

Design come motore dell'economia circolare

14 ottobre 2022



POLITECNICO
MILANO 1863

DIPARTIMENTO DI DESIGN



DESIGN
STRATEGIES

“an industrial economy that is restorative or regenerative by intention and design”

Ellen MacArthur Foundation (2013)

ECONOMIA CIRCOLARE

I principi

1 Eliminare gli scarti e l'inquinamento

2 Mantenere il più possibile in uso prodotti e materiali

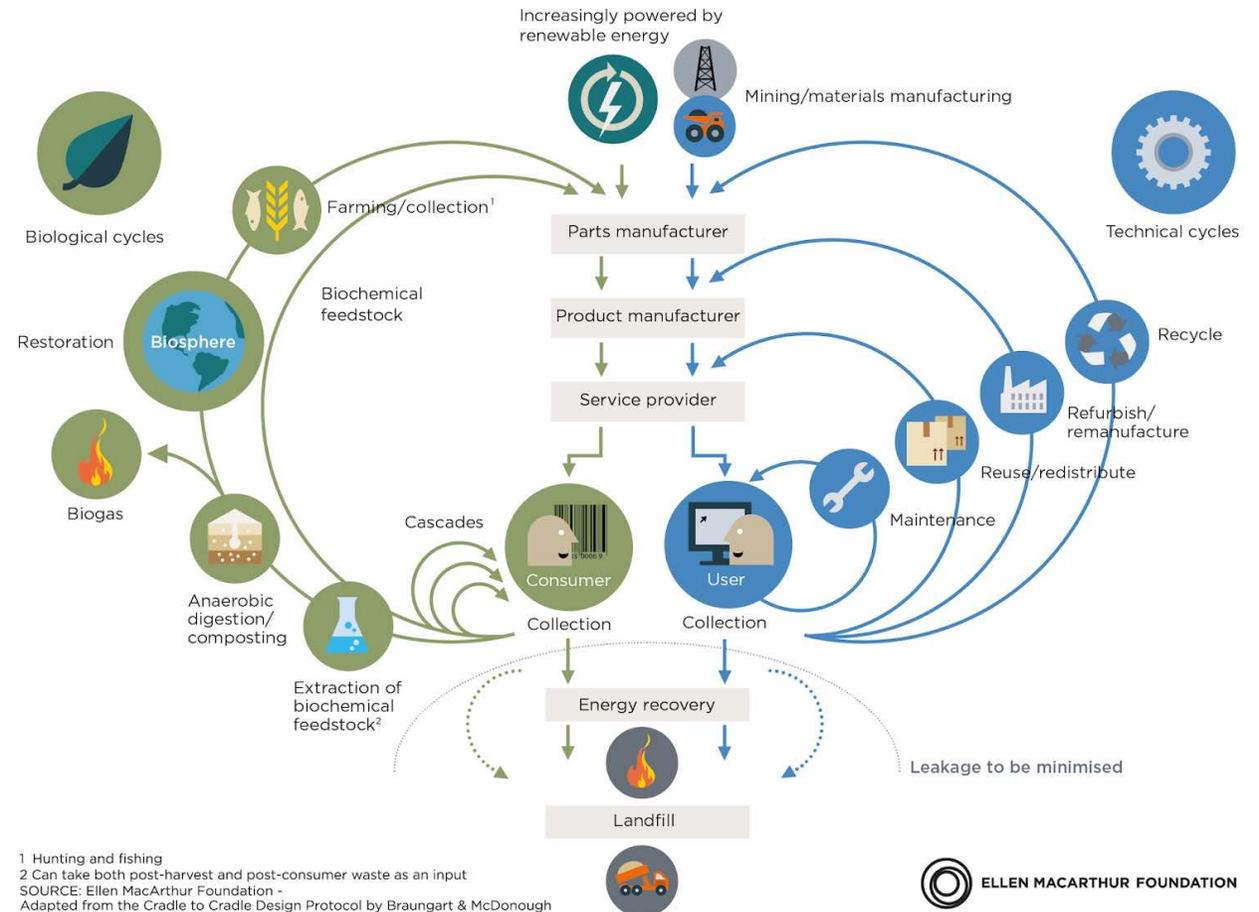
3 Rigenerare i sistemi naturali

ECONOMIA CIRCOLARE

Il diagramma a farfalla

Nell'economia circolare, i flussi delle risorse sono di due tipi: biologico, capaci di essere rigenerati all'interno della biosfera, e tecnico, capace di essere rigenerato senza entrare all'interno della biosfera.

CIRCULAR ECONOMY - an industrial system that is restorative by design



LE CONDIZIONI DI CONTESTO: IL CONSUMATORE

Un consumatore attento al *purpose* delle aziende

«La maggioranza del campione, il 58%, ritiene che i valori espressi siano molto importanti.

*Si aggiunge un ulteriore 33% che ritiene che tali valori importanti, evidenziando quanto le tematiche sociali e ambientali espresse dalle aziende siano diventate rilevanti...»**

*ECONOMIA DELLA BELLEZZA 2022. La Bellezza nell'era della purpose economy. Banca Ifis, 2022

LE CONDIZIONI DI CONTESTO: IL CONSUMATORE

Un consumatore attento al *purpose* delle aziende

UNA RIFLESSIONE BANCA IFIS E POLI.DESIGN / A REFLECTION BY BANCA IFIS AND POLI.DESIGN

I 6 AMBITI PRINCIPALI DEL *PURPOSE* D'IMPRESA / THE 6 MAIN AREAS OF BUSINESS PURPOSE



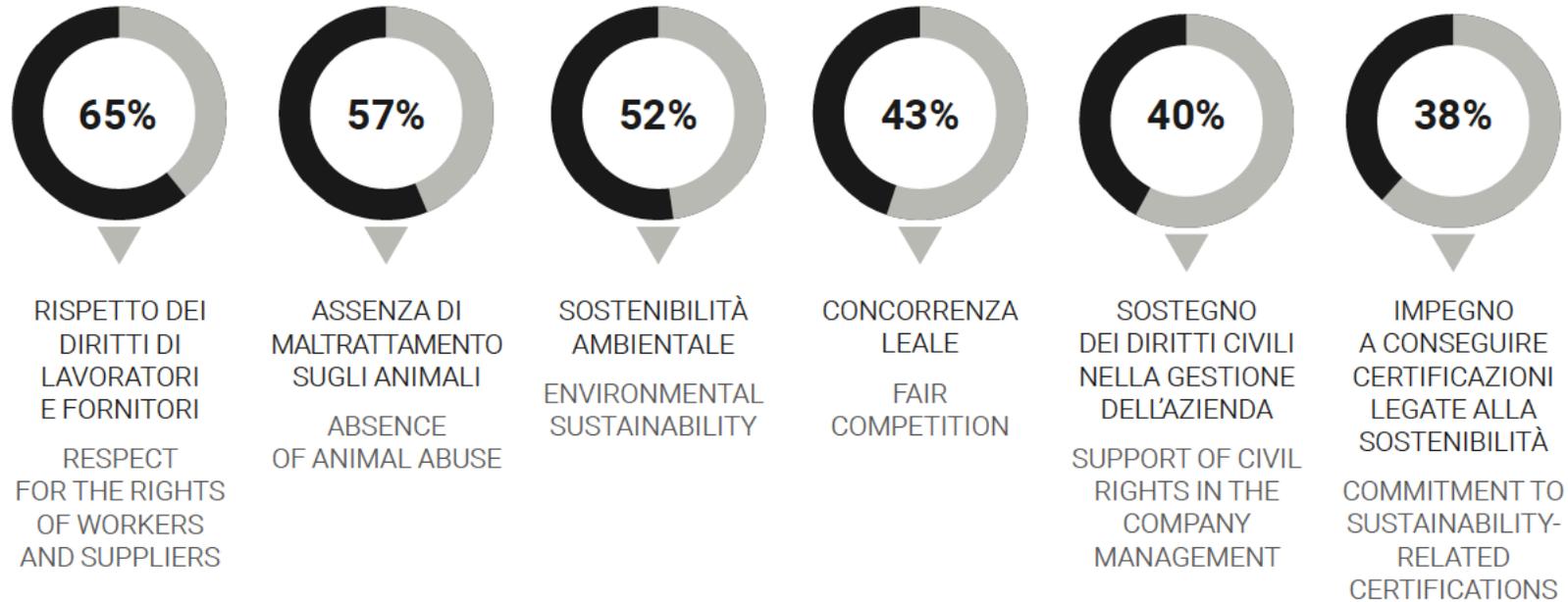
*ECONOMIA DELLA BELLEZZA 2022. La Bellezza nell'era della purpose economy. Banca Ifis, 2022

LE CONDIZIONI DI CONTESTO: IL CONSUMATORE

Un consumatore attento al *purpose* delle aziende

QUALI I COMPORTAMENTI E GLI OBIETTIVI DI IMPRESA PIÙ IMPORTANTI PER GLI ITALIANI?

WHAT ARE THE MOST IMPORTANT BUSINESS BEHAVIORS AND GOALS FOR ITALIANS?



*ECONOMIA DELLA BELLEZZA 2022. La Bellezza nell'era della purpose economy. Banca Ifis, 2022

LE CONDIZIONI DI CONTESTO: IL CONSUMATORE

Un consumatore attento al profilo ambientale delle aziende

PROFILO AMBIENTALE / ENVIRONMENTAL PROFILE

ATTENTO AL PROPRIO IMPATTO SULL' AMBIENTE
CONSCIOUS OF ITS ENVIRONMENTAL IMPACT

OPERA UN CONSUMO CONSAPEVOLE
OPERATES RESPONSIBLE CONSUMPTION



RICICLA
RECYCLES



SCEGLIE PRODOTTI
A BASSO IMPATTO
CHOOSES LOW
IMPACT PRODUCTS

71%

VERIFICA LA
PROVENIENZA PRODOTTI
CHECKS PRODUCT
ORIGINS

84%

SOSTIENE FORME
DI ENERGIA SOSTENIBILI
SUPPORTS SUSTAINABLE
FORMS OF ENERGY

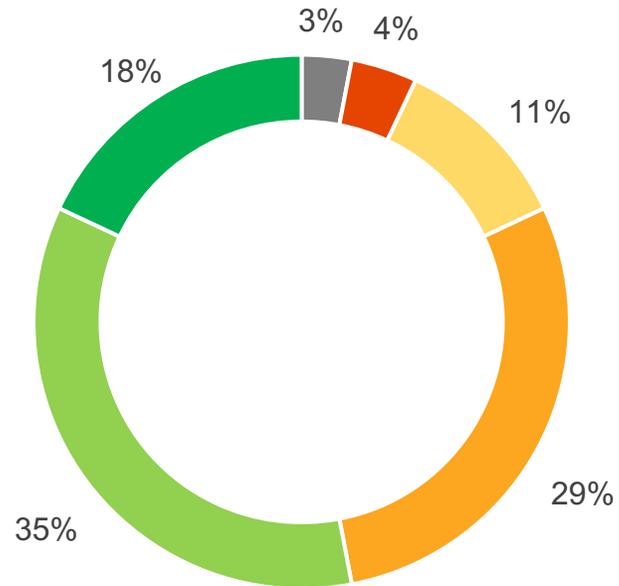
81%

SI PREOCCUPA DEL
CAMBIAMENTO CLIMATICO
CARES ABOUT
CLIMATE CHANGE

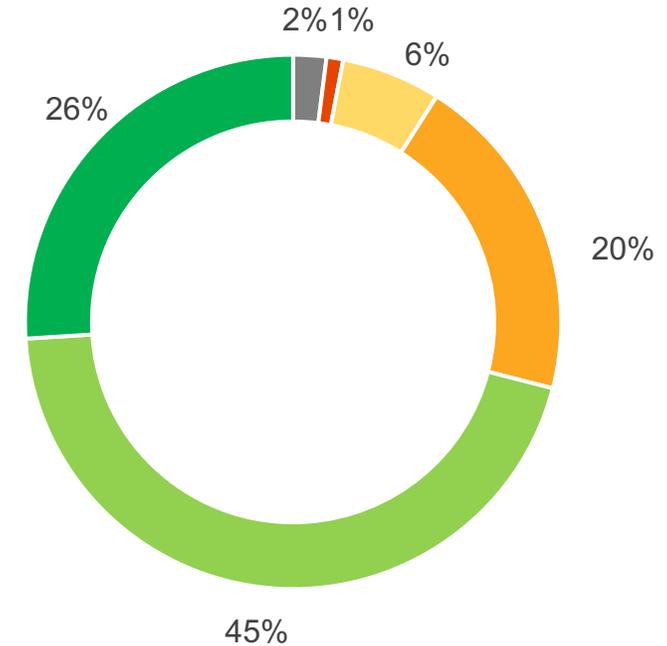
*ECONOMIA DELLA BELLEZZA 2022. La Bellezza nell'era della purpose economy. Banca Ifis, 2022

LE CONDIZIONI DI CONTESTO: IL CONSUMATORE

Un consumatore attento al profilo ambientale delle aziende



Consumatori che scelgono prodotti con marchi o dichiarazioni che attestano l'impatto ambientale*



Consumatori che scelgono prodotti che dureranno nel tempo*



*Report CONAI – Progetto SCELTA 3

LE CONDIZIONI DI CONTESTO: IL CONSUMATORE

Si, ma di che tipo?



CIRCOLARI PER
ECCELLENZA

35%

Hanno comportamenti circolari
frequenti.



CIRCOLARI IN
DIVENIRE

34%

Sono attenti in fase di acquisto
e di dismissione.



CIRCOLARI PER
NECESSITÀ

15%

Sono attenti solo in fase di
dismissione dei prodotti.



PIGRI E
INDIFFERENTI

16%

Adottano saltuariamente
comportamenti circolari.

*Report CONAI – Progetto SCELTA 3

LE CONDIZIONI DI CONTESTO: LE AZIENDE

Catena del valore e performance «circolari»

La circolarità nella catena del valore si articola in:

- _ Approvvigionamento,*
- _ Design,*
- _ Produzione,*
- _ Logistica,*
- _ Uso e Consumo,*
- _ Gestione Rifiuti e*
- _ Gestione Imballaggi.*

LE CONDIZIONI DI CONTESTO: LE AZIENDE

Di che tipo?



AZIENDE LINEARI

27,8%

Bassi valori in tutte le fasi del ciclo produttivo.



CIRCULAR DESIGNERS

17,2%

Bene solo nella progettazione dei prodotti.



SUPPLY ORIENTED

14,3%

Buone performance nella selezione dei fornitori e nella logistica.



PACKAGING OPTIMIZER

9,6%

Hanno adattato solo la fase di packaging.



END-OF-LIFE OPTIMIZER

15,7%

Buoni valori nella gestione dei rifiuti e nelle performance dei prodotti.



AZIENDE CIRCOLARI

15,3%

Buoni valori in tutto il ciclo di vita del prodotto.

*Report CONAI – Progetto SCELTA 3

LE CONDIZIONI DI CONTESTO: LE AZIENDE

Quali performance hanno queste aziende?



AZIENDE
LINEARI

27,8%

Aziende giovani o PMI.



Dipendenti
Fatturato
Clienti



AZIENDE
CIRCOLARI

15,3%

Aziende di grandi dimensioni e sul
mercato da molto tempo.

*Report CONAI – Progetto SCELTA 3

LE CONDIZIONI DI CONTESTO: LE AZIENDE

Quali performance hanno queste aziende?



AZIENDE
LINEARI

27,8%

Aziende giovani o PMI.



CAPACITÀ DI ASSORBIMENTO

Acquisizione delle informazioni
Trasformazione delle informazioni
Sfruttamento delle informazioni

CAPACITÀ DINAMICHE

Comprensione tematiche ambientali
Riconfigurazione delle risorse interne
Costruzione delle risorse



AZIENDE
CIRCOLARI

15,3%

Aziende di grandi dimensioni e sul
mercato da molto tempo.

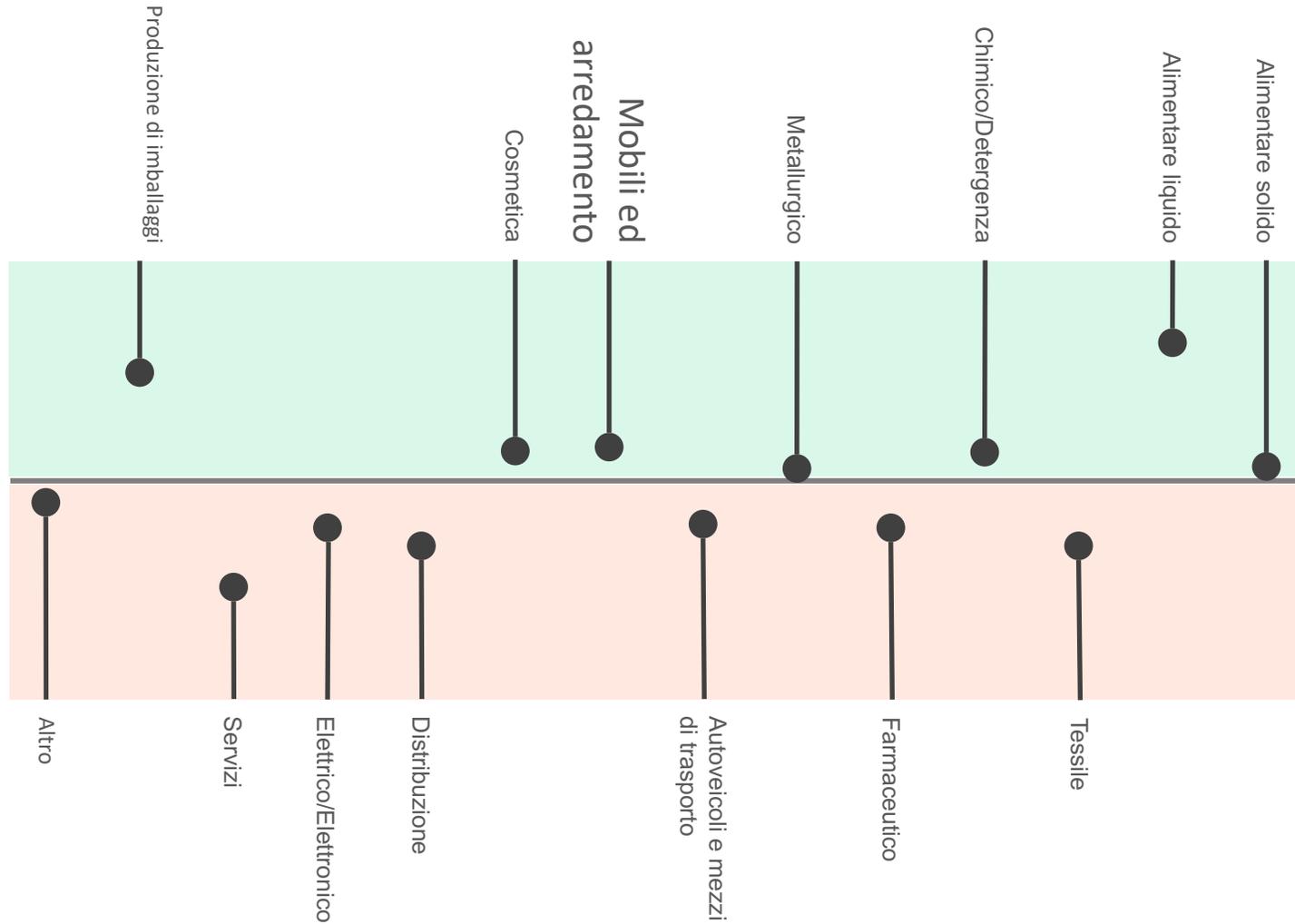
*Report CONAI – Progetto SCELTA 3

LE CONDIZIONI DI CONTESTO: LE AZIENDE

Il settore del legno



AZIENDE LINEARI



AZIENDE CIRCOLARI

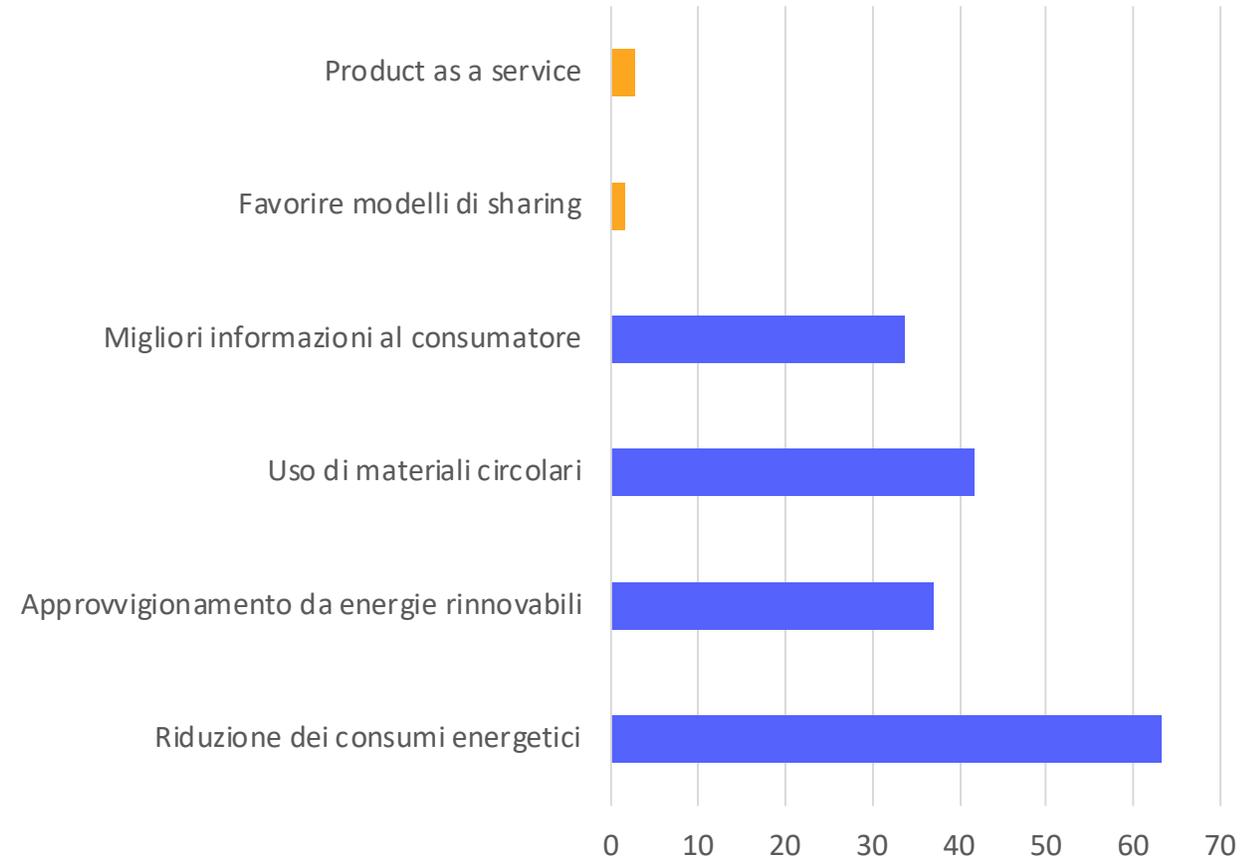
*Report CONAI – Progetto SCELTA 3

LE CONDIZIONI DI CONTESTO: LE AZIENDE

Direzioni in via di sviluppo

Nei prossimi tre anni le aziende vogliono impegnarsi nel settore energetico.

Non si sfruttano appieno invece i nuovi modelli di business, come lo sharing e il prodotto-servizio.



*Report CONAI – Progetto SCELTA 3

NUOVE POSSIBILITÀ

Normative: Diritto al riutilizzo e alla riparazione

- Finanziamento, nell'ambito degli investimenti della M2C1 della realizzazione di centri per il riuso e la riparazione dei beni, di proprietà pubblica: realizzazione entro il 2026;
- Definizione di un Tavolo Ecodesign che includa un Gruppo di Lavoro su riutilizzo e riparazione da parte del proprietario, che copra il ciclo di vita del prodotto dalla concezione e immissione sul mercato - labelling, etc.;
- Introdurre incentivi in favore di chi promuova comportamenti individuali tesi alla riduzione dei rifiuti, ivi compresi i consumatori;

Fonte: MITE - Cronoprogramma di attuazione delle misure della Strategia Nazionale per l'Economia Circolare _ Giugno 2022

NUOVE POSSIBILITÀ

Normative: Sostegno ai progetti di simbiosi industriale

- Sviluppo di strumenti di progetti e/o schemi di incentivazione finanziaria e semplificazione delle reti di impresa con finalità circolari, di rigenerazione di brown areas in ecodistretti circolari in ottica di simbiosi industriale, in collaborazione con MiSE, Centri di ricerca, sistemi di istruzione/formazione e associazioni di categoria;
- Implementazione di una piattaforma digitale per favorire l'incontro di domanda e offerta di materie prime seconde in ottica di simbiosi industriale.

Fonte: MITE - Cronoprogramma di attuazione delle misure della Strategia Nazionale per l'Economia Circolare _ Giugno 2022

NUOVE POSSIBILITÀ

Design: opportunità e responsabilità

“up to 80% of the environmental impact of products is determined in the design phase”

European Commission – Ecodesign your future (2020)

NUOVE POSSIBILITÀ

Design: opportunità e responsabilità



I RIFIUTI SONO ERRORI DI DESIGN. Fonte SERVECO

Thank you!

francesco.zurlo@polimi.it



POLITECNICO
MILANO 1863

DIPARTIMENTO DI DESIGN



DESIGN
STRATEGIES