

L'ADOZIONE DI MODELLI CIRCOLARI DA PARTE DELLE IMPRESE



Le imprese devono adottare modelli circolari non solo per partecipare al processo di cambiamento e di trasformazione economico, ma anche per aumentare la propria competitività e intercettare le nuove esigenze dei consumatori. In tutte le fasi di realizzazione e vendita di un prodotto le aziende possono rendere circolare la propria attività, modificando la strategia attuale basata solo sul profitto. Ad esempio un bene può non essere venduto da una impresa, ma noleggiato: il consumatore può così restituirlo al produttore in cambio di un nuovo modello, e quello precedente noleggiato ad altri consumatori e reimmesso nel sistema economico, senza divenire così un rifiuto. E' possibile poi creare piattaforme che vedano coinvolte imprese, enti, organizzazioni e cittadini, per agevolare lo scambio di beni tra individui, in modo da abbattere la produzione di rifiuti e allungare la vita dei prodotti. I processi produttivi devono aumentare l'utilizzo di materiali che possano essere recuperati e riciclati, in modo che al termine del ciclo di vita di un prodotto, gli elementi che lo costituiscono possano tornare ad esistere nel sistema circolare. Le imprese devono inoltre progettare beni la cui vita abbia una durata più lunga rispetto a quella attuale, migliorando le performance dei prodotti e soddisfacendo in modo migliore le esigenze dei consumatori. Nelle fasi della trasformazione dei prodotti, le imprese devono sempre più ricorrere a fonti di energia rinnovabili, in modo da preservare il territorio ottenendo in cambio un risparmio sulla spesa energetica. Esempi di cambiamento in favore dell'economia circolare che vanno prima di tutto a vantaggio delle stesse imprese: l'attenzione dei consumatori verso la sostenibilità di una azienda è elevatissima, e i cittadini tendono sempre più a premiare quelle realtà che si impegnano concretamente per tutelare l'ambiente, difendere il territorio e contribuire alla lotta al cambiamento climatico. Adottare modelli circolari vuol dire quindi incrementare la propria competitività e conquistare nuove fette di mercato, contribuendo al tempo stesso a migliorare ambiente e consumi.

Progetto finanziato dal MISE, Legge 388/2000 Anno 2021