterializzata". In altri termini, producendo meglio avremmo prodotto sempre meno e il mondo del lavoro si sarebbe spostato da quello della produzione a quello dei servizi.

Ma sappiamo bene che così non è stato.

Il mondo della produzione, pur di consentire la propria sopravvivenza ha imposto prodotti sempre meno durevoli ed a rapida obsolescenza.

Se ci pensiamo bene, oggi una autovettura invecchia in quattro o cinque anni e, se si spegne una luce nel cruscotto –tanto per rimanere nell'esempio automobilistico- si butta via l'intero cruscotto perché costa meno e probabilmente quel led non è nemmeno in commercio come ricambio. Non solo. Un computer dopo alcuni mesi è superato, il fazzoletto di stoffa è stato soppiantato da quello di carta "usa e getta" e così via.

Il risultato allora è quello sotto gli occhi di tutti.

Nel nuovo millennio ci siamo resi conto di non aver ereditato una società "smaterializzata" ma, piuttosto, una società dei "rifiuti" dove si produce e si butta sempre di più. Tant'è che oggi, uno dei business più importanti, è proprio nell'ambiente e nella gestione dei rifiuti.

Una società non più sostenibile, dove occorre ripensare non soltanto al modo di fare impresa ma anche agli stili di consumo. Una società dove le istituzioni e le leggi non riescono a regolare una realtà che muta ad una velocità di gran lunga superiore ed occorre intervenire pesantemente nella normazione volontaria dove si decidono

standard tecnici e -negli ultimi anni- anche di qualità ambientale.

Insomma, l'innovazione di un prodotto non potrà riguardare solo l'aspetto squisitamente tecnico del suo utilizzo ma necessariamente tutto il suo ciclo vitale fino allo smaltimento e, inoltre, dovranno essere considerati il suo packaging, la distanza dei mercati di destinazione, le connessioni con il trasporto e quant'altro attiene all'intero processo produttivo.

Pensiamo per esempio a cosa accadrebbe se le confezioni dei prodotti alimentari, oltre ad essere in materiale riciclabile, fossero anche in un formato uguale: avremmo frigoriferi più capaci e più piccoli con conseguente risparmio d'energia. E ancora. Pensiamo alle storture nelle produzioni agricole. Non ci spieghiamo perché abbiamo prodotti alimentari d'eccellenza dietro l'angolo di casa ma nel supermercato troviamo gli stessi prodotti provenienti da un altro continente, con il risultato che quelli dietro casa restano invenduti.

Le dinamiche sono complesse e per nulla semplici ma, oggi, in qualsiasi settore d'impresa, un processo di innovazione non può più prescindere da questi aspetti.

Le organizzazioni consumeriste lottano quotidianamente su questi temi ed hanno da lungo tempo superato il concetto che una maggiore quantità ed un minor prezzo siano le uniche leve per un consumatore.

E' bene, allora, che nei processi di innovazione anche le imprese impongano una virata decisa verso un semplice concetto di buon senso: "la sostenibilità".

Maria Rosaria Losito  
Presidente Regionale della Puglia  
ACU-Associazione Consumatori Utenti