Comprar, llençar, comprar - obsolescència programada

Autor:
Data de publicació: 09-01-2016

https://www.youtube.com/watch?v=TcbyrkzhIXI

Que sigui l'última: Fa un segle, la indústria de la moda destinada a produir béns de qualitat que van durar tota la vida. Almenys la meitat d'un segle, el corrent principal indústria de la moda ha produït intencionadament béns de menor qualitat per fomentar el consum continu. ¿Veu vostè qualsevol canvi en les actituds d'avui entre les marques de moda més grans i els minoristes a "allunyar" d'aquesta estratègia de negoci?

Anna Brismar: L'estratègia de negoci que ha dominat la nostra indústria per generar més gairebé un segle que ara es diu "obsolescència planificada". En essència, això significa que una empresa dissenya deliberadament i fabrica productes amb cicles de vida més curts, fent que sigui desgastats, trencats, no funcional o fora de moda abans del necessari (font). O com explica The Economist:

"L'obsolescència planificada és una estratègia de negoci en què està prevista l'obsolescència (el procés d'esdevenir obsolets, és a dir, fora de moda o ja no utilitzable) d'un producte i va construir-hi des del començament. Això es fa perquè en el futur el consumidor sent una necessitat de comprar nous productes i serveis que el fabricant posa de manifest com a substituts dels antics. "(The Economist, 2009)

L'expressió "obsolescència planificada" va ser utilitzat per primera vegada a mitjans de la dècada de 1920 pels crítics que qüestionaven la nova proposta de negocis d'Alfred P. Sloan, llavors cap de General Motors. Per tal d'augmentar les vendes, Sloan va proposar que l'empresa ha de canviar el disseny del model de cotxe cada any per animar els propietaris d'automòbils per comprar un cotxe nou cada any (font). En la dècada de 1930, Bernard London va escriure el pamflet "Posar fi a la depressió a través de l'obsolescència programada" en què va aconsellar al govern dels Estats Units per legalitzar l'obsolescència planificada dels articles de consum a gran escala, per tal d'estimular la producció, el consum, l'ocupació i el creixement econòmic nacional. Consells de Londres va tenir un gran impacte en la indústria americana.

Des de la dècada de 1950, l'estratègia de l'obsolescència planificada ha jugat un paper fonamental en la nostra societat moderna, també per a la indústria del vestit. En particular, cadenes de moda ràpids i grans minoristes actuen sobre aquesta estratègia per animar els clients realitzar les seves compres amb freqüència, per tal d'impulsar els ingressos. En canviar els estils de moda sovint i més dràsticament, s'anima als consumidors a comprar nous articles encara que el seu guarda-roba existent pot funcionar a la perfecció. En altres paraules, què és "alta moda" avui serà aviat notícies d'ahir. Per exemple, les sabates arrodonits d'aquesta temporada seran reemplaçats pels dits del peu en punta l'any que ve, a llarg amples faldilles seran obsolets per les faldilles curtes i estretes i primes jeans foscos seran superats per la llum blava i acampanat. Els consumidors que actuen sobre aquestes variacions de tendències (mitjançant l'actualització a les últimes tendències) contribuiran indirectament a una societat construïda sobre l'obsolescència programada.

Potser el "pitjor cas" de l'obsolescència planificada és la situació en la qual un productor dissenya deliberadament i fabrica un producte perquè es trenquen amb facilitat o després de només uns pocs usos, ja sigui fent una o més components més febles del necessari o mitjançant la programació d'una menor esperança de vida en el producte (per exemple, en electrònica de programari). O bé es necessita la part trencada de ser reemplaçat, el que pot ser costós, o s'anima el consumidor a comprar un nou element o similar. Un exemple clàssic és la facilitat amb la pantalla d'un iPhone descansos i com el cost de reemplaçar el vidre és gairebé una cinquena part del preu d'un telèfon nou (és a dir, 1.300 SEK per a la reparació i 7.500 SEK per a un nou iPhone 6). Segons alguns periodistes, "obsolescència planificada ha estat part de com Apple, i gairebé tots els altres fabricant de PC, ha operat des de temps immemorials."

(Vegeu una prova de vídeo comparant iPhone i frangibilidad de pantalla de Samsung!)

De la mateixa manera, pel que fa a la roba, la majoria de nosaltres hem experimentat com la nova samarreta porta ràpidament com el teixit de les captures de petits forats i es torna asimètrica en forma. Un motiu típic d'aquesta degradació de la qualitat primerenca és una tela més fina i més delicada i la mala coincidència de patrons-tela. Pel que fa a les camises i bruses, costures laterals que solien ser dobles són avui sol, mentre que els botons que solien ser cosida acuradament ara cauen fàcilment apagat. Quan la ruptura de la confecció a la tela, sovint és difícil de restaurar el seu aspecte original, mentre que les costures trencades o botons perduts més fàcilment poden ser fixos. No obstant això, molts consumidors prefereixen comprar una brusa nova de passar per "la molèstia" de fixar els seus costures o botons (això, sense tenir en compte el fet que cosir un botó triga uns 10 minuts, mentre va de compres probablement necessita molt més temps).

Encara que pot ser comprensible que les empreses volen animar els clients a comprar més i amb freqüència (per defensar els ingressos de la companyia), aquesta estratègia de negoci provoca severs impactes sobre el medi ambient, en particular en els països productors com la Xina, l'Índia, Bangla Desh i Indonèsia. La nostra indústria de la moda moderna és, de fet, el responsable d'un alarmant excés de consum de roba, sabates i accessoris, que també condueix a una enorme quantitat d'articles de moda ser incinerats o abocats en els abocadors cada any. A Suècia, la població consumeix gairebé 132.000 tones de peces de vestir i tèxtils per a la llar en un any (el 2008), dels quals s'estima que 70 000 tones van ser llançats a la paperera de la casa i posteriorment incinerats (font). Al Regne Unit, la incineració de les peces no es legalitza (que no sigui com a residus domèstics); en el seu lloc, al voltant de 350 000 tones de roba que no s'envien als abocadors cada any (font).

Mentrestant, la indústria continua la fabricació de nous productes. Per tant, a hores d'ara, els grans fluxos d'oli cru s'extreuen per produir la roba de polièster, es desvien grans quantitats d'aigua (de rius, llacs i per sota del sòl) per al reg de terres de cotó, i grans quantitats d'aigua, agents de tenyit i productes químics potencialment nocius s'utilitzen per rentar, tenyir, i tractar teles i filats, com a part de la cadena de subministrament. La indústria mundial de la moda d'avui en dia no és clarament sostenible.

Afortunadament, el concepte d '"economia circular" està canviant l'ordre del dia a tot el món. Amb l'adopció de noves estratègies empresarials circulars, la indústria de la moda sembla estar entrant en una nova era de disseny i operació. Algunes grans empreses de moda ara comencen a repensar els seus models de negoci i ajustar les seves pràctiques de disseny per millorar l'esperança de vida del producte. Parts més febles d'un producte estan dirigits per tal d'enfortir la qualitat general i per facilitar la reparació. No obstant això, poques empreses avui en dia probablement consideri produir estils més duradors (és a dir, que dura més d'un parell de temporades) que desincentivar les compres sense motivació.

En suma, la "obsolescència programada", com una estratègia de negocis és avui ser interrogat, gran part gràcies a la noció d'economia circular. (Una institució de la UE, fins i tot va cridar a una prohibició total de l'obsolescència programada en 2013.) No obstant això, mentre que algunes empreses de moda estan ara preparats per millorar la seva qualitat dels productes i reparabilidad de crear productes que durin en la durabilitat, la fabricació de productes que també duraran en estil durant més d'un parell de temporades que sembla ser un desafiament molt més gran. (Per a més informació, veure la pel·lícula, llençar!)

http://www.greenstrategy.se/from-planned-obsolescence-to-circular-thinking-2/