

Dal cibo alla cittadinanza

L'azione dei consumatori nella costruzione di reti sociali

Silvia Innocenti

quaderno
n. 1



31 ottobre
2007



Laboratorio di studi rurali **SISMONDI**

Via san Michele degli Scalzi, 56124 Pisa - Italia

telefono ++39 050 2218990 - fax 050 2218970

<http://daga.agr.unipi.it/labrural>

Indice

1.Introduzione	2
2.Le iniziative internazionali	3
2.1 Movimenti che promuovono iniziative di sostegno diretto al mondo della produzione	3
2.2 Movimenti che promuovono un nuovo rapporto con il territorio.....	4
2.3 Movimenti che promuovono l'educazione al consumo critico.....	5
3.La realtà italiana.....	7
3.1 I Gruppi d'Acquisto Solidale	7
3.1.1 Il rapporto con il territorio.....	8
3.1.2 Oltre l'alimentazione, verso i servizi	10
3.1.3 I GAS, laboratori di cittadini-consumatori.....	11
3.1.4 I GAS e i grandi numeri: nuove prospettive di partecipazione.....	12
Bibliografia	13
Sitigrafia.....	14

1. Introduzione

I circuiti brevi sono nati in risposta a esigenze espresse da produttori e consumatori, nel tentativo di inserire e ricollocare il mercato di beni alimentari all'interno di uno spazio limitato, sia dal punto di vista fisico, sia sotto il profilo relazionale.

Questo nuovo approccio alla produzione e al consumo ha dovuto creare nuovi spazi e nuove strade che fossero alternative, se non in aperta opposizione, al mercato tradizionale.

Nella molteplicità delle esperienze, la cui espressione è fortemente condizionata dal contesto in cui nascono e si sviluppano (Allen et al, 2003), si trovano alcuni caratteri fondamentali: la ricerca del contatto diretto tra gli attori coinvolti (produttori e consumatori nei casi più semplici, fino ad arrivare al coinvolgimento di numerosi altri soggetti, come associazioni, enti locali, università); la ricerca di una relazione autentica, basata sulla fiducia, sulla conoscenza personale e sull'esperienza diretta; la necessità di costruire una rete di relazioni che sia radicata su un territorio o che consenta di creare uno spazio, anche non fisico (Feenstra, 2002), in cui gli attori possano condividere valori, ideali e iniziative (i.e. il commercio equo e solidale).

La nascita di queste nuove iniziative, in alcuni casi, è stata stimolata dai produttori, nel tentativo di intercettare le necessità dei consumatori nella ricerca di prodotti freschi e locali, offrendo servizi semplici, come l'organizzazione di punti di vendita diretta, in spazi interni all'azienda o esterni, sia come singoli che in forma associata, con altri produttori, come avviene con i Farmers' Markets o i Mercati Contadini.

Altri produttori scelgono il sistema dei Box-Schemes, fornendo ai consumatori ceste di prodotti la cui composizione varia secondo la stagionalità, ma anche secondo la complessità dell'organizzazione del servizio (Haldrup, 2004).

Oltre alle iniziative promosse dai produttori, negli anni è cresciuta nei consumatori la consapevolezza di doversi riappropriare della propria capacità di scelta, anche al momento dell'acquisto. Esercitando la scelta tra prodotti diversi, il consumatore decide quale azienda sostenere, quindi, indirettamente, avalla una determinata politica aziendale.

Su questa convinzione è basata la nascita di molti movimenti, promossi dai consumatori e che incoraggiano, tra gli obiettivi principali, il sostegno alle produzioni locali (con un'attenzione particolare verso le produzioni sostenibili), alle piccole aziende agricole, alle aree rurali marginali, l'educazione al consumo critico, la democratizzazione del cibo, garantendo l'accesso a prodotti genuini a tutta la popolazione, l'azione di pressione politica sulle istituzioni locali per garantire migliori condizioni di vita nelle aree urbane.

Questi movimenti sono nati in tutto il mondo, con caratteristiche operative, sensibilità e obiettivi diversi, frutto del contesto territoriale e del periodo storico in cui si sono sviluppate.

In questo testo si tenterà di dare una rappresentazione esaustiva delle realtà attive in questo momento, pur sapendo che una delle caratteristiche comuni a tutte le iniziative è l'estremo dinamismo, che favorisce la nascita e la scomparsa di gruppi e sensibilità in un arco temporale molto ristretto.

Un'attenzione particolare è riservata alla realtà italiana, in cui particolare rilievo, negli ultimi anni, stanno rivestendo i GAS (Gruppi d'acquisto solidale), che rappresentano l'iniziativa di auto organizzazione di consumatori attualmente più diffusa.

2. Le iniziative internazionali

2.1 Movimenti che promuovono iniziative di sostegno diretto al mondo della produzione

Queste iniziative, diffuse in molti paesi, mirano a ristabilire il contatto tra i produttori di cibo e consumatori, fortemente modificato dal moderno modello di distribuzione. La relazione torna a basarsi sulla conoscenza personale e sulla fiducia che intercorre tra le parti, aggiungendo un elemento molto significativo: il coinvolgimento, in termini materiali e di responsabilità, dei consumatori nella definizione delle scelte e nel sostegno alle attività aziendali. Il livello del coinvolgimento varia molto tra i diversi movimenti e, all'interno di essi, tra le singole esperienze locali.

Una seconda caratteristica fondamentale è la necessità di socializzare gli acquisti attraverso il confronto tra un gruppo ristretto di consumatori.

In alcune modalità, il confronto sul cibo è il preludio per l'approfondimento di altre tematiche, relative alle sensibilità dei singoli componenti o percepiti come necessità per il contesto locale in cui il gruppo è inserito.

I principali movimenti a cui è possibile risalire e fare riferimento sono i seguenti:

1. **TEI-KEI** (Giappone): l'espressione, traducibile come "il cibo ha una faccia", indica in modo esplicito la finalità del movimento. Nato in Giappone negli anni '70, su iniziativa dell'associazione per l'agricoltura biologica, è stato il primo movimento ad impegnarsi nel sostegno ai produttori, in risposta alla forte industrializzazione in atto nel paese, con il conseguente abbandono delle campagne e la perdita del mondo rurale tradizionale, fino a quel momento fondamentale per la cultura nipponica. Attualmente il movimento è in declino, dato che i giovani consumatori preferiscono rivolgersi alla Grande Distribuzione Organizzata, che permette di diminuire il tempo dedicato agli acquisti, concentrando in uno spazio ridotto una vasta gamma di prodotti, compresi quelli provenienti da agricoltura biologica.
2. **Community Supported Agriculture (CSA)** (Nord America e Europa Settentrionale): questo movimento è nato in Svizzera negli anni '80, su ispirazione dell'esperienza giapponese. In breve tempo si è diffusa in Nord America e nell'Europa Settentrionale, diventando il paradigma di questo genere di iniziative. La diffusione capillare è stata aiutata anche da numerose associazioni e agenzie pubbliche che si sono offerte di veicolare questa esperienza presso i consumatori. Negli ultimi anni, grazie alla massiccia presenza sul web, si è creata una fitta rete di contatti che permettono ai consumatori di consultare numerosi database e mettersi in contatto con la CSA più vicina.
3. **Association pour le Maintien d'une Agriculture Paysienne (AMAP)** (Francia): anche questo movimento è nato sulle orme delle CSA e dei TEI-KEI, nel 2001, dalla volontà di un'associazione (Alliance PEC, Paysans, Ecologistes, Consommateurs) che si occupa di mettere in comunicazione i contadini con i consumatori che dimostrano un'attenzione particolare verso il mondo rurale e le produzioni di qualità ottenute con metodi sostenibili. Nel manifesto del movimento viene sottolineato l'impegno da parte degli attori alla trasparenza nei rapporti e alla ricerca della soddisfazione delle esigenze di entrambi, ovvero, la necessità di un rapporto di lungo periodo per i produttori, l'acquisto di prodotti di qualità per i consumatori.
4. **ConProBio** (Svizzera): la cooperativa, nata nel Ticinese nel 1992, prevede il coinvolgimento di produttori e consumatori per la fornitura di prodotti locali, con

consegna settimanale. Anche se la forma prescelta è molto strutturata, le motivazioni etiche (sobrietà nei consumi, scelta di prodotti locali sostenibili e socialmente equi) che sono alla base della sua costituzione danno alla cooperativa una forza simile a quella dei movimenti con struttura per lo più informale.

5. **Grupos Autogestionados de Consumo (GAK)** (Spagna): questo movimento è nato alla fine degli anni '90, proponendo un modello economico antagonista a quello dominante, con una connotazione ideologica molto forte. Le modalità di azione sono del tutto simili a quelle dei TEI-KEI e delle altre iniziative fin qui citate, ma la costruzione di un rapporto fondato su una piena condivisione dei valori diventa il primo fattore discriminante nella scelta e nell'approccio tra le parti.

Oltre al confronto a livello nazionale, tra le esperienze locali, alcuni movimenti hanno scelto di mettersi in contatto, creando occasioni di confronto sporadiche (convegni o manifestazioni).

Il contatto tra esperienze diverse, in alcuni casi, ha portato anche alla definizione di progetti articolati di cooperazione tra paesi, mediati dalla partnership delle istituzioni europee.

Un esempio è costituito dal **progetto URGENTE** (Urbain-Rural: Générer des Engagement Nouveaux entre Territoires de l'Europe), finanziato dal programma INTERREG IIIB, che ha coinvolto tre realtà locali: la Val d'Adour (Francia), le comunità di Odemira e Poceirao (Portogallo) e quella di Maestrazgo (Spagna). L'obiettivo dei tre progetti pilota è stato il riavvicinamento tra i produttori di aree fortemente svantaggiate e i consumatori delle aree urbane più vicine, a cui è seguita la stesura di una "Carta Etica Territoriale".

In particolare, il progetto attivato in Portogallo si è avvalso della collaborazione delle AMAP, adattando l'esperienza alle peculiarità del territorio, creando un gruppo di consumatori che sostenesse una comunità di produttori (e non una sola azienda), permettendo loro di continuare a lavorare e vivere su un territorio che, se abbandonato, avrebbe subito un rapido degrado, sociale ed ecologico. Oltre al valore culturale e ambientale dell'iniziativa, attraverso la realizzazione di percorsi di formazione e aggiornamento professionale, il progetto ha avuto una ricaduta dal punto di vista sociale, innalzando il livello di preparazione, di partecipazione e di consapevolezza delle proprie possibilità nei lavoratori e negli abitanti della regione.

2.2 Movimenti che promuovono un nuovo rapporto con il territorio

La necessità di riscoprire le potenzialità del proprio territorio non viene sentita solo in ambienti rurali, ma, sempre più spesso e con un'urgenza particolare, viene percepita anche in contesti urbani. In risposta a questa esigenza sono nati alcuni movimenti che promuovono la riscoperta del proprio territorio e organizzano giardini e orti urbani per l'autoproduzione, oppure scelgono di sostenere piccoli produttori che si trovano nella zona peri-urbana. Il loro interesse mira al miglioramento della qualità di vita nelle aree urbane, ottenendo una nuova presenza attiva in zone destinate al degrado, stimolando un nuovo modo di vivere la città e la cittadinanza.

Frequentemente, le associazioni che si occupano di Community Gardening dimostrano una notevole sensibilità nei confronti dei soggetti socialmente svantaggiati (anziani, bambini, portatori di handicap, ex carcerati o tossicodipendenti, immigrati), definendo e attuando progetti *ad hoc*, che possano favorire l'integrazione e l'educazione dei partecipanti, attraverso il contatto con la terra.

Queste associazioni sono presenti in molti paesi europei e in Nord America e, spesso, si riuniscono in federazioni che ne coordinano le attività e, laddove sia necessario, possono effettuare pressioni sulle istituzioni pubbliche, a diversi livelli, per ottenere gli spazi necessari e la possibilità di gestirli.

In Europa, l'**Office International du coin de Terre et des Jardins Familiaux** riunisce le associazioni di 15 paesi, con l'obiettivo di diffondere l'esperienza e di coordinare le attività, specialmente laddove sia necessario agire sulle istituzioni, a diversi livelli, per ottenere gli spazi necessari e la possibilità di gestirli. Negli ultimi mesi, l'organizzazione ha stretto i contatti anche con l'omologa associazione giapponese, attraverso un accordo di cooperazione, in cui, entrambi i soggetti, si impegnano alla collaborazione e allo scambio di conoscenze.

Allo stesso modo, la **Federation of City farm and Community Gardens**, nel solo territorio inglese, e l'**American Community Gardening Association**, negli Stati Uniti e in Canada, riuniscono principalmente le iniziative di Community Gardening e di City Farming, dando notevole spazio anche alle School Farm e ai progetti di educazione ambientale rivolti ai bambini.

2.3 Movimenti che promuovono l'educazione al consumo critico

La maggior parte di questi movimenti non si concentrano su un aspetto o su un'iniziativa particolare, ma aspirano a sensibilizzare i consumatori e i cittadini sulla necessità di acquisire le informazioni necessarie, per riuscire ad orientare i propri consumi verso soluzioni che contemplino alternative etiche e trasparenti. Il focus può essere posto su diversi aspetti: la salvaguardia dell'ambiente, la scoperta e la valorizzazione di prodotti locali, le problematiche sociali legate alla piccola agricoltura e alla democrazia alimentare. Queste opzioni risultano avere rilievo soprattutto nella fase iniziale, mentre, con il tempo, i movimenti si interessano e fanno proprie tutte le istanze coinvolte nel processo di recupero della consapevolezza dei consumatori e dell'attività politica collegata alla promozione e alla diffusione di un nuovo modello economico e di consumo.

L'azione più importante, oltre all'educazione al consumo critico, promossa da queste associazioni diventa il rendere possibile la divulgazione delle esperienze, delle pratiche già esistenti. Solitamente, infatti, i portali attraverso cui i consumatori possono conoscere le associazioni, ospitano un database in cui sono raccolti i contatti delle CSA o di altre iniziative che prevedono il coinvolgimento diretto dei consumatori. Inoltre, spesso vengono promosse e gestite dagli stessi portali iniziative di acquisto on-line di prodotti freschi, attraverso la registrazione degli utenti e il pagamento tramite carta di credito.

Anche in questo caso, è possibile risalire a numerose iniziative attive in molti paesi o capaci di coordinare le attività a livello sovranazionale:

1. **Ecotrust** (Canada&USA): questa associazione, nata nel 1991 in Oregon, coordina le attività di una rete di iniziative, attive sul territorio nord-americano, i cui obiettivi risiedono nell'educazione dei consumatori e dei cittadini, verso la riscoperta dell'identità e della tutela del proprio territorio, nella ricerca di un sistema di sviluppo che sia economicamente, socialmente e ecologicamente sostenibile. L'azione dell'associazione è articolata in cinque programmi, con finalità e target diversi: la difesa dell'identità dei nativi, la protezione delle foreste, l'informazione e l'azione per la conversione della pesca verso sistemi più sostenibili, il sostegno all'agricoltura locale e la promozione della cittadinanza attiva, collegata al territorio della costa occidentale degli USA e del Canada. La caratteristica più interessante di questa iniziativa è il linguaggio che viene utilizzato, molto diretto e semplice, spesso accompagnato da progetti grafici, animazioni e percorsi tematici molto efficaci, che spesso prevedono l'interazione e la partecipazione attiva dei consumatori-cittadini.
2. **Just Food** (USA): l'organizzazione è nata nel '94 per promuovere la diffusione di un approccio olistico alla soluzione delle problematiche legate al cibo, all'agricoltura e

alla democrazia alimentare, nel territorio dello stato di New York. Proprio la caratteristica principale dell'associazione, nata in un contesto metropolitano, ha portato l'interesse verso le tematiche legate alle condizioni sociali dei soggetti svantaggiati e, in particolare, alla loro possibilità di accedere al cibo e alla corretta alimentazione.

3. **Local Harvest** (USA): questa organizzazione è nata nel '98, in California, su iniziativa di un attivista, che intuì le potenzialità della rete nella diffusione di informazioni sull'economia alternativa. Successivamente, l'iniziativa è stata inserita, con successo, nell'ambito del progetto "Buy Local", un network di aziende, commercianti, ristoratori e consumatori che sostengono e promuovono il consumo di prodotti locali. Attraverso il portale sul web, viene favorito il contatto e la conoscenza tra produttori locali e consumatori, facilitando l'acquisto di prodotti, attraverso la sezione dedicata alla raccolta dei contatti delle aziende aderenti all'iniziativa, ma soprattutto, attraverso la possibilità di effettuare acquisti direttamente su internet.
4. **Organic Consumers Association** (USA): questa associazione è presente e attiva su tutto il territorio statunitense dal 1998. Si occupa principalmente di informazione a proposito di sviluppo sostenibile, in particolare elaborando campagne di informazione e sensibilizzazione su democrazia alimentare, commercio equo e solidale, ingegneria genetica, responsabilità sociale di impresa. Il carattere nazionale dell'associazione e la sua dimensione piuttosto consistente, ha consentito nel tempo la realizzazione di campagne di lobbying, boicottaggio e pressione presso istituzioni federali e compagnie multinazionali, oltre alla definizione di proposte politiche programmatiche.
5. **Community Alliance with Family Farmers** (USA): l'organizzazione è stata fondata in California nel 1978, come coordinamento nella campagna di sostegno ai lavoratori agricoli che avevano perso il lavoro in seguito all'introduzione dei raccoglitori meccanici nella coltivazione del pomodoro. Negli anni, l'attività dell'associazione ha mantenuto l'attenzione per le esigenze dei produttori, non solo dal punto di vista politico, ma, soprattutto, attivando iniziative di contatto tra produttori, consumatori (singoli o in gruppo) e strutture di ristorazione collettiva e aderendo alla rete del movimento Buy Local. Insieme all'impegno per il miglioramento delle condizioni socio-economiche, l'attenzione dell'associazione ha compreso anche la questione ambientale, attraverso la gestione del programma "Hedgerow Projects", con l'obiettivo di aumentare la biodiversità e bloccare l'erosione, attraverso la presenza di siepi in alcune regioni californiane.
6. **Action Consommation** (Francia): l'organizzazione è nata nel 2001, dalla volontà di attivisti di altre organizzazioni e di consumatori, con il desiderio di intraprendere un percorso comune per la promozione e l'informazione al consumo critico. La missione, quindi, è soprattutto di tipo educativo, senza che l'associazione si faccia diretta promotrice di iniziative concrete di sostegno alla produzione, concentrandosi maggiormente sulla divulgazione e sulla sensibilizzazione.
7. **East Anglia Food Link** (UK): questa organizzazione si impegna a tutto campo nella costruzione di reti di consumo locali, agendo distintamente su tutti i soggetti coinvolti: produttori e trasformatori, consumatori, enti locali, commercianti, altre associazioni. Le attività comprendono programmi in favore della formazione dei produttori e della loro conversione verso sistemi di produzione sostenibili, progetti di promozione del contatto tra produttori e consumatori e la formazione di sistemi economici nati e radicati sulle comunità locali.

8. **NyKA (o Open Garden Foundation)** (Ungheria): questa organizzazione, nata con un progetto di gestione con il metodo di produzione biologico di un appezzamento di terreno nei pressi di un'area urbana, si è evoluta nel tempo, attivando altri progetti. Oltre al programma di distribuzione di ceste di verdure (sul modello dei box Schemes), attualmente gestito da un'organizzazione esterna, l'associazione si occupa di educazione ambientale, con un'attenzione particolare nei confronti dei bambini e dei ragazzi, e di inserimento lavorativo per soggetti svantaggiati (portatori di handicap o persone con problemi di dipendenze da sostanze), sottolineando la valenza terapeutica del rapporto con la terra e con i cicli naturali.

3. La realtà italiana

Le iniziative di auto organizzazione dei consumatori presenti in Italia sono riconducibili, nella maggior parte dei casi, alla dimensione dell'acquisto collettivo, con diverse modalità di organizzazione, comprendendo realtà fortemente strutturate, come le cooperative di consumo, ma anche esperienze spontanee e informali che, negli ultimi anni, hanno conosciuto un forte sviluppo.

Questa modalità di organizzazione, sicuramente molto dinamica e in evoluzione, riunita nella definizione di Gruppi d'Acquisto, è fortemente connotata dagli obiettivi che si pongono i singoli gruppi.

Alcuni, definiti "risparmiatori", possono utilizzare lo strumento degli acquisti collettivi per ottenere una sensibile riduzione del prezzo dei prodotti, anche attraverso il contenimento delle spesa di trasporto, imballaggio e confezionamento. Il prezzo, in questo caso, diventa il criterio predominante con cui vengono scelti i prodotti da acquistare.

Altri, definiti "epicurei", possono riunirsi per acquistare prodotti di nicchia, particolarmente pregiati o poco reperibili che, se acquistati singolarmente, avrebbero prezzi poco sostenibili. Per questi gruppi, il criterio di scelta principale è la qualità delle produzioni (Perrotta, 2005).

Una terza categoria è rappresentata dai Gruppi d'Acquisto Solidale (GAS), di cui è possibile ottenere maggiori informazioni, sia a proposito delle attività, che sulla distribuzione territoriale, principalmente attraverso il web e le relazioni personali costruite tra i diversi gruppi. Questo aspetto è dovuto essenzialmente alla missione politico-sociale dei GAS, che li porta a coordinarsi a livello locale e nazionale, per confrontarsi sulle esperienze, scambiarsi contatti con i produttori ma anche, negli ultimi anni, ottenere una maggiore visibilità all'interno del dibattito sui modelli di sviluppo.

3.1 I Gruppi d'Acquisto Solidale

Il primo Gruppo d'Acquisto Solidale viene presentato a Fidenza (PR) nel novembre del '94. I fondatori, prendendo spunto dalla propria esperienza personale, decidono di trasformare le riflessioni sull'insostenibilità del modello comune di sviluppo e consumo, in un modello di vita che prenda le mosse dai gesti più semplici, come lo sono le quotidiane scelte di acquisto, a partire dal recupero del significato delle proprie spese e, soprattutto, del percorso che i prodotti compiono prima di essere consumati. La scelta dei fornitori e degli stessi prodotti viene maturata in gruppo attraverso l'applicazione di alcuni criteri che connotano il gruppo d'acquisto come Solidale.

La solidarietà espressa si manifesta attraverso:

- Il rapporto tra i soci, a cui è richiesta la partecipazione in base alle proprie disponibilità e comunque sempre a titolo gratuito;

- La conoscenza diretta dei fornitori e la predilezione per produttori locali e biologici, in modo da rispettare l'equilibrio ambientale;
- L'attenzione al Sud del mondo, "con chi è sfruttato e inquinato" per permettere la produzione di alimenti e beni superflui.

Nella nascita e nel primo sviluppo dell'esperienza, l'aspetto fondamentale è stato il legame di amicizia (o semplice conoscenza) esistente tra le persone coinvolte. Il fatto che si condividessero non solo i principi base, ma soprattutto esperienze di vita, è stata la vera forza che ha potuto organizzare e strutturare il primo gruppo, nato da un confronto aperto tra amici, disponibili a mettere in gioco il proprio stile di vita, inventandone uno completamente nuovo, senza riferimento (nella pratica) a esperienze simili (Saroldi, 2001).

Da questo esperimento, per semplice passaparola, inizia la diffusione dei Gruppi d'acquisto solidale, spesso indicati semplicemente come GAS.

Nell'arco di 13 anni, il numero dei gruppi attivi è cresciuto continuamente e con un ritmo molto serrato. Al momento sono censiti circa 400 GAS (da www.retegas.org e www.economia-solidale.org), registrati presso i due siti internet di riferimento, ma la stima è sicuramente in difetto, dato che molti gruppi decidono di non rendersi visibili sul web, facendosi comunque conoscere sul territorio, attraverso il passaparola o appoggiandosi ad associazioni già attive.

3.1.1 Il rapporto con il territorio

Una delle particolarità dei GAS risiede nella capacità di innescare un meccanismo virtuoso che porta, attraverso la condivisione dei consumi, a sviluppare una riflessione più ampia, che coinvolge altri aspetti della vita quotidiana. Spesso si è verificato anche il percorso inverso, che ha portato l'attenzione di cittadini, attivi all'interno di associazioni con obiettivi diversi, verso la conversione dei propri consumi e la condivisione della scelte di acquisto, come un elemento che arricchisce e stimola continuamente una riflessione, innescata in precedenza da altre sensibilità.

Per questo, nel vasto panorama dei gruppi presenti, esistono realtà che si limitano ad effettuare gli acquisti ma, nella maggior parte dei casi, la condivisione di riflessioni porta alla definizione di progetti rivolti sia all'azione concreta (progetti di cooperazione con paesi del Sud del mondo ma anche piccole realizzazioni sul territorio locale), che all'educazione e alla sensibilizzazione nei contesti locali.

- **GAS Parchino Schiaccianoci:** dall'iniziativa di un gruppo di famiglie, nel 2003 è nata un'associazione con l'obiettivo di riqualificare un'area verde posta nella periferia di Ferrara. Dalla volontà di riconquistare uno spazio verde, per far rivivere un contesto locale, attraverso la riscoperta delle relazioni di "vicinato" e l'organizzazione di attività per bambini. L'associazione, formalmente costituita, è diventata un interlocutore della pubblica amministrazione locale nell'organizzazione di manifestazioni e nella programmazione delle attività del territorio. Il GAS si è inserito in questo contesto nel 2006, portando il coinvolgimento di un numero maggiore di famiglie e ampliando la riflessione verso un ambito più ampio, che abbraccia sia le problematiche legate alla qualità della vita in contesti urbani che nuovi spunti di riflessione sul modello di consumo dominante.

Un diverso livello di impatto è stato ottenuto attraverso l'azione coordinata dei GAS esistenti su uno stesso territorio, con obiettivi pratici, attraverso la realizzazione di ordini collettivi, ma soprattutto di coinvolgimento della cittadinanza in iniziative di sensibilizzazione e formazione. La prima rete di coordinamento provinciale è nata a Torino (**Rete dei GAS Torinesi**), nel 2001, allo scopo di facilitare l'organizzazione di eventi e percorsi di formazione sulle

tematiche care ai GAS e di promuovere la formazione di nuovi gruppi. Al momento la rete è stata costituita in associazione e, sporadicamente, oltre alle attività citate, si attiva anche per organizzare acquisti collettivi, specialmente di prodotti provenienti da zone di produzione molto distanti, in modo da facilitare i produttori e ridurre i costi, economici e ambientali.

Allo stesso modo, negli anni, sono state organizzate altre reti locali che perseguono gli stessi scopi, differenziandosi nelle modalità di attuazione, in risposta alle esigenze del territorio. È possibile citare l'esperienza di alcuni coordinamenti, che hanno reso pubblica la loro attività, attraverso il web:

- **Rete GAS di Rimini:** dalla nascita, nel 2006, del primo GAS della provincia, il successo dell'esperienza ha portato, in breve tempo, all'adesione di un grande numero di consumatori. Questa espansione ha suscitato la riflessione sulle modalità organizzative, portando alla costituzione di un'associazione di promozione culturale, registrata nel 2007, in cui confluiscono le attività di un grande GAS che abbraccia tutta la provincia e al cui interno sono stati costituiti gruppi tematici che possano facilitare la partecipazione degli aderenti.
- **Al naturale: rete di gruppi d'acquisto Umanistici, Biodinamici, Equosolidali:** questa rete è nata nel 2005, attraverso il coordinamento di un gruppo di GAS di ispirazione comune. La struttura scelta è stata subito resa formale, attraverso la costituzione di un'associazione che promuove, oltre all'esperienza dei GAS, la diffusione e la conoscenza di materiale legato al movimento biodinamico e umanistico.

Alcune reti locali hanno deciso di non costituirsi in associazione, continuando le loro attività in modo informale, spesso riunendosi solo al momento della realizzazione di iniziative comuni:

- **InterGas milanese:** la rete è stata costituita allo scopo di aumentare l'incidenza dell'esperienza dei GAS sul territorio, sia aumentandone la visibilità presso nuovi potenziali aderenti, sia attraverso la concentrazione di una massa critica, in grado di organizzare e partecipare ad eventi. Altre attività consentono di progettare il recupero di vecchie varietà di frutta e ortaggi, organizzare seminari di autoproduzione, coordinare gli acquisti di ingenti quantitativi di prodotto.
- **La Retina della Brianza:** costituisce il coordinamento dei GAS attivi nei comuni della Brianza, allo scopo di favorire l'adesione di nuovi consumatori e la costituzione di nuovi gruppi, lo scambio di esperienze e la gestione di acquisti tra GAS. La rete, inoltre, sta collaborando, con altri soggetti del territorio, alla costruzione del Distretto di Economia Solidale della Brianza (DESBRI), che si è costituita in Associazione di promozione sociale nel corso del 2006. Tra i progetti attivati dal DESBRI, il più significativo, almeno per il coinvolgimento diretto dei GAS e per la sensibilità da loro portata alla riflessione, è stato "Spiga e Madia", un accordo tra diversi soggetti per la realizzazione di una filiera corta (tutta l'attività è concentrata nel raggio di 50km) per la produzione di pane e farina di grano tenero, per la panificazione domestica.
- **Rete GAS Fiorentini:** anche in questa esperienza, il coordinamento non è permanente, ma viene attivato secondo le necessità dei singoli gruppi, principalmente attraverso relazioni personali, del tutto informali. Attraverso il contatto tra i gruppi, iniziato in occasione della prima edizione della manifestazione TerraFutura, nel 2003, sono stati organizzati incontri ed eventi formativi, sono stati coordinati alcuni acquisti ed è stato possibile aderire al progetto, promosso dal Comune di Firenze, che ha portato all'apertura dello sportello EcoEquo (descritto in seguito).

3.1.2 Oltre l'alimentazione, verso i servizi

Il coordinamento e la riflessione presenti a livello nazionale hanno permesso di sviluppare un percorso che ha portato i GAS verso la richiesta di beni e servizi sempre più complessi, affrontando ambiti produttivi articolati e controversi. Attraverso un percorso iniziato alcuni anni fa, la rete nazionale, principalmente in occasione dei convegni annuali, ma anche attraverso mailing list e gruppi di lavoro in rete, ha coordinato la riflessione e, successivamente, l'azione concreta su alcuni ambiti di interesse, richiedendo la collaborazione di altri soggetti.

- **GAS Birulò e le felpe EEE** (Eque, Etiche, Ecologiche) : la difficoltà di rispondere alla domanda interna a proposito della filiera del tessile è cresciuta negli ultimi anni, insieme alla volontà, da parte dei gruppi, di ampliare la gamma dei prodotti e di uscire dal solo comparto alimentare. Dalla riflessione del GAS genovese Birulò, stimolata anche dalla campagna internazionale Clean Clothes – Abiti Puliti, e dal successivo coinvolgimento di Fair, una cooperativa che offre supporto logistico e consulenze nell'ambito della cooperazione Nord-Sud e del Commercio Equo e Solidale, di Libero Mondo, una cooperativa che si occupa dell'importazione e della distribuzione di prodotti del Commercio Equo e Solidale, di Rajlakshmi Cotton Mills, una cooperativa indiana di produttori e tessitori di cotone biologico, e di Lo Spaventapasseri, una piccola sartoria nel centro di Genova, è nato un progetto di filiera che ha iniziato a produrre felpe, distribuite attraverso il circuito dei GAS e delle botteghe di Commercio Equo e Solidale.
- **GASEnergia e La220**: il confronto sulla problematica dell'approvvigionamento di energia da parte delle utenze private è nato nel momento in cui è stata prevista, anche in Italia, la liberalizzazione del mercato, entro il 2007. Negli ultimi due convegni nazionali, l'argomento è stato oggetto di un'approfondita discussione, approvata, a Marina di Massa, nel giugno 2007, alla presentazione dell'iniziativa GASEnergia. Il progetto prevede la costituzione di un'associazione nazionale, capace di concentrare una forte domanda di energia, che possa essere interlocutore di un gestore, prescelto secondo i criteri guida dell'acquisto solidale. Il gruppo di lavoro ha prodotto una bozza di statuto, che non è stato ancora approvato, e ha individuato ne "www.la220.it" il gestore a cui rivolgersi. Questa società distribuisce energia proveniente da fonti rinnovabili, al momento solo alle utenze industriali, ed è riconosciuta e "vigilata" da Legambiente e dall'Adoc (Associazione di difesa del consumatore). Le motivazioni che hanno portato a questa scelta (essenzialmente, la sensibilità della società verso lo sviluppo locale, dal basso e sostenibile, temi cari ai GAS) sono state influenzate anche dalla disponibilità della società ad attivare una partnership, il cosiddetto "Patto solidale", ovvero un fondo, alimentato da entrambe le parti in causa, da investire nello sviluppo e nella ricerca nel campo delle energie da fonti rinnovabili.

Altri settori che hanno meritato attenzione da parte dei GAS, seppur non arrivando a definire progetti articolati a livello nazionale come quelli descritti in precedenza, sono rappresentati dalle telecomunicazioni e dal risparmio. In entrambi i settori, esistono soggetti privilegiati che hanno fatto proprie le istanze e le attenzioni del mondo dell'economia solidale, di cui i GAS sono espressione parziale, senza, tuttavia, giungere alla definizione di patti o progetti privilegiati, ma lasciando l'iniziativa ai singoli gruppi. In questo contesto è possibile fare nuovamente riferimento all'esperienza del DESBRI, il distretto solidale della Brianza, che ha stretto un rapporto di collaborazione con Livecom, una cooperativa sociale, gestore di telecomunicazioni, attraverso la redazione di un progetto organico che prevede il

coinvolgimento dei consumatori, che condividono parzialmente il rischio di impresa, e del gestore, che sottoscrive l'impegno di finanziamento del fondo di solidarietà collegato al DES.

3.1.3 I GAS, laboratori di cittadini-consumatori

Sebbene nei singoli gruppi sia sempre stata presente, anche se con diversi livelli di approfondimento, l'attenzione per il territorio e il proprio contesto di origine, negli ultimi due anni la riflessione a livello nazionale ha portato i GAS ad integrarsi maggiormente in un movimento che coinvolge molti ambiti di riflessione all'interno dell'economia solidale.

I GAS si collocano all'interno di un sistema più complesso, di cui sono parte integrante, e che coinvolge una grande varietà di attori: consumatori, produttori, cooperative sociali, associazioni di volontariato, botteghe di commercio equo e altre organizzazioni della società civile. L'intento di tutti questi soggetti è la realizzazione di un sistema che possa essere alternativo al modello economico dominante e che possa basarsi su relazioni interpersonali dirette e sulla condivisione degli obiettivi.

In alcuni casi, i GAS hanno partecipato attivamente, come attori principali e insieme ad altre realtà, a progetti di educazione al consumo responsabile, portando nuovi consumatori ad aderire ai gruppi esistenti, o a formarne di nuovi, dando un notevole impulso alla diffusione di tutte le iniziative di economia solidale in atto.

- **Cambieresti?** (Venezia): il progetto è stato ideato dal Comune di Venezia, con il finanziamento del Ministero per la tutela dell'Ambiente e del Territorio, nell'ambito dell'attivazione dei programmi delle Agenda21 locali. Inizialmente ha coinvolto oltre 1000 famiglie nella conversione dei consumi verso un'economia sostenibile, più rispettosa dell'ambiente e in sintonia con le reali esigenze dei consumatori. In supporto al progetto, sono stati realizzati due sportelli informativi, che potessero supportare l'attività delle famiglie coinvolte nella sperimentazione, ma anche essere disponibili alle richieste di altre persone, interessate e in cerca di maggiori informazioni sulle pratiche dell'economia solidale. Il contesto creato attraverso questa sperimentazione, a cui hanno collaborato anche associazioni, cooperative sociali e altri attori, ha favorito lo scambio di informazioni e l'attivazione di reti informali di formazione, oltre che stimolare la formazione di nuovi GAS e includere nelle attività quelli già esistenti. Al momento il percorso ha portato alla costruzione di una rete di economia solidale che coinvolge l'intero territorio provinciale e che risulta essere in pieno sviluppo.
- **Sportello EcoEquo** (Firenze): il progetto, promosso dal comune di Firenze, coinvolge più di venti associazioni nell'apertura di uno sportello informativo che possa fornire alla cittadinanza le informazioni necessarie per acquisire gli strumenti per convertire il proprio stile di vita. I GAS sono parte attiva del progetto sia con la presenza allo sportello, sia nell'organizzazione di percorsi di formazione, campagne di sostegno o di pressione, in collaborazione con altri soggetti aderenti al progetto.

In altre occasioni, i GAS hanno fatto proprie le istanze promosse da campagne di pressione, a livello nazionale e internazionale, lanciate da altre organizzazioni. Rispecchiando la natura dell'esperienza, l'adesione è stata del tutto informale, lasciata all'iniziativa dei singoli, ma l'attività di sensibilizzazione e di informazione ha permesso di tradurre, in molte occasioni, la raccolta di informazioni, l'attività politica e civica in azione concreta, attraverso il cambiamento dei consumi.

- **Forum Italiano dei movimenti per l'acqua:** il forum raccoglie e coordina le attività di tutte le associazioni che promuovono un utilizzo più responsabile della risorsa idrica, anche attraverso la richiesta della ripubblicizzazione della sua distribuzione. Insieme

alla campagna di pressione per ottenere una proposta di legge, il forum ha attivato altre proposte e, in generale, ha catalizzato l'attenzione verso la tematica dell'utilizzo dell'acqua. I GAS, pur non aderendo come rete nazionale, dato che non costituisce un soggetto giuridico, hanno fatto proprie le indicazioni scaturite da queste riflessioni, orientando le scelte di consumo non solo verso la sobrietà nell'utilizzo, ma promuovendo e adottando l'utilizzo di mezzi utili a ottimizzare i consumi: rompighetto e doccette aerate, regolatori di flusso, filtri per migliorare le qualità organolettiche dell'acqua dell'acquedotto, eliminando la necessità di acquistare quelle minerali in commercio.

3.1.4 I GAS e i grandi numeri: nuove prospettive di partecipazione

Oltre all'interesse crescente per il mondo dei servizi, la crescita del numero dei gruppi e degli aderenti ai GAS ha permesso di iniziare una riflessione anche sull'impatto che questo tipo concezione dell'economia e dei consumi può avere sul sistema dominante, in termini sia di volumi e flussi economici, che di attenzione da parte delle istituzioni, in risposta a nuove problematiche espresse dai gruppi. Tra le questioni più delicate sollevate, in occasione dell'ultimo convegno nazionale, i GAS hanno dato spazio agli aspetti fiscali connessi all'attività dei gruppi, da una parte sviluppando software che possano agevolare e garantire trasparenza nella gestione interna, dall'altra richiedendo attenzione da parte delle istituzioni nazionali, in modo da agevolare i gruppi e colmare alcuni vuoti legislativi, connessi all'attività di redistribuzione dei prodotti.

Già nel febbraio di quest'anno, un gruppo di lavoro aveva prodotto un documento contenente le indicazioni per l'attività dei gruppi d'acquisto, con riferimento alle eventuali problematiche di tipo fiscale e organizzativo, proponendo eventuali soluzioni, anche alla luce dell'esperienza pregressa.

Uno dei punti critici, forse quello più complicato, riguarda la distribuzione dei prodotti all'interno del gruppo e le problematiche connesse, dipendenti dalla forma di strutturazione scelta dal gruppo.

Infatti, se il GAS è informale, ad ogni acquisto deve essere richiesta la fattura, la ricevuta o altro tipo di documento che attesti e registri l'avvenuto acquisto, ma non è possibile dimostrare in modo inequivocabile la redistribuzione senza alcun tipo di ricarico. Per i piccoli volumi di acquisto questo aspetto non costituisce un problema, mentre, per i grandi volumi, viene consigliato di far rientrare le attività all'interno di un'associazione, costituendola o appoggiandosi, per il solo acquisto, a quelle già esistenti e che rientrano, per la loro missione, in ambiti affini al GAS.

Se il gruppo decidesse di costituirsi in associazione potrebbe scegliere, tra le forme previste dal nostro ordinamento, *l'Associazione senza scopo di lucro* o *l'Associazione di promozione sociale*, attraverso il deposito dello Statuto e dell'atto Costitutivo presso l'Agenzia delle Entrate, che rilascia un codice fiscale che permette di effettuare e registrare gli acquisti. Con queste modalità, è possibile inserire tra le attività *l'acquisto collettivo, con finalità etiche e solidali, e successiva distribuzione di prodotti, ESCLUSIVAMENTE ai propri soci, con mera ripartizione di costi sostenuti*, redigendo un semplice rendiconto annuale delle entrate e delle uscite, senza obbligo di registrazione all'esterno, dato che tale attività si configura, in questo caso specifico, come finalità istituzionale.

Per rispondere in modo più puntuale alle istanze e alle esigenze nascenti dei GAS, con la collaborazione di alcuni parlamentari, è stato recentemente depositato un emendamento¹ alla legge di programmazione finanziaria del prossimo anno, approvato dalla Commissione Bilancio del Senato lo scorso 5 novembre. Nel dispositivo vengono definiti e riconosciuti per la prima volta i GAS come un soggetto senza fini di lucro, il cui fine risiede nella distribuzione di prodotti, scelti e acquistati secondo criteri di trasparenza, solidarietà e sostenibilità ambientale.

Anche se il percorso legislativo appare ancora lungo, la presentazione dell'emendamento è un forte segnale da parte delle istituzioni, seppure in modo circoscritto e affidato all'attenzione dei singoli, a cui i gruppi si rivolgono come interlocutori e testimoni privilegiati di un nuovo modo di concepire i consumi, che sta coinvolgendo, attraverso pratiche virtuose di partecipazione, un numero sempre maggiore di cittadini.

Bibliografia

- AA. VV. *“Cittadini attivi europei solidali. Amministrazioni pubbliche, economie sociali e partecipazione, da Parigi a Sesto San Giovanni”*, Ed. Terre di mezzo (2005)
- Allen, P.; FitzSimmons, M. *“Shifting plates in the agrifood landscape: the tectonics of alternative agrifood initiatives in California”* - Journal of Rural Studies 19 (2003)
- Atti del 7° Convegno Nazionale della ReteGAS *“Dai GAS ai distretti di economia solidale”*, 1-2 giugno 2007, Marina di Carrara (da www.retegas.org)
- Feenstra, G. *“Creating space for sustainable food systems: Lessons from the field”* - Agriculture and Human Values 19 (2003)
- Galindo, P. *“Agroecología y Consumo Responsable”*, Ecoportal.net, Ottobre 2005
- Haldy, H.M. *“Organic Food Subscription Schemes in Emerging Organic Markets: TEI-KEI, CSA and Box-Schemes.”* Proceedings of the 6th IFAOM-Asia Scientific Conference. Research Institute of Organic Agriculture (September 2004)
- Hinrichs, C. *“Embeddedness and local food systems: notes on two types of direct agricultural market”* - Journal of Rural Studies 16 (2000)
- Innocenti, S. *“Opportunità commerciale e condivisione di valori: i gruppi d'Acquisto solidale in Toscana”*, Tesi di laurea specialistica in agricoltura biologica e multifunzionale, Facoltà di Agraria, Università di Pisa, A.A. 2006-2007
- Perotta, M. *“Gruppi d'acquisto”*, E.L. (2006)
- Saroldi, A. *“Costruire economie solidali”*, EMI (2003)
- Saroldi, A. *“Gruppi d'acquisto solidali”*, EMI (2001)

¹ *“47-bis. Sono definiti “gruppi di acquisto solidale” i soggetti associativi senza scopo di lucro costituiti al fine di svolgere attività di acquisto collettivo di beni e distribuzione dei medesimi, senza applicazione di alcun ricarico, esclusivamente agli aderenti, con finalità etiche, di solidarietà sociale e di sostenibilità ambientale, in diretta attuazione degli scopi istituzionali e con esclusione di attività di somministrazione e vendita.*

47-ter. Le attività svolte dai soggetti di cui al comma 47-bis, limitatamente a quelle rivolte verso gli aderenti, non si considerano commerciali ai fini dell'applicazione del regime di imposta di cui al decreto del Presidente della Repubblica 26 ottobre 1972, n.633, ferme restando le disposizioni di cui all'art.4, settimo periodo, del medesimo decreto, e ai fini dell'applicazione del regime di imposta di cui al decreto del Presidente della Repubblica 22 dicembre 1986, n.917.”

- Severino, M.E. “*Verso nuove tendenze di consumo: i Gruppi Di Acquisto Solidali*”, Tesi di laurea triennale in Economia e Gestione delle Imprese di Servizi, Facoltà di Economia, Università di Verona, A.A. 2004-2005
- Valera, L. “*GAS, Gruppi d’acquisto solidali*”, Ed. Terre di mezzo (2005)

Sitigrafia

- Rete GAS: www.retegas.org
- Economia Solidale: www.economia-solidale.org
- Japan Organic Agriculture Association: <http://www.joaa.net/English/teikei.htm>
- Allinace Paysains, Ecologistes, Consummateurs: <http://alliancepec.free.fr/>
- University of Massachusetts:
http://www.umassvegetable.org/food_farming_systems/csa/
- ConProBio: www.conprobio.ch/
- American Community Gardening Association (ACGA): <http://communitygarden.org/>
- Federation of City farm and Community Gardens: <http://www.farmgarden.org.uk/>
- Office International du coin de terre et des Jardins Familiaux:
<http://www.jardins-familiaux.org/>
- Ecotrust: <http://www.ecotrust.org/>
- Eat Local: <http://www.eatlocal.net/>
- Just Food: <http://www.justfood.org/jf/>
- Local Harvest: <http://www.localharvest.org/>
- NyKA (Open Garden Foundation): http://www.nyitottkert.hu/eng_nyka.shtml
- Organic Consumers Association: <http://www.organicconsumers.org/>
- Community Alliance with Family Farmers (CAFF): <http://www.caff.org/index.shtml>
- Action consommation:
<http://www.actionconsommation.org/publication/spip.php?article71>
- East Anglia Food Link: <http://www.eafl.org.uk/default.asp>



Laboratorio di studi rurali **SISMONDI**

Via san Michele degli Scalzi, 56124 Pisa - Italia

telefono ++39 050 2218990 - fax 050 2218970

<http://daga.agr.unipi.it/labrural>