

8

i nostri oggetti subito vecchi

Si chiama obsolescenza programmata ed è l'espedito più subdolo dell'economia dello spreco: farci comprare prodotti che sono già "rifiuti"

Le gonne nei negozi "Zara" hanno la data di scadenza. Anche se non è riportata sull'etichetta,

chi ha ideato quell'abito ha deciso che lo indosserete un numero minimo di volte. Per capire cosa significa, provate a tornare nello stesso negozio Zara per due sabati di seguito. Durante la seconda visita, sugli scaffali troverete pochi vestiti uguali alla prima, perché dai magazzini del gruppo Inditex, l'azienda spagnola proprietaria del marchio, leader sul mercato globale dell'abbigliamento, arrivano "novità" due volte a settimana. E sono novità che rendono già superato ciò che avete acquistato solo pochi giorni prima. È una tecnica, si chiama *obsolescenza pianificata o programmata*, e la insegnano a scuola, nei corsi di economia aziendale ma anche in quelli di design. Obsolescenza significa che tutti

i beni sono "indotti a invecchiare", e che la loro durata massima è già decisa, spesso nel momento in cui vengono prodotti. Questo processo, che non riguarda solo i prodotti tecnologici, è funzionale alla nostra economia dello spreco, a un sistema che produce e alimenta consumatori sempre insoddisfatti. Se li guardate bene, anche i regali impacchettati sotto il vostro albero di Natale sono rifiuti: tra pochi mesi, ma a volte sono sufficienti settimane, anche quegli oggetti saranno superati.

Torniamo ai vestiti: secondo Manuela Rubertelli, che insegna Tecnologie di produzione del prodotto moda al Politecnico di Milano, in base alla programmazione che fa l'azienda "un abito Zara non dev'essere indossato più di dieci volte". Questo non è, né dev'essere

10

è il numero di volte che un indumento della multinazionale Zara viene indossato



Auto, elettrodomestici, perfino cibo: ecco quanto finisce tra i rifiuti ogni anno. Spesso si tratta di prodotti ancora funzionanti, o commestibili

1.814.175

le autovetture eliminate dalla circolazione nel 2008 (Aci)

55.854

tonnellate di frigoriferi "rottamati" nel 2009 (Centro di coordinamento Raee)

51.713

tonnellate di televisioni e monitor "rottamati" nel 2009 (Centro di coordinamento Raee)

43.917

tonnellate di grandi elettrodomestici "rottamati" nel 2009 (Centro di coordinamento Raee)

29.724

tonnellate di piccoli elettrodomestici "rottamati" nel 2009 (Centro di coordinamento Raee)

1,5 milioni

di tonnellate di prodotti alimentari perfettamente consumabili finiscono in discarica e negli inceneritori ogni anno in Italia (Last Minute Market)

9

viva i componenti

C'è un ramo del design che non vede gli oggetti "chiusi", ma li considera come beni fatti da più componenti. L'obiettivo del progettista, allora, diventa quello di capire come funzionano le singole componenti, che diventano a loro volta "oggetti" e di renderle sostituibili. "Ciò permette di adattare le singole componenti o di cambiarle quando sono rotte" spiega Paolo Tamborini, che ha da poco pubblicato il volume Design sostenibile (Mondadori Electa, 2009). Nel libro, il ricercatore del Politecnico di Torino individua nuove linee guida per la progettazione, e le traduce in una frase: "il progetto deve andare nella direzione unica della sostenibilità del processo produttivo, del prodotto e dei

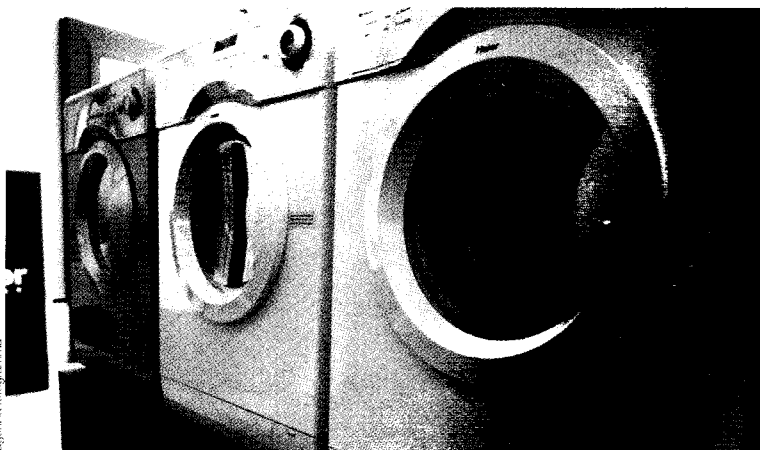
comportamenti che quest'ultimo saprà innescare", ovvero delle scelte indotte nel consumatore. "Ogni oggetto 'chiuso' -racconta Tamborini- rende impossibile metterci mano. Per questo scompare l'idea di manutenzione, e le aziende in molti casi non se ne occupano più". Diventa fondamentale, in questo ambito, anche un intervento sulla qualità delle componenti: "Ogni azienda decide, in base al materiale di fabbricazione e alla progettazione, la durata di un singolo componente e la possibilità di cambiarlo -spiega Tamborini-. Se pensiamo ai prodotti tecnologici, ad esempio, ci rendiamo conto che a volte è un'inezia ciò che rende obsoleto il vecchio". Pronto per la discarica.

inteso come un indice di scarsa qualità: "I tessuti sono buoni -assicura-. Semplicemente, l'abito deve perdere appeal". È allora che il cliente che torna in negozio esce carico di nuovi sacchetti. L'innovazione tecnologica, o un cambiamento di stile, genera nuova domanda, anche in un mercato già saturo. Prendiamo ad esempio il mercato dei televisori: nel dicembre del 2008 (vedi Ae 110) sono stati venduti 677mila televisori con decoder integrato; è un consumo indotto dal passaggio al digitale terrestre che rischia di far passare altrettante tv dai salotti alle discariche. Ma il peggio deve ancora venire: il 2010 sarà l'anno dei televisori 3D, e presto anche l'ultima tv superpiatta Full Hd sarà "antiquariato".

La pubblicità, allora, ci spiegherà che senza 3D non ha più senso guardare la televisione, e inizierà una nuova rincorsa alla novità. Viviamo in un'economia della sostituzione continua, che non tiene conto dell'origine delle cose che compriamo: se guardassimo al ciclo di vita di un prodotto, dalle miniere alle discariche, ci renderemmo conto che l'obsolescenza programmata è un'arma di distruzione di massa. Perché le materie prime minerali che sono all'origine dei beni di tutti i giorni, tutte e non solo il petrolio, stanno terminando, come racconta Luca Paganini nel libro *La vita dopo il petrolio* (Altreconomia, 2008).

L'obsolescenza pianificata permette di produrre e vendere beni inutili e superflui. Ed è, perciò, un delitto contro l'umanità e contro le risorse della Terra, pianificato oltre 70 anni fa: in Italia la locuzione "obsolescenza programmata" è quasi un neologismo, ma il primo a teorizzare l'esigenza di pianificare il ricambio continuo

dei beni di consumo durevoli fu, nel 1932, l'economista Bernard London. Un suo articolo "visionario", uscito dopo la crisi del '29 e intitolato "Ending the Depression through Planned Obsolescence" racconta il mondo che verrà, il nostro: "Secondo il mio progetto, i governi assegneranno un 'tempo di vita' alle scarpe alle case alle macchine, ad ogni prodotto dell'industria manifatturiera, mineraria e dell'agricoltura, nel momento in cui vengono realizzati. Questi beni saranno venduti ed usati nei termini 'definiti' della loro esistenza, conosciuti anche dal consumatore. Dopo che questo periodo sarà trascorso, queste cose sarebbero legalmente 'morte' e [...] distrutti nel caso ci sia una disoccupazione diffusa.



mobili che non invecchiano

Per i mobili di casa nostra il fine vita è, quasi inevitabilmente, una discarica. Ridurne i consumi, perciò, è fondamentale, anche per tutelare le foreste primarie. Anche in questo ambito, la "ricetta" per realizzare mobili che non invecchiano parte dagli uffici di progettazione e design: il decalogo invita a scegliere linee pulite, evitando quelle curve, e modelli molto pratici; a non realizzare "pezzi unici", che oltre ad essere più difficili da trasportare spesso non permettono la sostituzione delle componenti che dovessero rompersi, rendendo inservibile un mobile. Sono idee che l'architetto Cristina Riva, fondatrice di Riva Viva (www.rivaviva.it), che produce mobili ecologici, racconta con esempi concreti: "Abbiamo in catalogo letti che vendiamo da 15 anni -racconta-. Studiamo modi semplici di assemblare il legno, ad incastro. I nostri modelli non sono mai 'pezzi unici': ciò facilita il trasporto, l'imballaggio, e permette di sostituire sempre una delle componenti, quando si rompe. Nel caso dei divani -continua-, usiamo le fodere come strumento per 'personalizzare' e variare il modello nel tempo, per legarlo alla moda del momento. È per questo che le nostre non sono fodere imbottite, come quelle di molti divani nelle catene in franchising: fatto dieci il prezzo di un divano, cambiarle costa due. Se la fodera è imbottita, invece, costa almeno la metà di un bel divano nuovo". È allora che conviene cambiarlo.



prospert

Nuovi prodotti sarebbero costantemente immessi dalle fabbriche sui mercati, per prendere il posto di quelli obsoleti".

Quella di Bernard London è un'allucinante fotografia del presente. Nelle vetrine dei negozi si rincorrono i cartelli "novità". La crisi, se possibile, ha acuito questa tendenza: nel 2009, spiega Ceced Italia, l'Associazione nazionale dei produttori di apparecchi domestici e professionali affiliata a Confindustria, che riunisce un centinaio di aziende del settore ed è presieduta da Piero Moscatelli di Indesit, è uscito un numero record di nuovi prodotti. Sono entrate in commercio oltre 2mila nuove referenze.

Indesit ha presentato 700 e passa prodotti: Candy circa 600. Le variazioni possono anche essere minime, ma è importante che "il nuovo" arrivi a tentare il consumatore, per convincerlo a mandare in prepensionamento tutto ciò che ha in casa da qualche mese. Non è cambiato niente dagli anni Trenta: chi si occupa di analizzare e risolvere il problema della sovrapproduzione propone un'unica soluzione, che è vendere di più.

Prendiamo, ad esempio, il mercato degli elettrodomestici: a livello europeo, le statistiche dicono che la vita media di un frigorifero va dai 12 ai 14 anni, una lavatrice tra i 7 e i 10 anni. Ceced Italia spiega però che "il rinnovamento completo di una gamma prodotto, frigoriferi o lavastoviglie ad esempio, avviene ogni 2 o tre anni. Che è -spiega Ceced- il tempo necessario, mediamente, a progettare un nuovo prodotto. Se il ciclo di innovazione è di tre anni, mentre quello di vita è di 7/14 anni, questa differenza spiega il problema...". Tra gennaio e settembre 2009 la produzione è calata del 26,1%. La crisi ha messo il dito nella piaga, che è la capacità produttiva installata. Quest'anno almeno un quarto degli impianti non ha lavorato o ha lavorato a ritmi ridotti, con i lavoratori in cassa integrazione. C'è bisogno di domanda: l'unica soluzione, secondo Ceced, "è incentivare il consumatore a cambiare la roba vecchia che ha in casa. In Italia ci sono 22 milioni di elettrodomestici che noi riteniamo obsoleti". Cosa significa, in questo caso, obsoleti? "Che hanno almeno 10 anni".

Una chiave di lettura possibile è quella che parte dal mercato italiano dei frigoriferi. Negli ultimi anni è profondamente cambiata il "mix di mercato" per classi energetiche. "I prodotti A+ e A++ sono passati dal 17% nel 2007 a quasi il 60% quest'anno" spiegano al Ceced. Grazie agli incentivi energetici del governo -che resteranno in vigore a tutto il 2010- le vendite sono cadute del 14%, la metà rispetto alla performance complessiva del settore.

prospert



il mercato dell'ultimo minuto salva il cibo

Il "mito della scadenza" alimenta lo spreco di cibo, un'altra forma di obsolescenza. Secondo Coldiretti, almeno 240mila tonnellate l'anno di alimenti restano invenduti nei retrobottega dei punti vendita. Finiscono, per lo più, nella spazzatura, anche il cibo che potrebbe ancora essere consumato: "I produttori e i supermercati che stabiliscono le date di scadenza si concedono ampi margini di errore relativamente al tempo sufficiente perché un prodotto vada a male -scrive Tristram Stuart nel suo libro *Sprechi* (Mondadori, 2009)-. [...] così accade che la data stabilita anticipi di molti giorni quella dell'effettiva scadenza". Stuart racconta "il cibo che buttiamo

che distruggiamo, che potremmo utilizzare", e nell'introduzione all'edizione italiana descrive l'esperienza del Last Minute Market (www.lastminutemarket.org), nata da un'intuizione del professor Andrea Segré, preside della Facoltà di Agraria dell'Università di Bologna. Nei primi sei mesi del 2009 il Last Minute Market ha recuperato 145 tonnellate di prodotti alimentari freschi, redistribuendoli attraverso una rete di 70 organizzazioni in nove regioni italiane. "Il nostro obiettivo di lungo periodo -spiega Segré- è ridurre lo spreco. Chi sceglie di non consumare un prodotto vicino alla data di scadenza lo fa perché ha paura che faccia male. Spesso non sa quale

'fine vita' attende il prodotto, perché in caso contrario, probabilmente, lo consumerebbe". Segré propone due ricette semplici. La prima è l'uso di una doppia etichetta, come in Svizzera, dove i prodotti freschi hanno due scadenze: quella commerciale e quella di consumo. L'altra prevede di portare

nella vendita al dettaglio un modello di Last Minute Price, vendendo a prezzo scontato i prodotti a rischio scadenza. "Last Minute Market -conclude Segré- vive di un fallimento del mercato. L'industria agroalimentare produce perché il sistema domanda-offerta-prezzo è fondato sullo spreco".



145

tonnellate di prodotti
alimentari freschi
recuperati nel 2009 da
Last Minute Market

L'innovazione tecnologica, "drogata" dagli incentivi, fa sì che le aziende non si pongano la domanda più ovvia: il Pianeta ha davvero bisogno di così tanti nuovi frigo? C'è poi il problema di smaltire i frigoriferi vecchi: una parte, infatti, finisce per strada, e nelle cronache locali dei quotidiani si legge sempre più spesso di piccole discariche abusive; altri vengono avviati al riciclo, dopo esser stati raccolti nella piattaforme speciali create per i Rifiuti da apparecchiature elettriche ed elettroniche (Raee).

Solo nel 2009 sono stati gestiti oltre 55mila tonnellate di frigoriferi e congelatori (vedi tabella a p. 9). Abbiamo provato a telefonare al Centro di coordinamento Raee per scoprire l'età media degli elettrodomestici per cui gli italiani hanno dichiarato "fine vita", ma è un dato che non viene monitorato né raccolto.

Non lo è, nemmeno, quello dell'età media del parco auto rottamato, un altro dei grandi *business* indotti con la scusa dell'obsolescenza inquinante dei vecchi modelli: la manna, infatti, è l'incentivo statale a comprare auto "più verdi". Tra l'11 febbraio e il 30 ottobre 2009 sono ben 674.757 gli automobilisti italiani che ne hanno usufruito ("con contemporanea rottamazione", secondo le statistiche dell'Automobile Club d'Italia (Aci). Ma nemmeno loro sanno dire quale sia l'età media del parco auto rottamato. L'unica statistica che l'Aci diffonde riguarda l'età media del circolante, 7 anni e mezzo. Confrontando le statistiche sul sito, però, si vede che nel 1997 il 29,5% (8.902.153 su 30.154.914) delle auto in circolazione in Italia avevano meno di 5 anni, e dieci anni dopo la percentuale è salita al 33,57% (quasi 12 milioni di autoveicoli su 35 milioni e 680 mila).

"Si è innescato un meccanismo strano. Comprò un'auto più efficiente dal punto di vista ambientale, ma intanto ne comprò di nuove. È l'unico modo di muovere un mercato saturo". Paolo Tamborini fa il ricercatore presso il Dipartimento di progettazione architettonica e di disegno industriale del Politecnico di Torino. Non è un'economista ma un progettista, e sa che nessuno ha mai misurato l'impatto complessivo sull'ambiente dell'intero ciclo di vita di un'auto (o di un frigorifero, o di una lavatrice), per capire

se e quando conviene davvero "cambiare" per acquistare un modello più ecologico.

"Nei miei corsi inizio sempre chiedendo agli studenti quanti elettrodomestici siano presenti e non utilizzati nelle loro cucine -spiega Tamborini-. La yogurtiera, la macchina per il pane, il coltello elettrico, lo spremi agrumi elettrico, la friggitrice. Il mercato produce, produce produce. E la gente compra compra compra. Oggetti che, in breve, diventano solo 'spazio occupato'. Accanto all'obsolescenza tecnologica, c'è quella che Tamborini definisce semantica. Per spiegarla, ci porta in classe: "Mettila a confronto uno zainetto contemporaneo, 'brandizzato', con i fumetti piuttosto che con un personaggio famoso, e uno zainetto meno appariscente, di tipo Invicta, quello che tutti abbiamo usato al liceo. Su quello ci potevi lavorare sopra, mettere una spilla, lo potevi far scarabocchiare dagli amici. Diventava un oggetto-ricordo. Oggi lo zainetto firmato ti dura un momento. Il bambino l'anno dopo non lo usa più. L'oggetto diventa immediatamente vecchio". L'obsolescenza semantica si scontra quindi con gli investimenti in ricerca per migliorare la qualità del prodotto.

Sono questi gli strumenti su cui un progettista può lavorare. Torniamo per un momento nel negozio Zara: se prendiamo in mano una gonna, noteremo che il taglio è perfetto, che non ci sono margini per le cuciture. Ma questo è davvero il segno di un abito tagliato meglio di trent'anni fa? "Allora l'abito era progettato in modo tale da poter allargare e stringere la cintura in vita, ad esempio durante le gravidanze -spiega Manuela Rubertelli-, con gli abiti in commercio oggi non sarebbe possibile".

E poco importa se per due chili in più, dopo Natale saremo costretti a rinnovare il guardaroba.