



Vanatorii de hartie

2008-12-02 de [Daniel Lyons](#)

Nu e o ironie? Xerox spera sa scoata profit invatand companiile cum sa se descurce cu mai putine imprimante, mai putine copiatoare si cu mai putina hartie.

E trucul preferat al lui Sophie Vandebroek. Directorul tehnologic al Xerox sta in fata unei camere pline de oameni de la Massachusetts Institute of Technology, tinand in mana un stilou din care tasneste o raza de lumina ultravioleta. Mazgalind cu minisabia sa laser, deseneaza un 'X' mare pe o foaie de hartie. Scoate apoi un uscator de par si incepe sa incalzeasca hartia. In timpul asta, X-ul dispare. Pentru Xerox insa, nu e un truc cinematic ? e o noua tehnologie, pe care ei o numesc 'erasable paper?', hartie ce poate fi stearsa. Intr-o buna zi, spune Vandebroek, angajat ii vor putea tipari un document de care au nevoie temporar pe care apoi, in loc sa-l arunce la cosul de gunoi, il vor trece printr-un aparat ce are un element de incalzire.

DEPASIRE DE REDUCERI. Foaia de hartie cu rata din nou va fi incarcata apoi din nou in imprimanta pentru a fi folosita din nou... si din nou. De-a lungul timpului, aceasta tehnologie ar putea economisi milioane de dolari cheltuiti pe hartie ? si mii de hectare de copaci.

Proiectul este parte a unui efort la nivelul intregii companii Xerox de a gasi modalitati de a reduce risipa si de a micsora consumul de resurse naturale ? iar, intr-un fel, situatia nu ar putea fi mai ironica de atat. Xerox, a doua companie din piata de imprimante si copiatoare (dupa HP) ca marime, pare constienta de faptul ca problema pe care incearca sa o rezolve e chiar cea la a carei creare a contribuit. ?Suntem compania care a creat excesul de informatie?, spune Vandebroek. Expertii in computere vorbesc de multi ani despre biroul fara hartii, dar consumul de hartie din America a crescut cu 40% de la aparitia Internetului. Xerox incearca acum sa creeze o afacere profitabila revolutionand printingul de birou si sa-si aplice expertiza in noile industrii ?ecotehnologice?. ?Cautam solutii radicale, intrebandu-ne: «Ce inseamna sa fii ecologist radical?»?, spune Vandebroek.

In unele privinte, Xerox a incercat nu o data de-a lungul istoriei sale sa descopere noi mijloace de a reduce, refolosi si recicla. A inceput sa refaca echipamentele vechi mai devreme decat competitorii sai si a dezvoltat tehnologii prietenoase cu mediul, precum primele masinarii care imprimau automat pe ambele parti ale hartiei. ?Inainte de a fi categorisita drept «verde», ne-am gandit la ea ca fiind doar eficienta?, spune presedintele Xerox, Ursula Burns. Dar implicarea a crescut in 2003, cand Xerox si-a impus o ?provocare energetica? ? reducerea propriilor emisii de gaze de sera cu 10%, pana in 2012. De fapt, Xerox si-a depasit obiectivul, reducand emisiile cu 18% pana in 2006, iar acum si-a revizuit scopul, intentionand sa creasca la 25%, pana in 2012.

ECONOMISIRI SUSTENABILE. Asa ca, astazi, Xerox promoveaza o varietate de tehnologii mai prietenoase cu mediul inconjurator, precum cerneala solida, livrata intr-un calup care se topeste odata introdus in imprimanta. Cerneala solida nu are nevoie de cartus ? e livrata intr-o invelitoare de plastic ?, astfel ca sunt mai putine deseuri. In ceea ce priveste imprimantele laser, Xerox promoveaza un nou tip de toner, care solicita cu 25% mai putina energie pentru a functiona. Hartia ?high-yield? ?extraproductiva? ?, pe care Xerox a lansat-o anul trecut, e o noua inovatie. Aceasta hartie e fabricata intr-un mod care foloseste 90% din copac, aproape de doua ori mai mult decat cu procedeele obisnuite. Hartia in sine e mai subtire, astfel incat clientii primesc mai multe coli intr-un pachet. Exista si neajunsuri ? hartia se ingalbeneste daca e expusa la lumina soarelui si nu e buna pentru materialele de arhivare. Dar e buna pentru printatul de zi cu zi si nu costa mai mult decat hartia obisnuita.

Pentru a-si ajuta clientii corporatisti sa foloseasca mai putina hartie si energie, Xerox se bazeaza pe echipele sale de consultantii. Ca si IBM, o alta companie tehnologica ce vinde catre o baza matura de clienti, Xerox s-a orientat in ultimii ani catre servicii pentru o noua directie de crestere; divizia sa de servicii are 15.000 de angajati si aduce venituri de peste patru miliarde de dolari. Consultantii Xerox au creat un "calculator al sustenabilitatii" ce maseaza cantitatea de energie consumata de o firma in operatiunile sale de tiparire si copiere si cat de mult ar putea fi reduca aceasta energie.

Unele economii iau nastere din chestii destul de simple. In loc sa-i dai fiecarui angajat o imprimanta, de exemplu, companiile se pot organiza mai bine si pot folosi imprimante in retea. Pot instala dispozitive multifunctionale, care pot inlocui imprimante, copiatoare si faxuri separate. O alta smecherie: poti crea un sistem de tiparire la cerere pentru brosure, formulare si alte documente corporatiste, pentru a evita tiparirea a mii de copii si stocarea lor pana in momentul in care sunt necesare sau aruncarea lor, atunci cand nu mai sunt utile. Owens Corning (companie de materiale de constructii si instalatii n.r.) si-a externalizat operatiunile de tiparire catre Xerox si a economisit 1,5 milioane de dolari anual, prin adoptarea unei strategii de tiparire la cerere. Sistemul le permite contractorilor din constructii sa intre online pentru a imprima brosure individuale despre produsele Owens Corning. Acest lucru economiseste banii Owens Corning si le permite, de asemenea, contractorilor sa livreze materiale croite anume pentru fiecare client.

SI CEVA MARKETING. La suprafata, exista o doza de absurd in toate astea. Nu ar trebui ca Xerox sa vrea ca oamenii sa cumere mai multa hartie, cerneala si tonere? Nu par aceste initiative similare cu o incercare a McDonald's de a-i convinge pe americani sa devina vegetarieni? Directorii Xerox vad ironia. "Conduc o afacere amuzanta" cauta modalitati prin care companiile sa imprime mai putin?, spune John Kelly, presedinte al diviziei de servicii globale a Xerox. "Imprimarea nu va disparea, dar credem ca trebuie sa printezi mai eficient, iar atunci cand o faci, sa tiparesti doar lucrurile relevante. Stim ca, daca facem asta, putem continua sa crestem?".

E natural sa fii sceptic la astfel de declaratii. Fiecare companie vorbeste acum despre ecologie si deseori e numai vorbire. Dar experti din afara sistemului sustin ideea ca Xerox se tine de treaba pe bune. La inceputul acestui an, compania a castigat un mult dorit premiu pentru leadership corporate din partea Agentiei de Protectie a Mediului din Statele Unite. Intr-un studiu recent al firmei Brown-Wilson, Xerox s-a clasat pe locul 35 intr-un clasament format din peste 600 firme de externalizare, in ce priveste oferta lor ecologica.

Chiar si cinicii de pe Wall Street aproba initiativa. "Ne pasa de modul in care ii pozitioneaza asta in competitie, iar clientii cer acest lucru. Asa ca este, in cel mai rau caz, un marketing bun?", spune Shannon Cross, analist la Cross Research, o firma independenta de cercetare a pietei de capital. Cross mai subliniaza ca Xerox poate folosi angajamentul in tehnologiile ecologice drept atu de consultanta pentru a reface sistemul de tiparire al unui client si inlatura echipamentele rivalilor, inlocuindu-l cu unele Xerox. Cel mai solid motiv pentru care solutiile ecologice sunt populare e acela ca ele tin cu adevarat de economisirea de bani, spune Angèle Boyd, analist la firma de cercetare IDC. "Sincer, clientul beneficiaza prin reducerea costurilor, dar in acelasi timp primeste beneficiul reducerii emisiilor sale de carbon?", spune Boyd.

EXPERTIZA TRANSFERABILA. Unele dintre cele mai mari reduceri pe termen lung ar putea rezulta din initiativele ecologice care nu au nimic de-a face cu imprimantele si hartia - cel putin nu in mod direct. La renumitul sau Centru de Cercetare din Palo Alto (PARC), care a devenit organizatie independenta in 2002, dar e inca de tinut de Xerox, oamenii de stiinta au descoperit un lucru surprinzator: expertiza lor in imprimare poate fi transferata surprinzator de bine la alte tehnologii, precum panourile solare. Spre exemplu, expertiza PARC in optica si lentile a ajutat o companie numita SolFocus sa dezvolte un nou tip de celule fotovoltaice pentru

sistemele de energie solara. Expertiza PARC in manipularea particulelor, dezvoltata in timpul cercetarii din domeniul tonerelor, a dus la un sistem de filtrare a apei care foloseste mult mai putina energie decat metodele conventionale; ar putea fi folosita in centrele municipale de tratare a apei si in unitatile de desalinizare.

PARC a avut de asemenea un rol in dezvoltarea hartiei ce poate fi stearsa, pe care Xerox a anuntat-o de anul trecut. Studiile Xerox au descoperit ca peste 40% din hartiile imprimate sunt aruncate intr-un interval de 24 de ore. Chiar daca hartia ajunge la reciclare, e in continuare nevoie de multa energie si substante chimice pentru a crea hartie reciclata. De ce sa nu evitam toate astea? Vandebroek spune ca sunt multe piedici de depasit inainte ca hartia ce poate fi stearsa sa ajunga pe piata. ?Inca este un proiect de cercetare?, spune ea. Dar daca toate merg bine , planeta asta va fi un loc mai bun. Si cu toate ca Xerox ar putea ajunge sa vanda mult mai putina hartie, compania va putea vinde o generatie cu totul noua de imprimante. Iluminat de propriile interese? E un lucru minunat.

Articol publicat la http://www.moneyexpress.ro/articol_15660

© 2007 Grupul Realitatea Catavencu www.gruprc.ro. Toate drepturile rezervate.

Articolele din acest site sunt proprietatea Grupului Realitatea Catavencu. Pentru detalii privind reproducerea acestor informatii contactati [Redactia Money Channel](#)