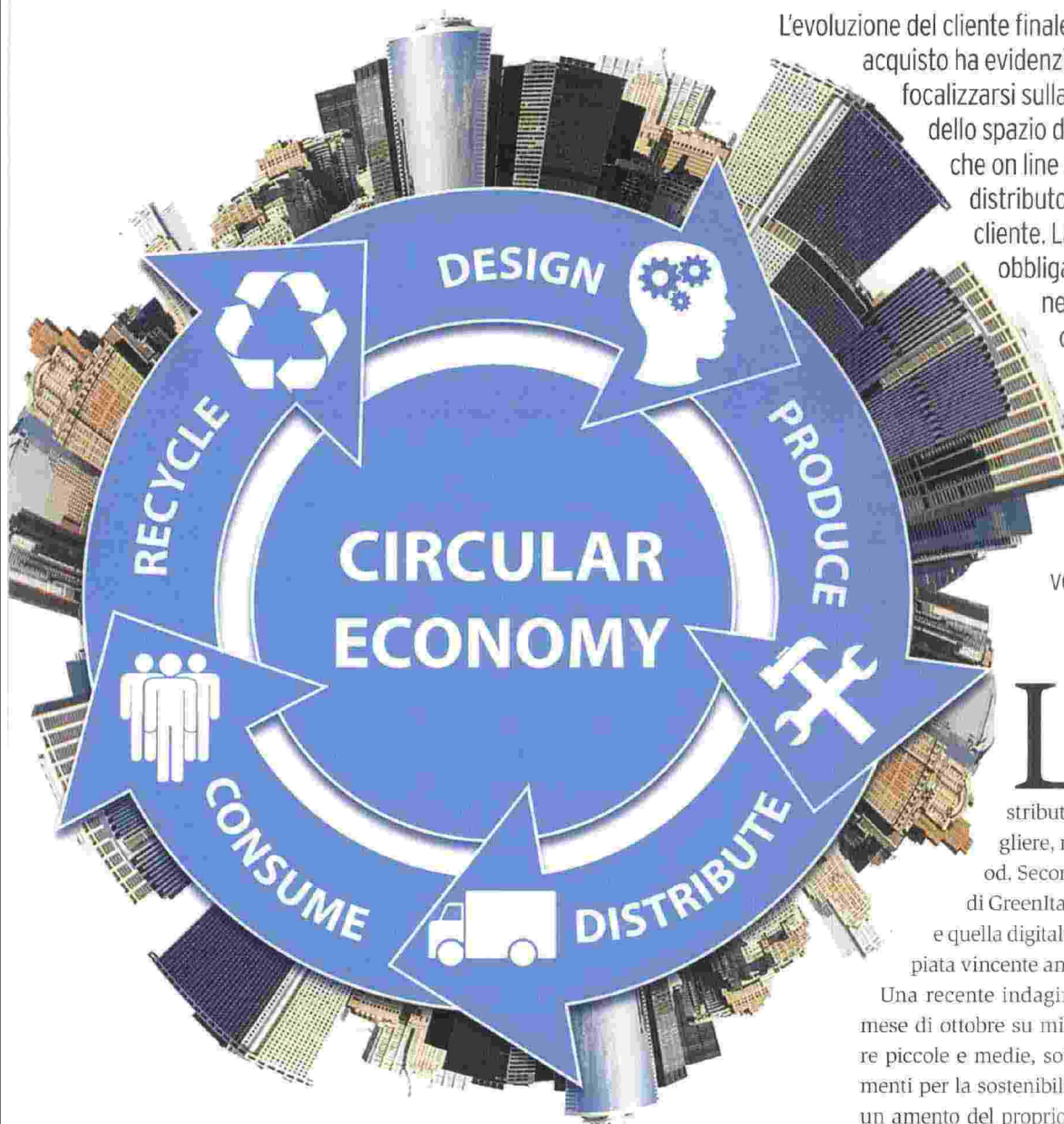


BUSINESS DESIGN

di Gabriella Simone, Innovation Retail Architect and Business Designer

SOSTENIBILITÀ E RIUTILIZZO

Quale opportunità di business per i negozi fisici?



L'evoluzione del cliente finale nella modalità di acquisto ha evidenziato il bisogno di focalizzarsi sulla risegmentazione dello spazio di vendita sia fisico che on line e sul valore del distributore come servizio al cliente. La trasformazione quasi obbligatoria del contenitore negozio ci porta ad agire considerando i temi della sostenibilità e del riutilizzo legati all'economia circolare come base di un rilancio valoriale di un punto vendita

La sostenibilità e l'economia circolare sono opportunità che molti settori produttivi e distributivi stanno cercando di cogliere, non solo nel mondo del food. Secondo l'undicesimo rapporto di GreenItaly 2020 "l'economia verde e quella digitale rappresentano un'accoppiata vincente anche ai tempi del Covid-19. Una recente indagine condotta nello scorso mese di ottobre su mille imprese manifatturiere piccole e medie, sottolinea come gli investimenti per la sostenibilità abbiano contribuito ad un aumento del proprio fatturato per il 16% del-



IL COMMERCIO EDILE

le imprese green contro il 9% delle imprese non green. Inoltre, il 24% delle imprese valutate ha dichiarato di avere in programma eco-investimenti nel triennio 2021-2023 e nel 2020 il 20% delle imprese orientate al 4.0. ha aumentato il fatturato, quota più che doppia rispetto alle imprese non-green”.

È chiaro che green e digitale insieme rafforzano la capacità competitiva delle aziende.

Quanto sopra è rafforzato dalle scelte di acquisto dei clienti finali che crescono nella consapevolezza che “l’acquisto di un prodotto o un servizio” non è solo relegato alla funzione di utilizzo, ma ad un sistema più complesso legato al tema della sostenibilità, anche ambientale. La velocità del cambiamento è veicolata dai media che quotidianamente trasmettono notizie sul cambiamento climatico e legano l’azione di responsabilità individuale al modo di vivere e scegliere: ci invitano a cambiare prospettiva di vita. Ma se questo

argomento fosse solo connesso ad un’etica personale, probabilmente, sarebbe collegato solo alle nostre coscienze. Ma non è così. I “modelli lineari di produzione” si stanno convertendo, piano piano, in sistemi di “modello circolare”, perché conviene all’economia, all’ambiente e alla collettività. La trasformazione di questi modelli è, probabilmente, anche sostenuta da una normativa ambientale molto restrittiva sulla gestione dei rifiuti. In riferimento al mondo edile il D.lgs. 116/20 - art.185 bis ha introdotto qualche novità sui depositi temporanei, ma la strada da percorrere è ancora in salita.

**IL NEGOZIO:
CONTENITORE
DI VALORE SOSTENIBILE
E PROFESSIONALE**

L’economia circolare parte dal principio delle 3R: ridurre, riutilizzare e riciclare e questo concetto impatta su tutta la filiera produttiva e distributiva, fino al livello sociale.

Pensare a nuovi spazi di vendita senza considerare questi valori sarebbe un po’ come giocare in una squadra di calcio con 10 giocatori ma senza il portiere.

Alcuni settori produttivi stanno inserendo nei propri modelli di business il concetto del “remanufacturing”, che significa smontare un prodotto o un componente già utilizzato, rimetterlo a nuovo e riportarlo sul mercato, facendo crescere il vantaggio per il produttore - che guadagna di più rispetto alla fabbricazione ex novo e può più facilmente accedere a modelli di business 4.0-, per il consumatore finale, che spende meno, per l’ambiente, con un minore consumo di materie prime e di energia e meno rifiuti da smaltire e, infine, per l’occupazione.

Questo concetto è applicabile anche ad altri settori, non solo a quello industriale e, se ben gestito e comunicato, può diventare un driver vincente per fidelizzare un segmento



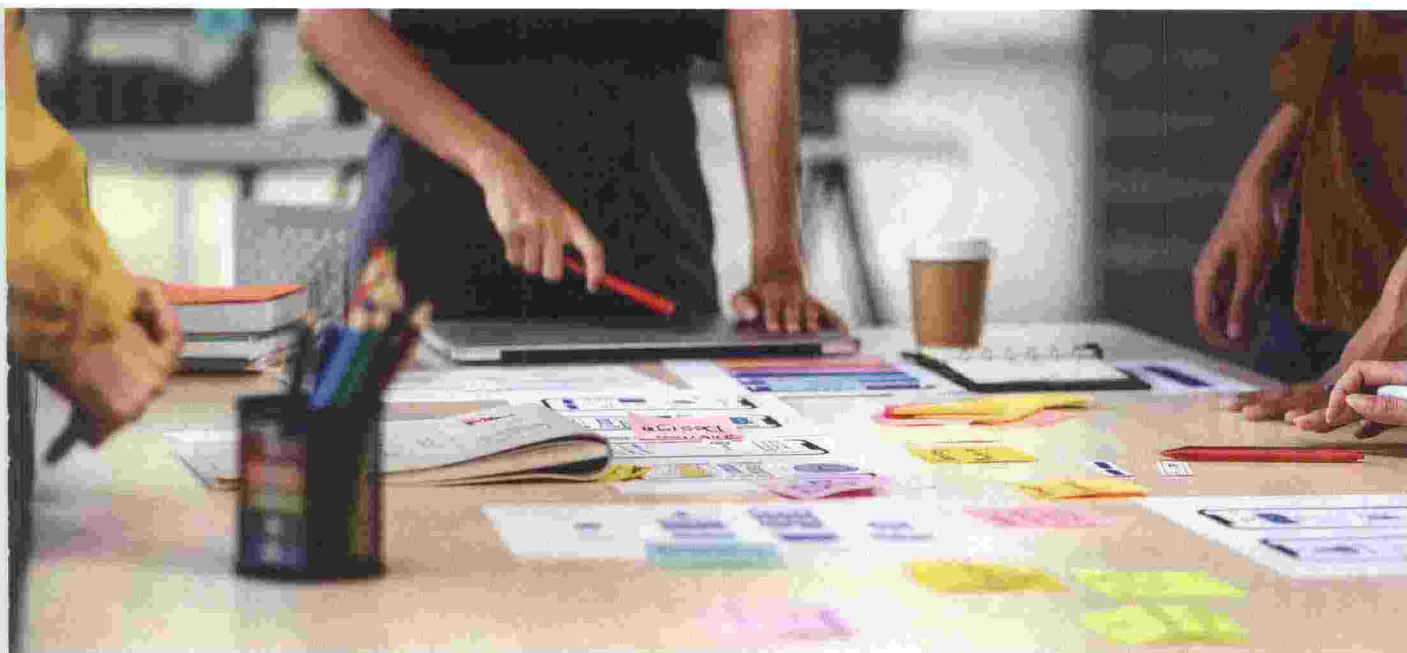
BUSINESS DESIGN

di clientela sempre più attento allo spreco di sistema. Un esempio indicativo potrebbe essere quello di utilizzare una progettazione con un approccio di Eco-Design per la creazione di allestimenti e soluzioni per la vendita nello spazio fisico (da Wikipedia: "Design sostenibile è la progettazione di un prodotto o di un sistema, sociale o economico, nel rispetto dell'ambiente che coinvolge principi quali riduzione, riuso e riciclo"). Per approfondire il concetto pensiamo a come uno show room dedicato al mondo della casa e al benessere delle persone, progettato come spazio sostenibile, con materiali idonei e trasformabile grazie ad una progettazione orien-

tata a "riuso, montaggio e riciclo", può aumentare il valore del prodotto offerto. Nonostante la progettazione degli allestimenti venga considerata, a volte, un elemento estetico oltre che funzionale, rimane invece una componente di fondamentale importanza per il rafforzamento del brand e del fatturato. Un ottimo esempio è rappresentato dallo scaffale "progettato" come strumento di vendita e non semplicemente di supporto. La valorizzazione degli spazi è funzionale non solo alla trasformazione dei luoghi e all'esperienza di acquisto personalizzata, ma soprattutto alla trasmissione del beneficio costruito per il cliente. Questo è un valido motivo per cui bisogna innovare.

La comunicazione in negozio è l'anello indispensabile per chiudere questo processo e per "raccontare" il percorso di costruzione del valore: senza questa fase sarebbe più difficile trasmettere il valore al cliente finale. Ma non è sufficiente lavorare unicamente su una progettazione sistemica basata sul valore come leva indispensabile per costruire sistemi o valori sostenibili: il mercato impone di sperimentare nuovi concept, nuove idee per catturare i clienti e veicarli in negozio. A titolo indicativo lavorare su concept legati al modello del riuso e del noleggio sarebbe molto performante e sostenibile economicamente in un modello di business. Quanti clienti





utilizzano prodotti per poi dimenticarli, metaforicamente, nel cassetto? Oppure quanti clienti non comprano prodotti perché servono una volta sola? Il tema dell'utilizzo e non della proprietà dell'oggetto è già, in altri settori, adottato e vincente.

In questa logica la costruzione di spazi e servizi come il "riuso e il noleggio" aumenterebbe il traffico nello spazio fisico e rafforzerebbe il rapporto di fiducia con il retailer locale. La distribuzione di ferramenta e materiali edili è capillare sul territorio e per questo motivo si lega perfettamente al tema della "sostenibilità" civile e sociale, oltre che economica. Un esempio indicativo è quello di **Leroy Merlin** e dell'"Emporio fai da noi", un progetto di qualche anno fa sul tema del riuso e della sostenibilità.

ECONOMIA CIRCOLARE E DESIGN SOSTENIBILE

Secondo la definizione della Ellen MacArthur Foundation, con Economia Circolare si intende "un termine generico per definire un'econo-

mia pensata per potersi rigenerare da sola. In un'economia circolare i flussi di materiali sono di due tipi: quelli biologici, in grado di essere reintegrati nella biosfera, e quelli tecnici, destinati ad essere rivalorizzati senza entrare nella biosfera". In altre parole, possiamo definire il Design sostenibile (Eco-Design) come un Design Intelligente e sensibile che si inserisce in un sistema sociale ed economico rispettoso dell'ambiente, cercando di eliminare completamente qualsiasi impatto negativo sull'ambiente stesso. Declinando i principi sopra citati di 'riduzione riciclo e riuso' in un contesto di progettazione sostenibile per la creazione di allestimenti e spazi fisici, possiamo far riferimento ad alcuni aspetti di notevole impatto ed importanza come il concetto di montaggio/smontaggio/autocostruzione, l'utilizzo di energie rinnovabili, la riduzione delle emissioni nocive, la scelta dei materiali, la dematerializzazione del prodotto-servizio e infine l'analisi e la certificazione del progetto realizzato.

IL BUSINESS DESIGN COME RIDUTTORE DI COMPLESSITÀ

Che il negozio sia il luogo dell'esperienza e della relazione dove il cliente cerca le soluzioni ai suoi problemi, è un dato di fatto. Il passo ulteriore da compiere ora, quindi, è quello di puntare a un design sostenibile capace di coniugare gli aspetti green e digital e costruire nuovi concept per la vendita. In quale modo è possibile percorrere questa strada?

Partendo dal cliente - e non dallo spazio da progettare! - e avellendosi di una disciplina come il Business Design per mappare un percorso attraverso strumenti innovativi, processi e validazioni su clienti, al fine di identificare le peculiarità specifiche delle persone che scelgono di accedere al negozio. Non sono sufficienti le belle idee e non basta conoscere il proprio ambiente di lavoro. Oggi, per sostenere i retailer nella crescita, bisogna essere sistemici, affidandosi a nuove tecniche per affrontare la complessità e aumentare la produttività dello spazio fisico. ♦