



**Università degli Studi dell'Insubria**  
**Dipartimento di Economia**

**Il ruolo dei G.A.S. (Gruppi di Acquisto Solidale) per lo  
sviluppo del lavoro**

Relatore:

Prof. Alfredo Biffi

Tesi di Laurea di  
Stefania De Fiore  
Matr. 715100

Anno Accademico 2012/2013

## Indice

<b>Introduzione</b> .....	1
<b>1. Cosa sono i Gruppi di Acquisto Solidale?</b> .....	3
1.1 I GAS come “movimenti sociali” .....	4
1.2 Funzionamento e attività svolte dai GAS .....	5
1.3 Temi e relazioni dei GAS .....	6
<b>2. I Gruppi di Acquisto Solidale come nuovo fenomeno sociale politico: dal     “consumo critico” al “consumerismo politico”</b> .....	10
<b>3. I GAS: la piccola distribuzione organizzata</b> .....	13
3.1 Corto Circuito .....	14
3.2 Bio Rekk .....	17
3.3 Aequos: una filiera corta e collettiva .....	21
3.4 Il pastificio IRIS .....	24
3.5 Vecchia Orsa : microbirrifico artigianale .....	26
<b>4. La filiera corta e partecipata</b> .....	29
4.1 Il “Biocaseificio F.lli Tomasoni” .....	30
4.1.1 I servizi di finanza etica .....	33
4.2 La filiera tessile: Made-in-No .....	36
<b>5. Agricoltura: un settore in crescita</b> .....	39
5.1 Agritorino: orti sociali contro la disoccupazione giovanile .....	40
<b>6. Conclusioni: le prospettive occupazionali attraverso lo sviluppo dei GAS</b> .....	42
<b>Bibliografia</b> .....	45
<b>Sitografia</b> .....	47

## Introduzione

Il presente lavoro, incentrato sull'esperienza organizzativa dei Gruppi di Acquisto Solidale (G.A.S.), si articola in una serie di punti, finalizzati a far luce su uno dei fenomeni più interessanti negli ultimi anni, in materia di consumo critico e responsabile, continuamente oggetto di studi e portato all'attenzione anche dalle cronache recenti. Questo fenomeno è, nella nostra ipotesi di lavoro, di interesse come contesto favorevole alla possibilità di creare lavoro, nuovo e/o recuperato da vecchi mestieri e arti.

I Gruppi di Acquisto Solidale (G.A.S.) nascono nei primi anni '90 ma conoscono una graduale crescita negli anni successivi, dotandosi di strutture e organizzazioni spesso complesse e articolate e distinguendosi da altre forme di organizzazioni sociali in quanto composti da individui che decidono di *“praticare una scelta quotidiana di differenza, di tentare di opporre al modello dilagante e persuasivo di consumo, il progetto di un'alternativa possibile”* (Carrera, 2009).

Nella parte iniziale, ci si sofferma sulla definizione di Gruppo di Acquisto Solidale e sulle sue caratteristiche, cercando di esplorarne i tratti salienti e i nessi con i concetti di consumo critico e di consumerismo politico, analizzando dunque il fenomeno sia sotto una lente sociologica che economica.

I GAS costituiscono, ad oggi, una forma di movimento sociale interessante da analizzare perché, sebbene radicale nei propri scopi finali, non ricorre all'uso di tradizionali strumenti e/o forme di protesta, ma la “contestazione” messa in atto parte dall'adozione di comportamenti individuali (come il “semplice” atto quotidiano di fare la spesa) per arrivare poi a scardinare un sistema decisamente più grande e complicato. Un'altra specificità dei GAS sta nell'abilità di dar vita a veri e propri circuiti economici, basati sul rispetto dei diritti dei lavoratori e dell'ambiente, contrapponendosi alle logiche dominanti nel mercato e nei grandi sistemi economici industrializzati.

Alla luce di queste considerazioni, appare evidente come i GAS siano difficili da studiare, rispetto ad altri movimenti sociali.

La tendenza, propria dei Gruppi di Acquisto, ad avvicinare produttori e consumatori, si sviluppa sia in termini geografici (i GAS hanno una dimensione locale e quindi ci si rivolge anzitutto alle aziende più vicine) sia anche in termini “funzionali”, eliminando la figura dell'intermediario, la cui presenza può portare ad un ricarico dei costi ed essere la causa di un'alterazione della qualità dei prodotti acquistati. Il contatto diretto con il distributore, come avveniva un tempo, comporta la contrattazione diretta di prezzi e necessità, magari istaurando un rapporto di continuità e amicizia e allo stesso tempo la restituzione di un maggior potere di acquisto e si hanno vantaggi sia per il consumatore, acquisendo

prodotti di alta qualità e prezzi più bassi, sia per le microaziende territoriali, in quanto vengono valorizzate e operano in un mercato più sicuro.

La presente tesi, quindi si prefigge l'obiettivo di analizzare e approfondire la realtà variegata dei GAS, esplorando non solo la dimensione organizzativa e strutturale, ma tentando di studiare come grazie alla presenza degli stessi sul territorio è possibile creare lavoro in modo "indiretto" e talvolta diretto, ossia salvando e favorendo la continuità aziendale di piccoli produttori e artigiani, che a causa della grande distribuzione sarebbero costretti a chiudere. Inoltre si vuole sottolineare come sia importante la presenza costante e il sostegno che quotidianamente i GAS danno a queste microrealtà con i loro acquisti e non solo, riportando varie storie che riflettono l'importanza di questa entità.

In conclusione si vuole descrivere come il settore occupazionale più antico, quello dell'agricoltura, sta diventando una delle vie di fuga dalla disoccupazione giovanile; grazie ai GAS si permette a questi nuovi lavoratori di intraprendere un'attività imprenditoriale acquisendo direttamente i loro prodotti.

## 1. Cosa sono i Gruppi di Acquisto Solidale ?

Si definiscono “Gruppi di Acquisto Solidale” (altrimenti noti con l’acronimo GAS) quei gruppi informali di persone che scelgono di acquistare collettivamente beni alimentari o di uso comune, rivolgendosi direttamente ai piccoli produttori locali, privilegiando quelli che rispettano alcuni criteri specifici, come ad esempio quello ambientale e i diritti dei lavoratori; e con i quali istaurano una relazione diretta e personale, azzerando per quanto possibile la presenza d’intermediari nei loro rapporti commerciali (Calori, 2009).

La nascita del movimento dei Gruppi di Acquisto Solidale in Italia risale ufficialmente al 1994 con la costruzione del primo GAS a Fidenza (Saroldi, 2001; Bertelli e Marini, 2011). Da allora questa particolare esperienza di acquisto collettivo, attento alla filiera corta, ai metodi produttivi, al rispetto del lavoro e dell’ambiente, si è diffusa a macchia d’olio sul territorio nazionale, contando nel 2012 quasi 7 milioni di italiani, secondo una recente ricerca condotta dalla Coldiretti, a partecipare ai GAS.

I GAS partono da un’esigenza quotidiana, nati per la voglia e la necessità di definire l’impatto degli acquisti classici sul bilancio familiare e dall’esigenza spontanea di alcuni cittadini stanchi delle regole del mercato. I GAS, con le proprie scelte quotidiane, sono riusciti ad andare oltre il consumo, pur partendo da questo per creare o ri-creare tante relazioni territoriali che rischiavano di andar perdute.

Oggi i bisogni che stanno alla base della scelta di adesione e un GAS da parte del singolo sono di diversa natura: l’approvvigionamento di prodotti biologici a un prezzo ridotto rispetto a quello dei negozi specializzati; la promozione e il sostegno dei produttori locali o comunque di una filiera “accorciata” attraverso una relazione diretta con il mondo della produzione; la ricerca di un rapporto più semplice con i beni consumati, che consenta di tornare a conoscere la loro storia e le loro caratteristiche; l’interesse verso forme di partecipazione e condivisione. All’interno di quest’ampio ventaglio di motivazioni ogni Gruppo segue un proprio percorso mettendo in essere pratiche e azioni specifiche.

Le ricerche condotte, mettono in evidenza come in genere i soci vengano a conoscenza dell’esistenza dei GAS tramite la proprio rete amicale e in misura minore, ma crescente, tramite la lettura di giornali o riviste, dalla televisione, o anche internet ha una funzione determinate (Osservatorio CORES, 2013).

I prodotti acquistati sono differenti da GAS a GAS. Di solito, il maggiore volume di acquisti è relativo agli alimentari a lunga conservazione (farina, riso, pasta, legumi , caffè, biscotti, vino , marmellate), ma troviamo anche alimenti freschi (formaggi, frutta, verdura, carne, uova), prodotti per la casa (come detersivi), cosmetici e abbigliamento (in particolare biancheria e scarpe). Bisogna affermare però che il paniere di beni cerca di rispondere ai bisogni dei gasisti, ma dipende anche dalla capacità organizzativa dei partecipanti.

I GAS cercano di acquistare anche i servizi, ma da questo punto di vista non è ancora sviluppata una rete ben strutturata di fornitura, anche se alcune sperimentazioni sono in corso, come il progetto GAS energia, con cui si definisce un accordo con un soggetto distributore di energia esclusivamente da fonti rinnovabili.

Un altro importante aspetto, che bisogna sottolineare, è la “solidarietà” che distingue un GAS, da qualsiasi altro Gruppo d’acquisto (gruppi d’acquisto tout-court), che possono non presentare caratteristiche etiche, ma essere solo strumenti di risparmio. La solidarietà aggiunge un criterio guida nella scelta dei prodotti. Nella pratica, questa solidarietà, potrebbe assumere anche la forma di condivisione del rischio da parte del consumatore con il produttore, in quanto i GAS garantiscono e permettono di sopravvivere a tante piccole aziende che altrimenti, rivolgendosi solo alla grande distribuzione, avrebbero notevoli difficoltà.

### **1.1 I GAS come “movimenti sociali”**

In quanto “movimento sociale”, i GAS presentano diverse analogie con queste forme di aggregazioni.

I movimenti sociali, infatti, presentano quattro elementi salienti: prevalente informalità delle relazioni, esistenza di una rete sociale, presenza di legami di fiducia e di solidarietà, mobilitazione e organizzazioni di eventi di protesta conflittuale (Graziano, 2010).

I testi disponibili su i GAS (Saroldi, 2001; Carrera, 2009; Bernelli e Marini, 2010) e le interviste esplorative sopra citate ci inducono a osservare che soltanto i primi tre elementi sono rintracciabili in questi gruppi.

Ma procediamo con ordine, in primo luogo, i Gruppi di Acquisto Solidale si sono sviluppati su una base informale (il principale reclutamento è avvenuto tra amici e vicini) e hanno mantenuto una struttura informale persino dopo il loro consolidamento. Da una serie di studi e interviste è emerso che alcuni gruppi dopo la fase di consolidamento sono stati caratterizzati da un basso grado di formalità, il motivo principale di questo cambiamento organizzativo è stato la gestione di liquidità legata alle attività d’acquisto (il budget annuale dei GAS oscilla tra 30.000 e 100.000 euro).

In secondo luogo, è chiaro che la rete sociale dei movimenti sia presente nei GAS; la rete sociale non è solo all’interno del gruppo, ma spesso include anche produttori con i quali vengono stabilite relazioni (non esclusivamente commerciali) di lunga durata. Generalmente, la rete utilizza Internet come principale strumento di comunicazione, e

diversi GAS hanno creato anche dei siti Web per migliorare ulteriormente la visibilità ed efficacia dei gruppi.

In terzo luogo, i legami di fiducia e solidarietà sono il nucleo dei GAS e sono stati lo strumento chiave del successo della rete. Questo tipo di legame non riguarda soltanto i gasisti, in quanto membri dei GAS, ma anche produttori e consumatori che non di rado sono anche membri attivi.

L'unica caratteristica del movimento sociale che manca nel sistema dei GAS è l'organizzazione delle proteste conflittuali e non convenzionali. Si potrebbe sostenere che gli eventi di protesta sono impliciti dell'organizzazione della pratica condivisa del "consumatore critico", che definiremo in seguito. Tornando alla definizione di "movimento sociale", questo costituisce un chiaro elemento che differenzia i movimenti sociali "mainstream" dai GAS. Quindi possiamo affermare che tre su quattro elementi caratterizzanti sono presenti nei GAS, e quindi non possono essere equiparati del tutto ad altri "movimenti sociali".

Infine, dunque, possiamo riassumere che i GAS sono caratterizzati da un basso grado di conflittualità, perseguono finalità collettive volte alla promozione di un'economia solidale, operando nel rispetto delle persone e dell'ambiente, promuovono il consumo di prodotti biologici provenienti da produttori piccoli e locali, condividendo temi con altre organizzazioni più strutturate, con i quali hanno intrecciato rapporti di collaborazione, soprattutto nella realizzazione di iniziative comuni volte all'accrescimento di nuove forme di consapevolezza, ambientale e non (Graziano, 2010).

## **1.2 Funzionamento e attività svolte dai GAS**

Di base, il meccanismo di funzionamento dei GAS non è molto complesso: una volta identificato uno o più prodotti, il gruppo individua i possibili produttori e se questi ultimi si rispecchiano in una serie di caratteristiche, come ad esempio: la piccola dimensione (produttori piccoli), la prossimità, le certificazioni, il rispetto dell'ambiente e dei lavoratori, la qualità dei prodotti, il prezzo favorevole, l'utilizzo di tecnologie appropriate e molto altro (il tema verrà approfondito in seguito).

Esistono poi diversi modi per poter identificare i produttori: tramite le proprie conoscenze, i manuali del biologico, le fiere, molto spesso chiedendo agli altri GAS della zona. La scelta del fornitore può richiedere del tempo, ma in compenso porta a creare rapporti stabili e duraturi e a supportare e aiutare il produttore in caso di difficoltà.

Selezionato il produttore, una persona del GAS assume il ruolo di referente, con una cadenza regolare o nel momento in cui il gruppo manifesta l'intenzione di procedere con l'ordine, organizza l'acquisto.

Quando arriva la merce dal produttore, ogni componente del gruppo provvede a ritirare la merce presso il referente o al punto d'incontro accordato e ognuno paga per la sua parte.

A tal proposito, si ricorda che il luogo dove far recapitare la merce costituisce il problema principale dei GAS, dato che non tutti i gruppi hanno a disposizione un luogo coperto e raggiungibile, dove sia possibile depositare quantitativi anche ingenti di prodotti. Alcuni gruppi stanno sperimentando la consegna a domicilio.

Non è poi infrequente che alcuni GAS si sono organizzati a livello di rete cittadina o regionale, al fine di coordinare gli acquisti e cooperare in diversi progetti. Le reti di GAS possono dare concretezza a istanze di cambiamento misurandosi ad esempio con l'attivazione di filiere locali di economia solidale (verrà analizzato in seguito).

I GAS si occupano, inoltre, di diverse attività: sono soliti organizzare "gite" e incontri con i loro produttori e farsi così un'idea della "storia" dei suoi prodotti, si occupano della diffusione delle di informazioni con discussioni, giornalini o altro (anche perché la ricerca sul "come fare" la spesa fa parte del gruppo), ma sono dediti anche all'organizzazione di attività e manifestazioni di sensibilizzazione sui temi del consumo critico.

### **1.3 Temi e relazioni dei GAS**

Le aziende che sono attualmente in relazione con i GAS sono generalmente aziende di piccola-media dimensione a conduzione familiare. Queste aziende, che nella maggior parte dei casi non risultano competitive o non trovano spazio nei circuiti di mercato convenzionali, trovano nei GAS lo sbocco più adatto per valorizzare la propria produzione. A queste aziende si sono aggiunte in tempi più recenti anche aziende di maggiori dimensioni che hanno deciso di orientarsi parzialmente o totalmente alla vendita diretta.

Ma come i GAS vengono a conoscenza dei fornitori? E quali sono i principi e criteri guida assunti dai GAS nella scelta dei propri fornitori?

I GAS in genere hanno chiari i criteri in base al quale scegliere i produttori da cui rifornirsi, ma per poter fare una valutazione o una scelta è necessario di disporre di diversi contatti. Questo avviene attingendo informazioni presso altri GAS o da altri produttori sul territorio. Ovviamente la ricerca di un contatto può avvenire anche da parte di un produttore nei

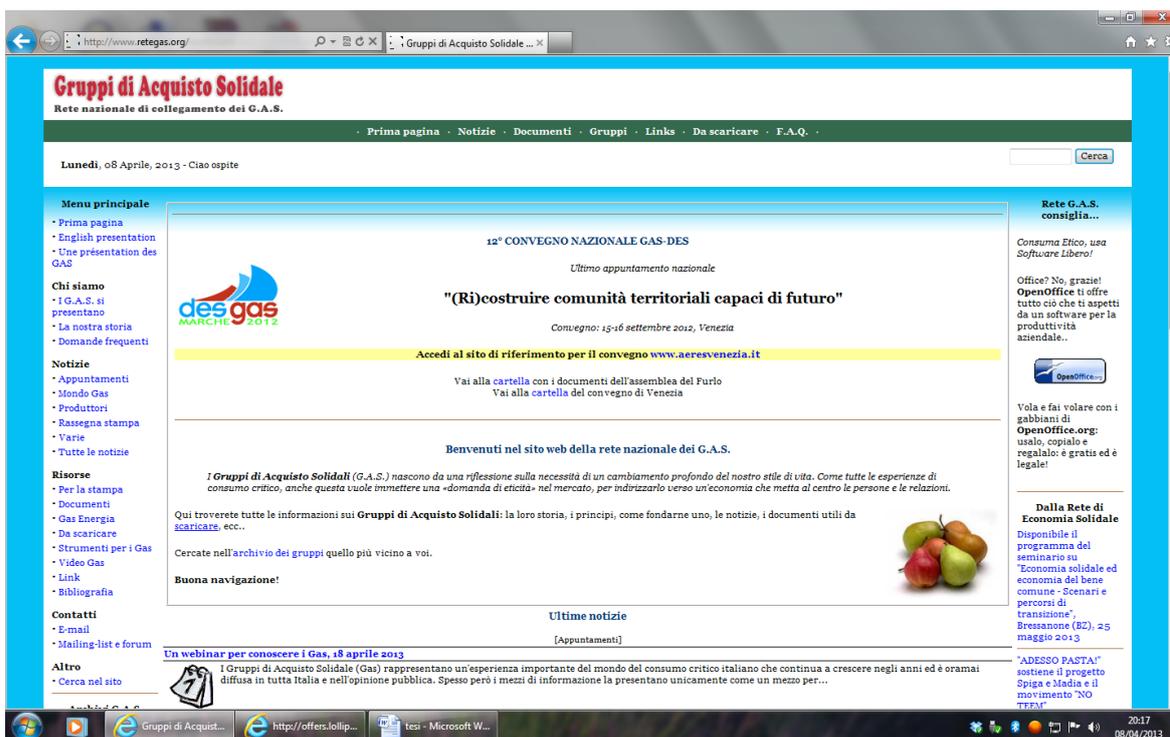
riguardi di uno o più GAS sul proprio territorio (auto-segnalazione). Anche in questo caso è il passaparola che facilita tutto.

I mercati contadini sono una delle occasioni in cui i produttori e gruppi si possono incontrare: funzionano come una “vetrina”, in cui gli agricoltori locali presentano la loro attività e i loro prodotti, e in questa sede possono essere contattati per avviare un rapporto di fornitura.

Dal momento che non è sempre possibile reperire localmente tutti i prodotti che si desiderano, nasce l'esigenza di conoscere e contattare anche altri produttori, che possono essere situate in altre province della stessa regione, oppure in altre regioni. Mediante la collaborazione tra GAS, in tempi recenti hanno acquisito a tale scopo una certa importanza la “Retegas” locale.

Nel 1997 nasce “Retegas”, una rete di collegamento tra i gruppi, con il fine di facilitare l'aiuto reciproco e lo scambio di esperienze. La rete non ha una struttura gerarchica, ma è uno strumento di supporto reciproco tra i gruppi, che sono soggetti attivi sul territorio. Attraverso la rete, ad esempio, è possibile chiedere se qualcuno ha già affrontato dei problemi simili per “approfittare” della sua esperienza, oppure confrontare i criteri adottati nella scelta di un particolare prodotto.

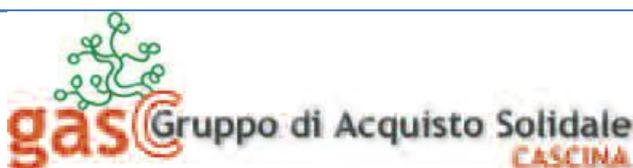
Dopo i primi bollettini su carta, ora “Retegas” utilizza come canali di comunicazione principale il sito [www.retegas.org](http://www.retegas.org).



Home page del sito web [www.retegas.org](http://www.retegas.org)

Questi Gruppi sparsi sul territorio mediante la “Retegas” , come abbiamo detto, si conoscono e interagiscono, attivando così una forma di comunicazione incentrata sui prodotti, creando una pubblicità dei vari prodotti e artigiani. Il contatto diretto con il distributore, come avveniva un tempo comporta a contrattare direttamente prezzi e necessità , magari istaurando un rapporto di continuità e amicizia, stabilendo così un contatto importante magari duraturo.

Soffermiamoci ora sulla scelta dei fornitori, questa avviene sulla base di specifici criteri. Di seguito è riportata una pagina del sito web, esemplificativa, dei principi assunti del GAS CASCINA<sup>1</sup> (Pisa) nella scelta dei propri fornitori :



I Gruppi di Acquisto Solidale sono sostanzialmente esperienze di acquisto collettivo da parte di gruppi di famiglie, orientate secondo criteri precisi di solidarietà. Queste esperienze si stanno radicando su tutto il territorio nazionale.

I GAS si propongono l'acquisto di beni e servizi per la realizzazione di una concezione più equa ed etica dell'economia, più vicina alle esigenze reali dell'uomo e dell'ambiente, formulando un'etica del consumare in modo critico che unisce le persone invece di dividerle.

I criteri su cui si basano i GAS nella scelta dei prodotti sono:

- PICCOLO PRODUTTORE: per non concentrare il potere economico nelle mani di grosse aziende
- PRODUTTORE LOCALE: per creare un rapporto di fiducia tra produttore e consumatore, per valorizzare i prodotti e il lavoro locale, per non fare viaggiare le merci da un capo all'altro del mondo con costi ambientali e sociali che ne conseguono, per creare un legame con il proprio territorio e promuoverne la cura
- PRODUTTORI RISPETTOSI DELL'UOMO: per incentivare il rispetto delle condizioni di lavoro e far crescere l'occupazione
- PRODUTTORI RISPETTOSI DEI PRODOTTI E DELL'AMBIENTE: prodotti biologici, assenza di inquinamento, consumo limitato delle risorse, riduzione degli imballaggi

Tra i vari siti web dei GAS consultati si è potuto osservare che i criteri maggiormente utilizzati nella scelta del fornitore sono: la scelta di prodotti biologici certificati, la vicinanza territoriale/produttore locale (Km 0), il rispetto dell'ambiente e delle condizioni lavorative , la qualità del prodotto, la stagionalità (prodotti di stagione) e che si trattasse di un piccolo produttore.

---

<sup>1</sup> Il Gruppo di Acquisto Solidale (GAS) di Cascina è stato avviato nel 2000 da parte di un gruppo di famiglie residenti nei comuni di Cascina, Vicopisano, Santa Maria a Monte e Pontedera. Le famiglie di Podera e Santa Maria a Monte nel 2007 si sono “staccate” per costituire il GAS Pontedera e le famiglie di Vicopisano hanno costituito lo scorso anno il GAS Vico.

Fattori che contano in misura minore nella scelta sono stati indentificati con il prezzo praticati, la qualità del servizio offerto (in termini di fase di distribuzione, ordine, logistica) e che il prodotto arrivi da cooperative sociali

Infine, bisogna evidenziare come la comunicazione è un elemento chiave per il funzionamento ottimale del rapporto tra produttore e GAS, poiché consente quello scambio di informazioni indispensabile per la condivisione di valori e principi e la conoscenza approfondite delle rispettive esigenze.

## **2. I Gruppi di Acquisto Solidale come nuovo fenomeno sociale e politico: dal “consumo critico” al “consumerismo politico”**

Il cosiddetto “consumo critico” si configura come una modalità di scelta dei beni e servizi, messa in atto da consumatori che orientano le loro decisioni di acquisto in base a criteri ben precisi, tendendo conto non solo del prezzo e della qualità dei prodotti; ma anche di fattori ambientali e sociali, del comportamento dei produttori nel tipo di trattamento accordato ai lavoratori, delle modalità di produzione trasporto e di smaltimento. Le forme di consumo critico promuovono politiche di riduzione dell’impatto che la spesa ha a livello ambientale e sociale cercando, su un altro fronte, di dare un valido contributo, affinché si riesca a spostare verso altre direzioni le scelte economiche e politiche degli agenti che operano sul mercato.

Questo aumento del consumo responsabile e l’emergere di reti di economia solidale non devono essere letti come dei fenomeni di “moda”, ma come l’effetto di un cambiamento che hanno interessato le democrazie tradizionali negli ultimi decenni, e come possibili vie d’uscita ad una società sempre più orientata allo spreco di risorse e al consumismo. Il processo di globalizzazione ha portato ad un allentamento del rapporto produttore-consumatore e fra economia e società locale.

Il consumo critico è una forma d’azione relativamente giovane, le prime forme risalgono all’800 e al ’900, tradizionalmente più radicato nei paesi del Nord America e Nord Europa (Ferrer-Fons, 2006). Inizialmente questo movimento si è manifestato nella sua variante negativa, quella del boicottaggio, che ha una storia ben lunga e lontana, tuttavia non sono mancate anche forme positive di acquisto responsabile (Micheletti, 2003), cercando di premiare prassi produttive coerenti con i criteri di sostenibilità dello sviluppo e rispetto dei diritti umani, soprattutto in ambito lavorativo.

Nel nostro Paese, non è individuabile una data precisa in cui fissare la nascita del “consumo critico”, ma si può assistere nell’ultimo decennio ad una rilevante crescita del numero di persone che compiono i propri acquisti sulla base di scelte etiche, orientate alla produzione di un benessere che comprenda solidarietà e sostenibilità ambientale (Forno e Ceccarini, 2006; Tosi, 2006; Leonini e Sassatelli, 2008; Rebughini e Sassatelli, 2008). Una serie di ricerche sottolineano la nascita di una nuova figura di consumatore definito come “cittadino critico”, ovvero un cittadino che ha a cuore i principi democratici, ma che rileva una sfiducia crescente nei confronti del funzionamento delle istituzioni e dei canali partecipativi tradizionali (Forno, 2009).

Possiamo oggi delineare una realtà organizzativa molto variegata di questi nuovi soggetti operanti, ricordiamo brevemente: le MAG (Mutue di autogestione), nate con l’obbiettivo di

facilitare l'accesso al credito a quei soggetti, come associazioni e cooperative, che operano senza scopo di lucro in attività di carattere sociale; Banca Popolare Etica fondata a Padova nel 1999; AGICES (Associazione Generale Italiana Commercio Equo Solidale); AFE (Associazione di Finanza Etica) e infine i Gruppi di Acquisto Solidale. I GAS rappresentano, in questo contesto, l'esperienza che ha registrato la maggiore crescita negli ultimi anni e sono riusciti ad andare oltre il consumo.

Due diversi tipi di valutazione del "consumo critico": sono da un lato, come questo fenomeno sembra allargare le modalità di partecipazione politica, consentendo strumenti di azione diretta a quanti siano insoddisfatti dell'azione nelle "arene politiche tradizionali" ma dall'altro, illustra la necessità di introdurre nuove forme di regolamentazione della governance della globalizzazione (Tosi, 2010).

Sotto questo profilo, possiamo tentare di dare una definizione di "consumerismo politico"<sup>2</sup>, intendendo con questo termine:

*"l'orientamento attivo del consumatore a scegliere prodotti e produttori, in base a una varietà di considerazioni di tipo ambientale, etico e politico ... i consumatori politici scelgono particolari prodotti e produttori perché vogliono cambiare pratiche istituzionale e di mercato che non ritengono accettabili"*  
(Micheletti, Follesdal e Stolle, 2003).

Da tale definizione è possibile individuare il ruolo che i GAS attualmente hanno in questo contesto.

In riferimento all'aspetto riguardante ai rapporti che possono nascere, se alla base vi è una rete che favorisca il contatto con i meccanismi della politica locale, si possono trovare punti di contatto tra il consumerismo politico e i GAS e alla luce di queste considerazioni che si può affermare che oggi i GAS rappresentano nuove forme di organizzazione sociale e politica, capaci di offrire nuovi spazi di partecipazione a tutti coloro che nutrono ormai sfiducia nei confronti della politica tradizionale e che vorrebbero dire la propria, quantomeno nel sistema politico locale, in materia di ambiente e sviluppo, facendosi portavoce di interessi e preferenze non adeguatamente rappresentate. Inoltre più che una forma di azione collettiva tradizionalmente intesa, i GAS oggi rappresentano una forma di impegno politico individualizzato, una sorta di quotidianizzazione della responsabilità politica che torna ad essere espressione del singolo e questa "azione collettiva individualizzata", così come detto da Micheletti nel 2003, oggi si riferisce a pieno titolo tra

---

<sup>2</sup> Il concetto di "consumerismo politico" fu introdotto per la prima volta a metà degli anni '90, in uno studio sulla Danimarca, realizzato da Micheletti nel 2003.

le nuove forme di partecipazione politica non convenzionale<sup>3</sup> e all'interno della tendenza della nascita di nuovi movimenti e al recupero del ruolo politico e strategico (Carrera, 2009).

Bisogna infine sottolineare come i GAS, hanno le caratteristiche proprie, tali da non consentire un'esatta equiparazione con i movimenti sociali espressione del consumerismo politico finora descritto, poiché hanno alcuni tratti peculiari che fanno di questi GAS degli attori molto particolari nello scenario socio-economico e politico attuale (come si è potuto descrivere nel primo capitolo, individuando i GAS come caratteristici movimenti sociali).

---

<sup>3</sup> Con l'espressione "*partecipazione politica non convenzionale*" si fa riferimento alle forme diverse di partecipazione politica, ma differenti da quelle tradizionali, quali l'associarsi per la tutela d'interessi diffusi, come pace, ambiente, minoranze e altro ancora, finalizzando la propria azione alla proposta di modelli ampi di cambiamento, fino all'intervento diretto nella comunità (Carrera, 2009)

### 3. I GAS: la piccola distribuzione organizzata

Con il termine “Piccola Distribuzione Organizzata” (ovvero PDO, per assonanza con la GDO, quelle della grandi catene come Carrefour o Esselunga per intenderci) si identifica la ricerca, che prende nei diversi luoghi forme diverse, ma sempre seguendo i principi guida dell’economia solidale, del benvivere per tutti i soggetti coinvolti, riconoscimento dell’importanza del lavoro, creazioni di rete sul territorio (“Il capitale delle relazioni”, 2010). La distribuzione deve così essere in grado di facilitare, e non di ostacolare, l’incontro tra chi produce e chi consuma e di conseguenza rafforzare ed estendere le reti di fiducia.

La filiera della piccola distribuzione è minima: le merci non attraversano il Paese da Nord a Sud, ma circolano in base al principio della prossimità, percorrendo la minima strada necessaria tra produttore e il consumatore. È una filiera controllata, ovvero attenta ai dettagli che spesso sfuggono alla grande distribuzione: dal rispetto dei diritti dei lavoratori alle tecniche di produzione e trasformazione del prodotto al suo confezionamento. Inoltre è trasparente, spiegata nei suoi diversi passaggi e raccontata al consumatore fin dall’etichetta, così come il prezzo che viene scomposto nelle diverse voci di costo.

Secondo i dati ISMEA del 2011 (Istituto per i Servizi per il Mercato Agricolo Alimentare)<sup>4</sup>, nel caso dell’ortofrutta biologica su di un prezzo di 10 Euro pagato dal consumatore nel sistema di distribuzione convenzionale, 8,50 servono a coprire i costi della distribuzione e solo 1,50 vanno al produttore. Nella cooperativa creata dai Gas per la distribuzione di prodotti biologici i consumatori per la stessa quantità di prodotto pagano 6 Euro e di questi 0,90 sono per la distribuzione e 5,10 vanno agli agricoltori. Qual è il sistema più efficiente per il cliente ed efficace per il produttore?

La crescita dei GAS richiede di pensare a qualche modello più strutturato in grado di fornire risposte anche per chi non fa parte di un GAS, ma senza perdere il capitale delle relazioni che costituisce il vero patrimonio di queste esperienze. Questa è la nuova frontiera su cui giocherà la capacità dei GAS di generare delle soluzioni che possono funzionare per tutti i cittadini interessati, ed un punto sarà trovare gli intrecci anche con la

---

<sup>4</sup> L'ISMEA (Istituto di Servizi per il Mercato Agricolo Alimentare) è un ente pubblico economico istituito con l'accorpamento dell'Istituto per Studi, Ricerche e Informazioni sul Mercato Agricolo (già ISMEA) e della Cassa per la Formazione della Proprietà Contadina. Le funzioni istituzionali l'ISMEA, anche attraverso società controllate, realizza servizi informativi, assicurativi e finanziari e costituisce forme di garanzia creditizia e finanziaria per le imprese agricole e le loro forme associate. L'ISMEA affianca le Regioni nelle attività di riordino fondiario, attraverso la formazione e l'ampliamento della proprietà agricola, e favorisce il ricambio generazionale in agricoltura in base ad uno specifico regime di aiuto approvato dalla Commissione europea.

rete delle Botteghe del Mondo<sup>5</sup>; quest'ultime con la loro presenza attiva sul territorio possono svolgere un ruolo nuovo, quello di affiancare i prodotti che arrivano dai campi di casa nostra a quelli del Sud del Mondo. In quanto l'economia solidale ha anche ben presente le esigenze e i diritti di chi abita e lavora in un'altra parte del mondo.

La distribuzione per le reti di economia solidale è diventato oggi un tema fondamentale, e le esperienze cominciano a essere numerose; quelle che si presentano in questa sede sono alcune delle strategie che i consumatori critici hanno adottato.

Progetti come Corto Circuito, Bio Rekk e altri (che analizzeremo in seguito) sono esempi di piccola distribuzione organizzata che si stanno sempre più diffondendo nel nostro Paese.

### **3.1 Corto Circuito**

Il progetto Corto Circuito nasce nel maggio 2009 nell'ambito della rete di economia solidale comasca. La Cooperativa Corto Circuito è formata da Gruppi di Acquisto Solidale e piccoli produttori locali, costituita per consorzare produttori e consumatori coinvolti in un lungo percorso di collaborazione nell'ambito dell'economia solidale, della filiera corta e del consumo responsabile. La Cooperativa è nata per rendere accessibile e sostenibile, in termini educativi e di formazione ma anche logistici e di distribuzione, il consumo responsabile sul territorio comasco, supportando sia la rete dei GAS, sia i produttori del territorio, trasformatori e piccoli artigiani.

Corto Circuito, in particolare, si occupa di: attività socio-educative e di formazione sui temi del consumo responsabile e della filiera corta; attività di distribuzione di prodotti locali rivolta in modo privilegiato ai Gruppi di Acquisto Solidale e, infine, sostegno e attivazione di nuove filiere corte.

Il fulcro della sua azione ha come obiettivi<sup>6</sup>:

- favorire le filiere corte e la chiusura locale dei cicli produttore-consumatore, ovvero limitare i tipici passaggi d'intermediazione che la grande distribuzione introduce, con accrescimento dei costi per il consumatore e una minore retribuzione per il produttore, cercare quindi di avvicinare il più possibile la produzione al consumo, per limitare l'impatto dei trasporti e favorire una relazione diretta;

---

<sup>5</sup> Nata nel 1991, l'Associazione Botteghe del Mondo (Assobotteghe), è ora una rete di 60 organizzazioni no profit, per un totale di oltre 150 punti vendita (Botteghe del Mondo) ed è impegnata a lanciare e sostenere campagne di sensibilizzazione ed informazione a livello nazionale ed internazionale, predisponendo materiale da diffondere a livello locale nelle singole Botteghe.

<sup>6</sup> Fonte: Statuto Cooperativa Corto Circuito

- rendere “accessibili” e “convenienti” i prodotti e servizi offerti nell’ambito della Rete di economia solidale;
- incentivare le nuove attività di economia solidale, ovvero creare lavoro e allargare l’offerta di prodotti.

Proprio nell’approccio di filiera corta, l’obiettivo centrale è quello di superare le intermediazioni e di facilitare la relazione diretta tra consumatore e produttore. Una Piccola Distribuzione Organizzata, come l’abbiamo precedentemente definita, che risponde alle esigenze di GAS e piccoli produttori, porta a individuare nuovi spazi e nuovi modi per concepirla. Prima di tutto, pur desiderando una distribuzione senza intermediazioni, restano necessarie alcune funzioni intermedie tra produzione e consumo: la gestione degli ordini, il coordinamento delle consegne, il trasporto, la gestione del rischio, la promozione, e non ultimo la costruzione della fiducia con i consumatori. Molte di queste funzioni possono essere ben gestite tra produttore e consumatore, ma altre rischiano invece di creare “colli di bottiglia” che bloccano la capacità di diffusione delle pratiche.

Per affrontare i concreti problemi di accessibilità ai beni e servizi dell’economia solidale c’è bisogno di una nuova forma di distribuzione che permetta di farli conoscere e facilitare l’accesso.

Partendo proprio da questo stimolo Corto circuito ha dato il via nel 2009 a una progettazione partecipata in rete, coinvolgendo inizialmente 18 Gas e 20 produttori (in prevalenza agricoltori ma anche piccoli artigiani) botteghe del commercio equo e cooperative sociali.

Messi a punto gli obiettivi del progetto, Corto Circuito ha avviato una forma di sperimentazione che ha previsto: la raccolta delle disponibilità dei prodotti e produttori, un sistema di raccolta degli ordini da parte dei GAS e infine l’organizzazione di “Mercati Solidali” settimanali di vendita diretta e di consegna di prodotti.

Nel 2009 i mercati sono stati 47 e hanno coinvolto 26 GAS, 29 produttori locali; il valore scambiato complessivamente è stato di 81mila euro, ma il valore dello scambio complessivo del mercato, considerato anche quanto scambiato fuori dagli ordini è almeno il doppio ([www.cooperativacortocircuito.it](http://www.cooperativacortocircuito.it)).

Inoltre, è stata avviata una filiera locale del pane: nell’autunno del 2008 un agricoltore del circuito ha seminato il grano, coltivato con metodo biologico (ma non ancora certificato), e nell’estate del 2009 sono stati raccolti 140 quintali di grano, dai quali si stanno producendo farina, pane e altri prodotti a marchio Corto Circuito realizzati da due fornai aderenti. È stata poi proposta una forma di “abbonamento” mediante la quale si vuole offrire il pane a un prezzo vantaggioso per chi si abbona, e soprattutto, garantendo l’acquisto necessario a rendere sostenibile la filiera e inoltre fornendo un anticipo che

permette di farsi carico collettivamente del costo del grano coltivato, che tramite la Cooperativa Corto Circuito, diventa patrimonio comune.

Quest'approccio sperimentale, basato su mercati e ordini ha permesso di misurare concretamente la potenzialità del circuito in termini di domanda e offerta.

Se da un lato i produttori hanno ricevuto un sostegno diretto, garantito dagli ordini dei GAS, quest'ultimi hanno avuto accesso a prodotti freschi locali.

La criticità maggiore si è rilevata l'insufficiente offerta di frutta e verdura sul territorio, a fronte di una buona domanda; questo ha comportato un lavoro di coinvolgimento di nuovi produttori, ai quali è stato offerto un mercato garantito, e un cauto mantenimento di questi mercati nell'ambito dei gruppi d'acquisto, senza una promozione eccessiva, in attesa che la presenza di ortofrutta possa supportare una nuova fase in cui proprio i Mercati Solidali possano essere una porta di accesso al circuito.

Lo strumento per realizzare quanto detto è stato, per l'appunto, la creazione della cooperativa sociale Corto Circuito. Un percorso passato attraverso molte assemblee, un corso specifico seguito dagli animatori per imparare ad attivare un'impresa cooperativa, diversi gruppi di lavoro che hanno stilato lo statuto e definito i listini della lunga conservazione.

L'obiettivo della cooperativa, come abbiamo già definito in precedenza, è rendere accessibile e sostenibile in termini educativi e formativi ma anche logistici e di distribuzione, il consumo responsabile sul territorio comasco, supportando sia la rete dei Gruppi di Acquisto sia produttori locali.

Sul piano logistico la cooperativa si è dotata di un magazzino come base d'appoggio, sia per i prodotti freschi che per quelli a lunga conservazione, che i GAS soci acquistano insieme tramite la cooperativa; inoltre si sta allargando l'offerta anche a nuovi tipi di prodotti come il tessile, i monouso biodegradabile e altro ancora. In prospettiva si ispira a coinvolgere altre realtà, come le botteghe del commercio equo, e a crearne di nuove per sviluppare nuove modalità, per coinvolgere più soggetti e per rendere sempre più accessibile questo stile di consumo.

Il campo d'impegno principale nell'immediato è dare un forte sostegno allo sviluppo di un'agricoltura biologica, locale, partecipata: in particolare si stanno organizzando corsi di agricoltura biologica con cui supportare la conversione al biologico di agricoltori esistenti, l'inserimento di giovani potenziali agricoltori con cui sta entrando in contatto e di alcune cooperative sociali interessate ad attivare questo settore. A questi potenziali nuovi agricoltori biologici si vuole offrire, oltre alla formazione, un mercato già consolidato che li sostenga, una rete di competenze che ne affianchi, la crescita ma anche un aiuto nel reperire terreni agricoli, che nel nostro territorio sono molto difficili da trovare perché quasi tutti sono terreni in attesa di urbanizzazione.

L'esperienza del Corto Circuito si può iscrivere tra quelle sperimentazioni in cui il consumatore responsabile va oltre la produzione prevalente di significati sociali e culturali per addentrarsi sempre più nella filiera produttiva, per approdare alla figura di co-produttore, di soggetto cioè che, da un bisogno concreto, fa nascere progetti e ne condivide con il produttore la realizzazione.

### **3.2 Bio Rekk**

L'associazione di promozione sociale Bio Rekk (nome senegalese) nasce a Padova da un sogno condiviso da un gruppo di ragazzi, con alle spalle qualche esperienza in Paesi del Sud del mondo e nella cooperativa locale, che il 28 aprile del 2004, decidono di iniziare l'esperienza di un Gruppo d'Acquisto Solidale informale e autogestito per l'acquisto di prodotti di ortofrutta provenienti da agricoltori biologici della zona. Così, oltre ai classici acquisti collettivi a cadenza più o meno mensile, Bio Rekk ha fin dall'inizio deciso di organizzarsi, per distribuire settimanalmente frutta e verdura fresca.

La proposta è quella di un vero e proprio orto in cassetta con l'aggiunta per chi lo desidera pane del fornaio di fiducia di "El Forno a Legna" di Mira (VE). Fin dall'inizio la proposta dell'acquisto della cassetta è stata segnata dalla volontà di rispettare con attenzioni criteri quali la stagionalità, la conoscenza diretta degli agricoltori e la certificazione "bio" dei prodotti; la cassetta è preparata con un numero definito di prodotti locali e viene proposta a un prezzo fisso. Si rivolge a persone interessate a ricevere direttamente presso il luogo di lavoro o presso i vari luoghi di aggregazione sociale una spesa – una cassetta – mista di frutta e verdura, di stagione e , per quanto possibile, locale. Si punta a relazioni di acquisto "in abbonamento" sulla base della reciproca soddisfazione e fiducia. L'ordine va effettuato una settimana prima della consegna consultando la lista dei prodotti sul portale [www.biorekk.org](http://www.biorekk.org).



**Home page del sito web [www.biorekk.org](http://www.biorekk.org)**

All'inizio le cassette erano una dozzina alla settimana, prenotate da parenti e amici, ma in 5 anni il progetto è diventato così concreto da coinvolgere 400 famiglie a Padova, consegnando nel 2009 più di 8000 cassette di frutta e verdura delle 20 aziende agricole della cooperativa agricola El Tamiso<sup>7</sup> ([www.biorekk.org](http://www.biorekk.org)).

Bio Rekk è un'associazione che ormai da diversi anni promuove un modo alternativo di fare la spesa, ed è diventata nel tempo promotrice di una formula di grande interesse, ovvero dei piccoli GAS: alle famiglie interessate a partecipare all'acquisto della cassetta viene proposto di riceverla aggregandosi ad altri gruppi già esistenti o crearne uno proprio, valorizzando il legame tra le persone e permettendo una distribuzione più sostenibile.

Il valore della spesa veicolata dalla cassetta Bio Rekk sta proprio nei piccoli gruppi d'acquisto che si sono formati negli anni nelle varie zone di Padova: piccoli centri di aggregazione che sono nati tra famiglie vicine che hanno cominciato a condividere queste scelte per quanto riguarda i loro consumi. Per facilitare le consegne, con l'obiettivo di

<sup>7</sup> La Cooperativa Agricola EL TAMISO è stata fondata a Padova il 10 Maggio 1984 da un gruppo di produttori e tecnici agricoli. L'attività principale è l'organizzazione della produzione e la vendita dei prodotti dei soci, con il supporto di corsi di formazione e assistenza tecnica, informazione e promozione diretta ai consumatori finali.

ridurre i chilometri percorsi dal campo dei produttori alla città, si è chiesto che i soci collaborassero nel raggruppare gli ordinativi, creando così gruppi per ogni consegna.

Con la cassetta nasce così una relazione. I tempi e gli spazi dell'incontro hanno lasciato che i bisogni fossero esplicitati e condivisi: ecco che è nata la proposta di organizzare laboratori autogestiti e momenti confronto di su metodi educativi e nutrizionali, o l'idea di avviare un GAS specifico di prodotti naturali per l'infanzia nei vari nidi di Padova e dintorni. L'obiettivo è l'avvicinamento degli alunni alle tematiche legate al consumo critico e all'approfondimento di alcuni contenuti relativi a commercio equo-solidale, tutela dell'ambiente ed agricoltura biologica.

Non manca l'attenzione alla biodiversità locale. Bio Rekk concorda con i produttori la presenza in cassetta, in una determinata settimana, di un prodotto tra quelli tipici locali che il mercato convenzionale ha scartato da tempo, come il cavolo broccolo padovano, il sedano rapa e tanti altri. In questo modo Bio Rekk contribuisce alla difesa e alla divulgazione della biodiversità locale.

Un consumo "critico" sotto tutti i punti di vista: è molto difficile promuovere queste logiche nei semplici acquisti quotidiani, cui la maggior parte delle persone non è abituata, ma l'obiettivo culturale di aumentare la conoscenza e la consapevolezza riguardo ai consumi e ai ritmi dell'agricoltura locale si è dimostrato più importante di quello economico. Grazie a questa filosofia Bio Rekk si è dimostrata capace di promuovere una cultura dell'acquisto basata sulle disponibilità dei prodotti artigianali offerti dal territorio locale, impostare percorsi di ricerca e di valorizzazione di specifici ortaggi che il mercato non propone perché poco remunerativi, incentivando i produttori stessi a coltivarli, garantendo così la biodiversità delle colture.

I cittadini ormai vivono in un territorio pesantemente segnato dalla cementificazione e dallo sviluppo sregolato dei centri urbani, e Bio Rekk si prende la responsabilità diretta di sostenere quei pochi cittadini rimasti che fanno ancora agricoltura, con un'etica che porta al rispetto dell'ambiente, dei suoi ritmi e delle sue risorse. Si cerca in sostanza di creare legami diretti tra produttori e cittadini dello stesso territorio.

La cooperativa ha dovuto confrontarsi con la velocità di crescita dei volumi delle consegne, rischiando di incrinare lo spirito iniziale del progetto Bio Rekk, ma la forza dell'associazione nel tempo è stata la coerenza con l'obiettivo che al principio aveva unito quel gruppo di persone nel tentare di cambiare le proprie logiche di acquisto: la volontà di diffondere una nuova cultura, legata alla sostenibilità e alla trasparenza delle relazioni economiche, valorizzando e sostenendo l'agricoltura biologica, intesa non solo come un modo di produrre cibi sani in accordo con l'ambiente, ma anche come un fatto di cultura e di stile di vita.

Per non lasciarsi travolgere dal progressivo aumento delle famiglie coinvolte, il gruppo ha lavorato per costruire una relazione sempre più forte con i produttori agricoli, fornitori dei GAS, e con le organizzazioni che li assistono e li rappresentano, attraverso visite alle aziende agricole, incontri con i produttori, organizzazione di eventi di promozione dei principi dell'agricoltura biologica e delle produzioni locali. Accanto al lavoro costante con il produttore si è investito su un percorso di informazione puntuale e approfondita verso il consumatore che, portando in tavola, i prodotti della cassetta, ne può assaporare anche le diverse storie.

Tra i progetti dell'associazione spicca "*Apprezziamolo*", un percorso modello "*Verso il prezzo giusto*" condiviso tra produttori biologici e consumatori e "*Il Campo in Città*".

"*Apprezziamolo – Verso il prezzo giusto*" è un progetto che ha l'obiettivo di definire un "prezzo", che possa essere percepito da entrambe le parti -consumatore e produttore- come "giusto".

Questo nasce dopo anni di attività di Bio Rekk a stretto contatto con i produttori locali che hanno portato alla consapevolezza dell'attuale precaria situazione dell'agricoltura e dei pericoli che minacciano il suo destino.

La determinazione di un "prezzo giusto" secondo Bio Rekk deve tenere in considerazione ([www.apprezziamolo.it](http://www.apprezziamolo.it)):

- Le ore di lavoro totale svolte dal produttore agricolo, valorizzandone ad una tariffa oraria comprensiva di contributi previdenziali e oneri fiscali.
  - Le diverse tipologie di attività del produttore agricolo che coltiva , pianifica e collabora con la cooperativa e il gruppo d'acquisto e dedica del tempo ad informare il consumatore.
  - La salvaguardia del terreno agricolo e della sua fertilità, garantendo una corretta relazione delle colture ed evitandone lo sfruttamento intensivo.
  - Il non utilizzo di prodotti chimici di sintesi ma solo di prodotti di origine naturale e permessi dall'agricoltura biologica.
  - La produzione di prodotti locali a rischio di estinzione.
  - Il lavoro della cooperativa di agricoltori crea sinergie e regole comuni tra produttori stessi e diminuisce i rischi dei singoli produttori.
  - L'attività dei GAS che agevola e crea occasioni di contatto tra produttori e consumatori.
- Mediante l'incontro con i produttori, per capire quali fossero i reali costi del loro lavoro e studiare uno schema nel quale far rientrare tutte le possibili componenti del prezzo finale di un prodotto, è possibile determinare un "prezzo giusto", contro le logiche delle "offerte promozionali" e del "sotto costo". La nuova relazione tra consumatore e produttore che si

vuole sperimentare si basa sulla costruzione di un prezzo delle loro transazioni percepito da entrambe le parti come “giusto”. Che conterrà al suo interno tutto il significato della condivisione di una pratica economica sostenibile e, soprattutto, salvaguardi l’attività produttiva di qualità delle piccole e medie aziende agricole, che rischiano di scomparire. Questo si tratta di un esperimento che vuole rappresentare un esempio concreto di un diverso approccio delle logiche di mercato: la relazione umana, diretta e solidale sarà quindi la garanzia e la base di un diverso modello di economia non solo giusto ma anche efficace.

Con il progetto “Il Campo in Città” invece ciascun socio ha l’occasione di mettere le mani nella terra e seminare, piantare o trapiantare i diversi frutti della terra, in tal modo, facendo provare ai soci le fatiche dell’agricoltura si riesce a far vivere loro la storia del prodotto che consumano, e forse è più semplice trasmettere il principio di un giusto compenso al produttore e un giusto prezzo al consumatore per avere un prodotto di qualità. Mediante questo progetto si è proposto iniziative di semina e raccolta collettiva, cene con prodotti a filiera corta e assemblee in aziende con aziende agricole del territorio. “Il Campo in Città” è quindi l’opportunità di una conoscenza profonda della filiera, un’occasione per tessere rapporti di fiducia con chi coltiva il cibo che mangiamo, un modo per costruire un rapporto con l’ambiente e con il territorio.

Bio Rekk, basandosi su strumenti semplici e obiettivi ambiziosi, accresce la cultura della terra e l’amore per il proprio territorio, sviluppa una nuova socialità e allo stesso tempo si sperimentano modelli economici e produttivi in sintonia con l’ambiente in cui viviamo e le persone che ci circondano.

### **3.3 Aequos: una filiera corta e collettiva**

Aequos (Acquisti Equo Sostenibili Solidali) è una Cooperativa nata, nell’aprile del 2010, da un gruppo di GAS lombardi e piemontesi, consapevoli della necessità di unire le proprie forze con l’obiettivo di sviluppare la fruizione di beni e servizi nel rispetto della natura e dell’uomo e di porre le basi per un’economia solidale.

Aequos ha per interesse primario la sperimentazione di una produzione indipendente, che renda possibile l’acquisto collettivo di frutta e ortaggi freschi di agricoltura biologica a un prezzo accessibile a tutti. La cooperativa nasce per risolvere le difficoltà logistiche e

organizzative dei singoli Gruppi di Acquisto, troppo piccoli per attivare una filiera di distribuzione di prodotto freschi e biologici.

Aequos a oggi rifornisce 31 gruppi (tra GAS, Associazioni e Cooperative sociali) diffuse in quattro province (Varese, Como, Novara e Milano) portando settimanalmente circa 6 tonnellate medie di frutta e verdura biologica certificata nelle case di oltre un migliaio di famiglie a prezzi inferiori a quelli dei prodotti convenzionali.

I GAS sono l'asse portante della cooperativa, non solo ne governano la gestione e i processi amministrativi ma creano anche relazioni con i produttori, organizzano la distribuzione di prodotti, ne controllano la qualità e promuovono incontri di sensibilizzazione e formazione sul territorio.

Gli ordini della Cooperativa vengono effettuati dai GAS sulla base di un listino settimanale, diffuso via e-mail ai referenti dei singoli GAS, costruito sulle disponibilità concordate con i produttori. I GAS raccolgono al loro interno gli ordini e li trasmettono alla cooperativa dove l'insieme di tutte le prenotazioni viene consolidato la domenica e trasmessi ai produttori per far partire la spedizione. Il venerdì i prodotti arrivano al deposito centrale refrigerato della cooperativa, qui si fa una prima suddivisione della merce, che il sabato viene trasportata nei tre centri logistici di Aequos e poi distribuita tra i vari centri GAS che in giornata provvedono al ritiro dei prodotti, alla suddivisione interna tra le famiglie e a un rapido pagamento (la cooperativa paga i produttori entro 15 giorni dalla fatturazione).

Il "principio mutualistico" è importante, ma la filiera di Aequos funziona soprattutto perché è economicamente sostenibile per consumatori e produttori: la cooperativa riesce ad aggregare la domanda rendendo così accessibile a tutti l'acquisto di prodotti biologici e sani, e garantendo al contempo ai produttori un prezzo equo per il loro lavoro.

La semina degli ortaggi è stabilita in anticipo, di comune accordo con gli agricoltori: la cooperativa si impegna cioè a garantire l'acquisto di una certa quota di produzione, dando una sicurezza in più ai contadini con cui si relaziona, stringendo con loro un patto basato sulla fiducia e la conoscenza reciproca, e concordando insieme il prezzo raccolto, in modo indipendente dalle leggi del mercato.

Ai produttori viene garantito l'85% del prezzo, una grande differenza rispetto alla filiera della GDO che, secondo i dati sui prezzi dei prodotti biologici dell'Istituto dei servizi per il mercato agricolo-alimentare ([www.ismea.it](http://www.ismea.it)), riconosce solo il 15% del prezzo finale. Questo significa che i numerosi passaggi della filiera della grande distribuzione (le spese di confezionamento, trasporto e distribuzione) pesano per il rimanente 85%.

In un recente articolo del quotidiano "La Provincia di Varese", Franco Ferrario, presidente Aequos, fornisce dati interessanti affermando: *"La grande distribuzione assicura al produttore il 15% di quanto chiede ai clienti. Noi di Aequos per lo stesso prodotto*

*paghiamo l'85%. Come dire: un chilo di carote biologiche al supermercato costa due euro, di questi solo 30 centesimi finiscono a chi le ha materialmente prodotte. Ai gasisti il chilo di carote biologiche costa solo un euro, ma al produttore vengono pagati 85 centesimi. Tutto questo è possibile mettendo semplicemente insieme tanti consumatori e stringendo rapporto diretti con contadini e lavoratori.”.*

I consumatori di Aequos, inoltre risparmiano circa il 40% rispetto a chi fa la spesa al supermercato; il signor Ferrario ribadisce: *“La nostra filiera è leggera, ha un peso 7 volte inferiore alla grande distribuzione e la logica è ribaltata: anziché sprecare i nostri soldi in tanti passaggi della filiera, li diamo direttamente ai produttori, riconoscendo la dignità del loro lavoro, e dei consumatori sotto forma di risparmio”.*

La scelta dei fornitori è affidata a un apposito gruppo di lavoro, che ne verifica la coerenza ai principi di Aequos (certificazione biologica, dimensione produttiva, efficienza logistica, programmazione, costo equo e legalità) e, quando possibile, visita direttamente le aziende, stilando delle schede che sono pubblicate sul sito [www.aequos.eu](http://www.aequos.eu), disponibili a tutti. Nell'individuazione dei fornitori di Aequos entrano molti fattori, molto spesso la scelta di un produttore è il risultato di una valutazione tra molti elementi non solo legati alle caratteristiche del prodotto e al prezzo. Non a caso si trattano contemporaneamente sia produttori che aspetti logistici, perché in termini di sostenibilità (anche economica), le scelte devono tener conto di entrambi i fattori.

I fornitori di Aequos sono diffusi in tutto il territorio nazionale: il 30% di loro viene dalla Lombardia che, pur essendo la prima regione del nostro Paese per il volume di acquisto di prodotti biologici e quella con il maggior numero di Gruppi di Acquisto Solidali, ha una superficie coltivata a biologico di solo 0,5 metri quadrati pro-capite (in Sicilia sono 40 e in Trentino 20). Anche per questo, per allegare il proprio paniere Aequos è andata a cercare tra i produttori di altre regioni: oggi l'azienda si rifornisce da 29 tra aziende agricole e consorzi. Il listino si modifica spesso, perché a seconda delle stagioni e delle disponibilità dei produttori cambiano i produttori, mentre aumenta la domanda dei GAS. Un ulteriore merito di Aequos, quello di essere riuscita ad alimentare un'altra economia a partire dai territori, facendo nascere nuove reti di acquisto solidale attorno alla cooperativa.

Un esempio concreto del contributo di Aequos a mantenere in vita una serie di piccola realtà, è Armando Piuri, proprietario di un'azienda agricola di Saronno (VA); lui lavora all'80% con i Gruppi di Acquisto Solidale. Rapporto diretto con gli acquirenti, prodotto di qualità e prezzo accessibile a tutti rappresentano la base per il sostegno dei piccoli produttori. E soprattutto la sicurezza, per le piccole aziende, di vendere ad un prezzo fissato in precedenza; al riparo dai cali dovuti dal mercato. Cinque anni fa, a causa dell'influenza aviaria, il signor Piuri era stato costretto a chiudere; e in una recente

intervista spiega l'allevatore: *“Siamo partiti solo tre anni fa e ci stiamo risollemando piano piano proprio grazie ai GAS e Aequos”*.

Il sogno che accomuna tutte queste realtà che compongono Aequos è quello che si possono sperimentare e far crescere forme di economia solidale che tengano in conto principalmente il valore della solidarietà, della sostenibilità e delle relazioni.

### **3.4 Il pastificio IRIS**

La storia di IRIS inizia nel 1978, quando un gruppo di giovani, su impulso delle idee di Ivo Totti -pioniere dell'agricoltura biologica in Italia- decidono di creare una realtà agricola fondata sul rispetto della natura e sul rapporto diretto tra produttori e consumatori. Nel 1984 nasce a Vescovato in provincia di Cremona la cooperativa biologica IRIS: 9 soci e un fondo agricolo di 5 ettari gestito in modo collettivo, dove si coltivano cereali e ortaggi biologici. IRIS ha promosso, da sempre, iniziative culturali presso associazioni private ed enti pubblici, per divulgare il metodo di coltivazione biologica sostenibile economicamente. Dopo dieci anni di coltivazione biologica ad indirizzo cerealicolo ed orticolo industriale, la cooperativa IRIS ha intrapreso la strada della trasformazione del proprio prodotto, con l'obiettivo di coltivare, trasformare e vendere direttamente al consumatore la qualità legata al rispetto ambientale, migliorando le prospettive agricole ed incentivando produzioni rispettose dell'ambiente e dell'uomo, scegliendo i canali di vendita diretta tramite il prodotto a proprio marchio.

Nel 1995 la cooperativa inizia a produrre pasta appoggiandosi ad alcuni laboratori della zona. Per la produzione e la commercializzazione dei prodotti trasformati a marchio IRIS (pasta, farine, biscotti, trasformati di pomodoro e tanto altro) è nata nel 1999 A.S.T.R.A. BIO<sup>8</sup>, azienda interamente controllata dalla Cooperativa IRIS. L'azienda ha come finalità primaria il controllo dell'intera filiera per ciascuno dei prodotti trasformati al fine di garantire non solo l'assoluta tracciabilità, ma soprattutto l'alta qualità nel rispetto della genuinità e freschezza delle materie prime utilizzate.

Dal maggio 2005, la cooperativa IRIS ha acquisito il Pastificio “PASTA NOSARI” (dal 1925) di Piadena (CR). L'azienda era in forti difficoltà e grazie all'aiuto di IRIS si è salvato il posto di lavoro di 26 dipendenti a rischio licenziamento e soprattutto si avvia la prima “filiera di contadini” del grano biologico italiano. Con questa acquisizione la cooperativa concretizza l'obiettivo di garantire ai propri clienti il controllo diretto dell'intera filiera

---

<sup>8</sup> Azienda detenuta al 100% da IRIS coop agricola, trasforma le materie prime di IRIS e commercializza in esclusiva tutti i prodotti a marchio IRIS.

produttiva della pasta biologica di qualità, da gennaio 2009 il pastificio è interamente a produzione biologica.

La qualità della pasta IRIS è il risultato di un'attenzione particolare i dettagli della filiera produttiva, a partire dalla coltivazione dei cereali. Il grano duro è tutto italiano, cresce nei terreni di IRIS e in altri 670 ettari di terra suddivisi in 62 piccole aziende agricole situate in zone marginali di Lombardia, Piemonte, Maremma, Calabria e Sicilia. Questa rete di agricoltori biologici creano così una "filiera di contadini".

Il prezzo è contrattato collettivamente: nella filiera IRIS le quotazioni del grano in Borsa non contano e il valore del lavoro viene discusso direttamente con chi coltiva la terra. Il risultato è che il prezzo finale riconosciuto agli agricoltori è più alto del 30-40% rispetto il mercato. È un prezzo stabilito con il contadino è definitivo per tutto l'anno, nonostante le quotazioni di mercato cambiano di settimana in settimana, perché secondo IRIS le produzioni alimentari devono uscire dalle Borse per diventare oggetto di una trattativa alimentare territoriale tra domanda e offerta fatta "in campo", si tratta oltre ad una scelta etica ma anche politica, per rivendicare la dignità del lavoro degli agricoltori, che hanno dei costi fissi di produzione durante tutto l'anno e il cui reddito non può dipendere dalle oscillazioni della Borsa.

Il "patto" tra IRIS e piccoli contadini prevede che la ricchezza resti più possibile nei territori, perché le piccole aziende agricole possano gestire direttamente le prime fasi della lavorazione dei cereali. È il caso della cooperativa Biolanga<sup>9</sup> che è riuscita insieme ad IRIS a rimettere in funzione un antico mulino per la decorticazione del farro della Valle, un'attività che oggi garantisce 3 posti di lavoro. I piccoli agricoltori delle terre marginali d'Italia, in questo modo, possono entrare nelle rete di IRIS, beneficiando dei suoi contatti e del supporto tecnico, in uno scambio reciproco di saperi. IRIS è un'azienda a ciclo chiuso, basata su un'economia della distribuzione del reddito che fa saltare l'idea tipica di economia di scala di doversi ingrandire sempre di più.

IRIS oltre a lavorare bene, rispettando i principi cardine del biologico, cercano di costruire una relazione con i consumatori e con altre esperienze, condividendo una serie di progetti. Per valorizzare il rapporto diretto con i consumatori, IRIS ha scelto di non entrare nella Grande Distribuzione Organizzata: in Italia la pasta e altri prodotti viene distribuita attraverso i Gruppi di Acquisto Solidale e la vendita in negozi specializzati e piccole botteghe. Dal 2012 i prodotti a marchio IRIS si possono trovare anche in alcune botteghe del commercio equo solidale, grazie al patto stipulato tra la cooperativa agricola IRIS e la cooperativa sociale Libero Mondo di Roreto di Cherasco (CN) ([www.liberomondo.org](http://www.liberomondo.org)). Un

---

<sup>9</sup> Biolanga è nata del 2003 in Pezzolo Valle Uzzone (CN), da un gruppo di giovani che ha pensato che con il BIO si potevano valorizzare i prodotti di una terra fortunata ma poco conosciuta. Oggi la cooperativa riunisce 32 piccoli produttori agricoli.

progetto nato dal basso subito condiviso con alcune botteghe del commercio equo solidale di diverse parti dell'Italia.

IRIS è la scelta di oltre 600 Gruppi d'Acquisto Solidale di tutta Italia, che oggi rappresentano il 22% del fatturato complessivo di IRIS. Una percentuale in rapida crescita, che la cooperativa punta ad aumentare fino a riuscire a "reggersi" solo sulle vendite dirette ai consumatori dei GAS in Italia. I Gruppi di Acquisto Solidale sono economicamente e culturalmente un punto di forza importante per lo sviluppo del progetto della cooperativa agricola, di produzione e lavoro a proprietà collettiva, rappresenta un punto di riferimento per il mercato italiano.

Il rimanente 45% della produzione è esportata in 20 Paesi di tutto il mondo, ma solo a realtà conosciute direttamente e con le quali c'è una condivisione di idee e percorsi politici; oggi la pasta IRIS è fra le prime paste biologiche vendute in Germania, ha vinto premi come miglior pasta italiana bio in Scandinavia. E i progetti commerciali sono importanti: come le mense scolastiche e ospedaliere che vogliono consumare pasta bio, controllata e certificata e proveniente da una filiera totalmente biologica.

IRIS rappresenta un'esperienza che dimostra come sia possibile diventare grandi senza scendere a compromessi.

### **3.5 Vecchia Orsa: microbirrificio artigianale**

Nata nel 2006, la cooperativa sociale "FattoriAbilità" (Crevalcore, CO) si propone di offrire concrete opportunità di lavoro e di gratifica professionale e personale ad un gruppo di persone diversamente abili le quali, lavorando all'interno di un'azienda agricola-zootecnica, che si sviluppa su una superficie di circa 200 ettari di terreno, hanno la concreta possibilità di mettere a frutto le loro potenzialità e di essere attori protagonisti della realtà produttiva in cui sono inseriti.

Il significativo motto della cooperativa è infatti: "Coltiviamo abilità nella diversa abilità della persona". La cooperativa è composta da un gruppo di persone molto eterogeneo per ambiti ed esperienze lavorative, ma accomunate dal considerare la diversità una risorsa per la società. L'obiettivo non è solo quello di trovare un impiego per la persona diversamente abile, ma di innescare un circolo virtuoso che ne valorizzi pienamente le potenzialità e ne faccia un reale elemento produttivo nel contesto lavorativo.

A partire dal febbraio 2008, accanto alle consuete attività agricole-zootecniche, la cooperativa ha iniziato anche la produzione di birra, dotandosi di un impianto per una

produzione di circa 10.000 litri l'anno, dando vita al microbirrificio artigianale "Vecchia Orsa".

Il microbirrificio, si pone come un passaggio intermedio verso la piena integrazione lavorativa, svolgendo così una funzione di inserimento "protetto" nel mondo del lavoro delle persone diversamente abili, e ricoprendo un ruolo di "monitoraggio", a tutto vantaggio dei servizi sociali territoriali.

Il contributo dei ragazzi che lavorano all'interno della cooperativa è reale e particolarmente impegnativo, questi sono coinvolti in tutte le fasi di produzione della birra: l'operazione di imbottigliamento, ad esempio, è interamente manuale e questo ha reso necessario l'addestramento di una squadra di ragazzi che si occupasse specificamente di questa delicata fase del processo produttivo. Un vero e proprio laboratorio in cui si apprende l'arte del fare la birra, nel rispetto della tradizione artigianale e con l'accuratezza, nella scelta della materie prime e dei metodi di produzione, che stanno alla base della qualità del prodotto.

Attualmente le birre "Vecchia Orsa" sono 5, tutte rigorosamente non filtrate e pastorizzate, utilizzando materie prime prive di OGM.

Oggi "Vecchia Orsa" lavora con un impianto da 300 ettolitri, distribuiti principalmente presso i Gruppi di Acquisto Solidale di Bologna e provincia. I GAS sono stati i primi acquirenti del microbirrificio e soprattutto nel primo periodo sono stati come ossigeno per sopravvivere.

Nel tempo la commercializzazione della birra ha coinvolto locali e strutture ristorative, soprattutto a livello territoriale, in Emilia Romagna, ma anche in Piemonte, Lombardia, Marche, Lazio fino alla Sicilia. Ma l'approccio della vendita resta, tuttavia, quello di mantenere un contatto diretto con gli acquirenti ed evitare l'intermediazione di un distributore. Inoltre i ragazzi partecipano a numerose sagre e fiere per far conoscere il prodotto e la realtà cooperativa e al fine di cercare collaborazione con le istituzioni locali.

"Vecchia Orsa" ha ottenuto diversi riconoscimenti negli anni, ha partecipato al concorso "Birra dell'anno 2010", al quale hanno partecipato 300 birre provenienti da 80 birrifici diversi che vengono valutati da una giuria internazionale. Nella categoria Blond il microbirrificio è arrivato secondo, e dopo questo risultato sono stati inseriti nella "Guida alle birre d'Italia 2011". Nell'edizione 2012 ha visto la vittoria della Saison nella categoria speziate e vinto il primo premio alla Fiera Sapore di Rimini. Un vero e proprio trionfo e soddisfazione per la "Vecchia Orsa".

Oggi è in cantiere un rinnovamento: il microbirrificio si dovrebbe spostare in una località vicino in uno spazio di oltre 400 metri quadrati. È stato acquistato un impianto per produrre fino a 1.000 ettolitri di birra (più del triplo della quantità attuale) per essere in grado di ottimizzare la produzione e rispondere alla domanda crescente del birrificio.

Verranno così assunti nuovi lavoratori diversamente abili, sarà aperto un pub e una zona accoglienza del visitatore per lo spaccio e verrà sviluppato un canale di vendita online.

Nel maggio del 2012 il microbirrificio “Vecchia Orsa” è stato colpito dal terremoto, le scosse sismiche hanno provocato lesioni strutturali ai magazzini ma lasciando però intatto il laboratorio di produzione, questa ha comportato l’interruzione della produzione. Tante sono state le offerte di disponibilità e aiuto da parte delle cooperative e birrifici artigianali della zona, offrendo anche spazi per depositare le birre. Grande è stato l’aiuto dei Gruppi di Acquisto Solidale che si è sin da subito attivato per acquistare la birra “Vecchia Orsa” in giacenza.

Tutte le forme di solidarietà si sono contraddistinte sempre per il contatto diretto e per le relazioni di fiducia che “Vecchia Orsa” ha saputo tessere negli anni. Quello che emerge dal terremoto e da qualsiasi altro momento di difficoltà che possono toccare le varie aziende, è sicuramente un ampliamento e un consolidamento della rete dei contatti che si è costruito nel tempo.

#### **4. La filiera corta e partecipata**

La filiera corta e partecipata è un concetto, come abbiamo potuto osservare nel capitolo precedente, che sta avendo oggi molta fortuna. Per filiera corta s'intende un rapporto diretto tra produttore e consumatore che "salta" le diverse forme d'intermediazione commerciale. Una filiera è poi partecipata quando i consumatori condividono il processo di produzione, a volte fino a potersi definire co-produttori (Spadaro, 2012).

I produttori stanno gestendo e mettendo a frutto la crescente popolarità dei Gruppi di Acquisto Solidale non in modo individualistico e commerciale, ma in senso cooperativo, coinvolgendo altri produttori ed estendendo la filiera produttiva, pur senza perdendo la relazione diretta con i GAS anzi intensificandola.

Ma anche al consumatore, può toccare un ruolo attivo, specie se a volte il caso, o più spesso la progettualità, li porta a diventare veri e propri "co-produttori", partecipando direttamente alla distribuzione, in modo da poter conoscere meglio chi fa i prodotti acquistati e rendersi conto delle problematiche legate alla distribuzione.

Lo sviluppo di un progetto di co-produzione, in cui uno o più GAS stringono un accordo con uno o più consumatori, parte dalle esigenze dei Gruppi di Acquisto che lo appoggiano, tendendo conto in modo realistico delle possibilità di sostenere il progetto nel tempo (scegliere il prodotto o i prodotti, gli obiettivi quantitativi e qualitativi, i tempi e gli step successivi); si costruiscono poi insieme dei punti ideali e qualificanti (rispetto del territorio, riscoperta di un prodotto locale ...) sia tra i GAS sia tra i produttori; è fondamentale avere anche sia da una parte che dall'altra persone di riferimento che siano in contatto tra loro, che conoscano bene la zona di intervento e che abbiano "familiarità" con le persone di quel territorio. Il coinvolgimento dei produttori nel progetto, attraverso alcune figure significative, è infatti il modo in cui le competenze e l'esperienza sono al centro della progettazione e dell'individuazione di soluzioni praticabili e originali per ogni progetto e per ogni territorio.

Il progetto va dimensionato ma anche costruito in base alle esigenze dei GAS; bisogna cercare una scala idonea: il progetto potrà così coinvolgere uno o più GAS a seconda della situazione e delle problematiche legate alla distribuzione. Nella ricerca dei produttori i GAS richiedono disponibilità nella trasparenza delle informazioni sull'origine dei prodotti, il progetto di lavoro del produttore, i contratti di lavoro applicati. Infine trovare delle forme in cui in qualche modo i GAS partecipano alla produzione nel concreto, così da potersi rendere conto delle effettive difficoltà che si incontrano "sul campo" (Calori, 2009), come il progetto "Il Campo in Città" di Bio Rekk (presentato precedentemente) che permette a ciascun socio di verificare sulla propria pelle le fatiche della terra, al fine di apprezzare al meglio la produzione e la storia del prodotto.

Grazie a i GAS non si è solo ridato dignità al lavoro dei diversi produttori, sottraendolo alla speculazione del mercato del lavoro, ma grazie ai loro ordini, all'intensa frequentazione e alle visite reciproche hanno aiutato molto a far crescere la cultura ecologica e a sviluppare progetti comuni.

Un altro aspetto importante della co-produzione è quello relativo al sostegno che i GAS possono dare in situazioni di particolare criticità. Le esperienze di questo tipo si stanno moltiplicando (uno di questi è il caso del "Biocaseificio F.lli Tomasoni", che verrà analizzato in seguito), mostrando una grande diversità di situazioni e soluzioni. Il sostegno economico che i GAS possono fornire alle aziende è grazie a strategie di "finanza dal basso" come il diffondersi di forme più avanzate di pagamento, in cui i GAS pagano anticipatamente per le forniture di due o più mesi. Ci sono esperienze in cui i GAS si sono impegnati nel co-finanziare investimenti aziendali necessari a mantenere o espandere la produzione, e altre in cui c'è una partecipazione diretta, insieme al produttore, nella creazione di una nuova azienda (Arsia, 2009). È evidente come alcune di queste esperienze che vanno oltre allo stesso sostegno finanziario, configurandosi come una vera e propria compartecipazione alla produzione, la cosiddetta co-produzione.

#### **4.1 Il "Biocaseificio F.lli Tomasoni"**

Il caseificio Tomasoni è stato fondato nel 1815, come azienda a conduzione familiare, a Gottolengo in provincia di Brescia; è uno dei più piccoli caseifici appartenente al "Consorzio per la Tutela del Formaggio Grana Padano"<sup>10</sup>. Il boom negli ultimi anni nella richiesta nazionale e internazionale per il Grana Padano ha aumentato la domanda di mercato portando ad un aumento repentino della produzione. Questa situazione, insieme alla necessità di una modernizzazione e riduzione nei costi di produzione, ha rafforzato la posizione di grandi società industriali, causando inevitabilmente la chiusura di quasi tutti i piccoli caseifici non più in grado di essere competitivi sul mercato dominato dai grandi gruppi industriali che producono formaggi standardizzati in qualità e prezzi, come richiesto dalla grande distribuzione. Le conseguenze in termini di perdita di competenze, qualità, usanze e tradizioni locali sono state molto importanti.

La qualità del latte e, quindi, del Grana Padano offerta da Tomasoni era troppo alta per il commercio al dettaglio su larga scala. Questo tipo di canale di distribuzione richiede una standardizzazione del prodotto che i piccoli produttori non sono in grado di garantire.

---

<sup>10</sup> Il "Consorzio per la Tutela del Formaggio Grana Padano" è un Consorzio volontario, senza alcun scopo di lucro, nato nel 1954 a Brescia, con lo scopo di tutelare la denominazione di origine del formaggio "Grana Padano".

L'azienda si è trovata davanti un incrocio importante. In realtà, non era disposta a rinunciare la qualità dei loro prodotti per allinearsi con il mercato (23 EBEN Annual Conference, 2010).

Tra il 2000 e il 2004 il caseificio si è convertito al biologico, una scelta davvero coraggiosa in quanto i prodotti biologici erano destinati solo ad un mercato di nicchia, simile ad un articolo di lusso e non per la tasca di tutti. In realtà il biologico risponde positivamente alla domanda dei consumatori sempre più esigenti e consapevoli della qualità del cibo, favorendo la ricostruzione di una reazione diretta fra chi consuma e chi produce al fine di trarne reciproci benefici.

Nel 2001 Tomasoni istaura una relazione stretta e diretta con i Gruppi di Acquisto Solidale, divenendo fornitore storico di formaggi per molti GAS, in particolare della Lombardia.

La produzione del caseificio man mano negli anni è aumentata come la lista dei clienti; ma sono lievitati anche i costi di produzione e gli interessi sui prestiti bancari.

Alla fine del 2008 la crisi globale economico finanziaria si fa sentire, il prezzo degli alimentari sale, tra cui quello del latte (aumenta del 25%), e le restrizioni delle banche per la concessioni dei prestiti nel Secondo Accordo di Basilea ha complicato ulteriormente la situazione già fragile. Tomasoni era in crisi di liquidità, aveva bisogno di prestiti aggiuntivi per coprire i costi legati al magazzino, e un forte deficit di cassa di circa 250.000 euro, la situazione era molto complicata in quanto diverse banche gli negavano il prestito.

Alla fine dell'anno, con una lettera che l'azienda abitualmente invia ai suoi consumatori sull'andamento dell'attività, Massimo Tomasoni -uno dei due proprietari del caseificio Tomasoni- spiegava le ragioni per cui il prezzo dei prodotti aumentava per il seguente 2009 e menzionava le difficoltà finanziarie e il futuro estremamente incerto del caseificio.

Questa situazione smuove le coscienze dei membri dei GAS, facendo partire così una passaparola via internet per salvare il caseificio; così nel giro di qualche mese un migliaio di famiglie di 90 GAS raccolgono i soldi che servono per il prestito, in parte sottoscritti come pagamento anticipato sul prodotto, in parte gestiti come finanziamento attraverso la cooperativa di finanza etica MAG2 Finance<sup>11</sup>, che partecipa all'iniziativa con una parte del prestito.

Da questa azione concreta di solidarietà, il caseificio ha visto il fatturato crescere del 150% e i clienti triplicare per effetto del passaparola. Un rapporto intensificato dalla consegna porta a porta e dal continuo scambio di informazioni con i consumatori.

---

<sup>11</sup> MAG2 è acronimo di Mutua per L'Autogestione, il numero due sta a significare che è la seconda nata in Italia. MAG2 è una cooperativa finanziaria solidale, con sede a Milano, riconosciuta dalla Banca d'Italia come intermediario che raccoglie capitale sociale e lo utilizza per erogare credito finanziando le realtà socie appartenenti al mondo dell'economia socio-solidale (tra cui diversi produttori dei GAS).

Diversi studi hanno cercato di rispondere alla domanda: perché i consumatori decidono di sostenere finanziariamente Tomasoni? E quindi cercando di capire le motivazioni che stanno alla base di tale comportamento, al fine di comprendere meglio le pratiche umane e sociali in determinate circostanze.

Se i GAS non avessero effettuato l'operazione finanziaria, la conseguenza sarebbe stata la chiusura dell'azienda Tomasoni. Ciò sarebbe stato: impercettibile per il mercato del Grano Padano nel suo insieme (il "Bio Caseificio F.lli Tomasoni", come abbiamo già affermato in precedenza, è uno dei piccoli produttori del "Consorzio per la Tutela del Formaggio Grana Padano"); importante per il settore del formaggio biologico (ci sono molto pochi produttori di Grana Padano biologico in Italia); impegnativo per la famiglia Tomasoni e per gli altri produttori che dipendano dall'attività del caseificio (produttori di latte, per esempio) e infine "insostenibile" per la rete dei GAS (Spadaro, 2012).

Con la chiusura del caseificio, la produzione di formaggio biologico si sarebbe fermata e i GAS avrebbero avuto difficoltà a trovare un'alternativa. Il 15 aprile 2009 il quotidiano "Corriere della Sera.it" in un articolo online, riporta una frase che circolava sul movimento web dei GAS: *"sarebbe difficile trovare un altro produttore biologico, e richiederebbe troppo tempo convincere un altro caseificio tradizionale a diventare biologico"*.

I GAS hanno dimostrato che potevano essere efficaci dove il sistema socio-economico "falliva". Anche se ogni GAS è indipendente dagli altri e potrebbe avere propri principi e valori, tutti condividono un concetto intrinseco nell'acronimo GAS: essere un gruppo di cui lo scopo è fare acquisti basati sulla solidarietà. Il senso di appartenenza a questa rete è molto importante; e molte interviste fatte ai GAS richiamano il concetto di solidarietà come uno dei motivi principali per la decisione di finanziare Tomasoni. Come sostiene Micheletti (2003), gli acquisti basati sulla solidarietà sono un percorso di sviluppo per azioni collettive pur assumendo responsabilità individuali.

Appartenere al Gruppo di Acquisto Solidale di solito significa abbracciare un nuovo stile di vita e nuovi modi di considerare gli acquisti: dai consumatori ai partecipanti, dai "numeri" alle "persone" (Forno,2009). Appartenere alla rete dei GAS ha reso l'operazione di finanziamento un "diritto" ma anche "una cosa naturale" da fare.

L'effettivo valore aggiunto di questo caso è stata la co-partecipazione. Come dichiarato in un dossier redatto da Finance MAG2 *"nessun modo intrapreso indipendentemente avrebbe portato al risultato ottenuto"*.

In questo caso studio l'intensità della questione morale, in particolar modo la vicina prossimità, l'alto grado di consenso sociale e l'immediatezza temporale, sembra aver aiutato a superare problemi come ad esempio, la mancanza di informazioni e la fiducia. Il risultato era un'operazione di successo e una rinuncia totale a qualsiasi tasso d'interesse da parte dei leader. La struttura, o il contesto, in cui l'investimento era stato presentato e

deciso è stato molto significativo (Glac,2009) e ha influenzato l'intensità della questione morale (Kelly and Elm, 2009).

Il punto cruciale della storia, infatti, è stata la decisione di Massimo Tomasoni di raccontare ai propri consumatori circa e loro difficoltà. Forse, nella stessa situazione un'altra impresa avrebbe rinunciato. Quante piccole e medie imprese scrivono ai loro consumatori raccontando la loro situazione economica e finanziaria o semplicemente i loro desideri o idee a favore del futuro?

Questa pratica, che è una regola generale per Tomasoni, è stata determinante: da un problema personale, le difficoltà di Tomasoni sono diventate un problema "pubblico". Il dibattito aperto tra l'azienda e i GAS sposta l'attenzione sull'intero sistema finanziario e produttivo ed entrambi le parti diventano consapevoli dei bisogni e aspirazioni principalmente sull'ambizione a costruire una nuova "economia di relazioni".

Il fatto ha rappresentato un'opportunità di fermarsi e pensare, per i GAS sul suo ruolo in questo modello di "economia sociale e solidale", per MAG2 sulla loro missione e la loro politica sul tasso d'interesse; aprendo una discussione con attori differenti dell'economia locale per consolidare insieme i nuovi progetti d'interesse comune e con alto valore sociale (MAG2, marzo 2009).

#### **4.1.1 I servizi di finanza etica**

La definizione di finanza etica possiamo ritrovarla in questa definizione: "*Come fare un uso responsabile del nostro denaro adottando comportamenti trasparenti e investimenti in attività rispettose dell'ambiente e dei diritti dell'uomo*" (Banca Popolare Etica, 2010).

Obiettivo dei servizi di finanza etica è quindi, di creare un sistema di raccolta del risparmio tra i soci e privilegiare nel prestito i progetti con finalità sociale e così sostenendo la crescita di realtà socialmente rilevanti come per esempio il commercio equo, l'agricoltura biologica o le energie pulite.

Per ottenere questi obiettivi sono stati sviluppati molti strumenti, che vanno dal microcredito, iniziative in cui vengono concessi prestiti per cifre ridotte a persone che non hanno accesso a strumenti di credito "normali", alle cooperative finanziarie (le MAG) in cui i soci investono i propri risparmi scegliendo i destinatari dei finanziamenti; e infine "Banca Etica" la maggiore tra le realtà di finanza etica italiana. In Italia è la sola banca che opera con criteri completamente etici.

Banca Etica nasce dall'impegno di migliaia cittadini e organizzazioni che si interrogano sulla necessità di utilizzare il denaro in modo responsabile. L'idea di una banca "etica" si

fa spazio negli anni 80, prendendo spunto dall'esperienza delle cooperative MAG dove il loro obiettivo era (ed è tuttora) di finanziare le attività del terzo settore e i soggetti "non bancabili", ovvero non hanno accesso al credito nel sistema finanziario tradizionale (Spadaro, 2012).

L'idea si concretizzò nel dicembre 1994 nell'associazione "Verso la Banca Etica", e nel 1998 con l'autorizzazione della Banca d'Italia per l'avvio dell'attività creditizia della banca. Dal marzo 1999 Banca Etica è operativa con sede a Padova. Oggi si contano 16 filiali in varie città d'Italia e più di 5mila progetti finanziati facendo di Banca Etica un'esperienza unica di finanza leggera e radicata sul territorio.

I servizi offerti da Banca Etica sono quelli tipici di una banca tradizionale (servizi di conto corrente e finanziari) ma si distinguono nell'impiego del denaro raccolto in progetti "etici" che rispettano l'ambiente e i diritti dei lavoratori, effettuando insieme alla valutazione finanziaria di ciascun finanziamento una valutazione socio-ambientale. E infine permettere l'accesso al credito ai soggetti dell'economia sociale, non-profit o for-profit, valutando imprese, persone e progetti principalmente per la loro capacità di produrre "valore sociale" (Banca Popolare Etica, 2010).

Nonostante la crisi economica e finanziaria che ha travolto e contraddetto le certezze dell'intero sistema, Banca Etica ha registrato una crescita del proprio capitale sociale, che ha raggiunto i 35 milioni e mezzo di euro nel 2011 (il 14% in più dell'anno precedente) conferita da oltre 36mila soci. Un risultato molto importante, che consente a Banca Etica di aumentare numero e importo dei finanziamenti all'economia sociale e solidale, e di investire maggiori risorse nello sviluppo della rete, continuando a tessere relazioni con i territori, profonde e paritarie, per ascoltare le esigenze e mettere al loro servizio la ricchezza della banca. Banca Etica, infatti, è prima di tutto un luogo di relazioni, anche perché resta una realtà cooperativa (Spadano, 2012).

Un'altra importante e principale esperienza nel settore della finanza etica sono le MAG (Mutua Auto Gestione), una società cooperativa, costituita da persone fisiche e giuridiche, che sostiene l'economia solidale, i sistemi di produzione e di scambio innovativi e sostenibili, l'integrazione sociale. La MAG raccoglie il capitale dei soci per finanziare iniziative economiche autogestite.

La prima MAG si costituisce nel 1978 a Verona per volontà di uomini e donne che credevano fermamente nell'economia di solidarietà e nuove forme del lavoro autogestito. Da allora MAG ha cominciato a raccogliere risparmi tra soci per dare vita a progetti di nuova cooperazione, modalità a cui si sono ispirate le altre realtà MAG in Italia e lo stesso movimento nazionale di finanza etica ([www.magverona.it](http://www.magverona.it)). In Italia attualmente sono

presenti 6 MAG, tutte situate nel centro-nord: MAG Verona, MAG 2 (Milano), MAG 6 (Reggio Emilia), MAG 4 (Torino), MAG Venezia e MAG Roma.

La attività di MAG si basa sulle seguenti caratteristiche: partecipazione diretta dei soci alla gestione, interventi a finanziare progetti con difficoltà di accesso al credito; garanzie sugli impieghi attraverso la conoscenza delle persone e dei progetti da finanziare. Un'economia che, nel promuovere il percorso di responsabilità e imprenditorialità, mette in movimento desideri, fa circolare non solo merci, servizi e denaro, ma beni di natura simbolica come la fiducia, il senso di sicurezza, la capacità di arrischiarsi, la voglia di lavorare bene (Spadaro, 2012).

La MAG è oggi una risorsa dell'intera collettività, una risorsa in continuo sviluppo, una fonte dalla quale tanti possono attingere e dov'è possibile far convergere i contributi di coloro che credono e scommettono sull'importanza e l'attualità di un'economia partecipata e solidale.

Infine, il microcredito, uno strumento di accesso al credito per le persone cosiddette "non bancabili", che non dispongono delle garanzie richieste per ottenere credito attraverso canali bancari tradizionali. L'esperienza più famosa in Italia è quella dell'Ente nazionale per il Microcredito, che tramite i propri membri e i partners dei singoli progetti, promuove anche per mezzo di fondi messi a disposizione da singoli operatori pubblici, nazionali e comunitari, e privati, iniziative a favore di persone fisiche in stato di povertà o vittime dell'esclusione finanziaria e di persone giuridiche in particolare, in particolare cooperative e microimprese, con difficoltà di accesso al credito, al fine di finanziare nuovi progetti di sviluppo imprenditoriale eticamente e tecnicamente condivisi ([www.microcreditoitalia.org](http://www.microcreditoitalia.org)). Oltre l'Ente nazionale per il Microcredito molto altri si sono mossi verso il microcredito, come ad esempio Banca Etica dove rappresenta uno degli strumenti più utilizzati e principali del progetto di finanza etica.

Infine, nel Manifesto Politico di Banca Popolare Etica del 2011 possiamo ritrovare cosa si intende e si racchiude dietro il termine "finanza etica":

*"...una finanza, quindi, non come uno strumento di standardizzazione, di spersonalizzazione e di disgregazione, ma come valorizzazione delle identità, delle differenze, delle relazioni che animano il territorio, una finanza che diventa parte integrante nei processi di sviluppo locale."*

## 4.2 La filiera tessile: Made-in-No

Gianluca Bruzzese, giovane artigiano tessile, in un'intervista sulla rivista mensile "Altreconomia" racconta il sogno e la sua esperienza: riconvertire la sua piccola azienda familiare di Galliate in provincia di Novara verso una produzione equa, sostenibile e biologica. Ma proprio mentre la crisi bussava alle porte per portarsi via un centinaio di piccole aziende e posti di lavoro bruciati dalla competizione globale, sembrava una follia parlare di qualità, giusto prezzo, trasparenza, qualità e produzione locale. Gianluca Bruzzese, infatti, afferma: *"mettere in piedi una filiera tessile indipendente dai meccanismi che stavano per decretare la fine dell'impresa artigiana, sembrava davvero una scommessa persa in partenza. Tuttavia non ci sentimmo di lasciare quel sogno nel cassetto e Fair –cooperativa sociale nata con l'idea di mettere le proprie competenze al servizio dell'economia solidale- sembrava la struttura giusta per dare sostanza a questo processo di cambiamento"*.

I tempi erano maturi per fare un salto di qualità e provare a fare davvero economia; bisognava recuperare saperi dispersi, mettere in rete diverse realtà produttive, connettere contadini, produttori e consumatori, trovare qualcuno che credesse nel progetto e ne finanziasse l'avvio, formare gli attori del processo ai meccanismi economici e sociali alla base della scomparsa del tessile nostrano (Lucchetti, 2010).

Il progetto ha preso vita grazie al sostegno della Cooperativa Fair che ha dato origine all'idea di Made-in-No e ha facilitato e coordinato la nascita che l'ha reso possibile. Cruciale è stato il contributo della Rete Italiana dei GAS e del "gruppo tessile nazionale" che ha dato vita al progetto "una felpa dei GAS", grazie al quale è stato possibile analizzare i veri bisogni delle persone, sperimentare le prime fasi di test dei prodotti e condividere vere e proprie fasi di progettazione della filiera. Infine anche la Provincia di Novara e la Fondazione Culturale Banca Etica hanno fornito il sostegno economico necessario ad avviare e consolidare la sperimentazione.

La prima linea di intimo bio-equo nata da un progetto di rete tra i soggetti del Nord e del Sud del mondo è stata lanciata nel 2007 dopo un lavoro di progettazione e costruzione della rete. Soggetti diversi provenienti dal mondo delle economie solidali e del no-profit, piccoli artigiani cooperative e gruppi di consumatori si sono alleati per dare dignità e mercati a pezzi di economia in via di estinzione che da sempre costituiscono l'ossatura del tessuto socio-economico italiano ([www.made-in-no.com](http://www.made-in-no.com)). Made-in-No, dove No indica sia i luoghi di produzione del novarese sia la volontà di rimuovere lo sfruttamento insito nelle produzioni convenzionali, è un progetto sperimentale volto a promuovere una filiera tessile ad alto tasso di sostenibilità socio-ambientale.

La rete Made-in-No valorizza i piccoli produttori artigiani e realtà cooperative che hanno scelto di mettersi in gioco secondo le regole di equità, trasparenza e giustizia sociale lungo l'intera filiera produttiva e la catena del valore. L'idea è quella di mettere in stretta relazione chi produce e chi consuma per superare l'idea classica di un mercato che riduce produttori e consumatori a offerta e domanda che si incontrano solo nel momento dello scambio monetario (Lucchetti, 2010).

Nei primi anni di attività produttiva Made-in-No ha raggiunto centinaia di Gruppi di Acquisto Solidale italiani, numerose Botteghe del Mondo del commercio equo e solidale. Senza investimenti in pubblicità e marketing tradizionale, è stato possibile diffondere il progetto fuori dalle logiche della grande distribuzione e dei media, attraverso un "passa parola" legato alla qualità sociale del progetto più che all'imposizione di un marchio ([www.made-in-no.com](http://www.made-in-no.com)).

Made-in-No è diventata una filiera partecipata, dove il ruolo dei consumatori responsabili non si limita alla garanzia di acquisto ma si espande a quello di pre-finanziamento e coinvolgimento nella progettazione della produzione e nella risoluzione della criticità. Una visione che ha generato la possibilità di costruire una filiera e un prezzo davvero trasparente per una diversa distribuzione della catena del valore ed una diversa concezione del modello di produzione e consumo. A ciascuno il giusto, senza sprechi e speculazioni, secondo valutazioni non imposte dal mercato ma definita dagli stessi attori della filiera.

Oltre alla proposta del prezzo equo e trasparente, l'intimo bio-equo di Made-in-No risponde anche alla domanda di prodotti sobri, quotidiani e accessibili. Nei primi due anni di attività produttiva sono stati raggiunti circa 100 GAS, oltre a numerose Botteghe del Mondo e negozi specializzati per un fatturato totale di 120 mila euro; questo è stato possibile attraverso il percorso di crescita comune del gruppo tessile nazionale, basato su incontri di progettazione e verifica che hanno accompagnato il progetto (Lucchetti, 2010).

Anche grazie al pre-finanziamento del 50%, garantito dai GAS, il patto con i consumatori organizzati dei Gruppi di Acquisto Solidale è stato fondamentale per garantire l'avvio della produzione e i primi investimenti in cotone bio-equo proveniente dai produttori indiani e dalla rete brasiliana di economia solidale Justa Trama, che mette in rete circa 800 tra produttori e lavoratori deboli, organizzati in 5 cooperative e due associazioni che vanno dalla coltivazione del cotone al prodotto finito.

La valorizzazione dei mercati locali inoltre è al centro di un'idea di cooperazione che vede come prioritario lo sviluppo orientato al territorio e al soddisfacimento di bisogni espressi dalle comunità; lo scambio e il commercio equo è diventato quindi occasione per il rafforzamento delle diverse esperienze di economia solidale nei rispettivi Paesi (Spadaro, 2012).

La crisi del sistema in atto non ha prodotto solo disastri sul piano finanziario, ambientale e sociale per le comunità che perdono posto di lavoro, diritto acquisiti, ambienti sani in cui vivere e capacità di progettare un futuro sostenibile per le generazioni future. L'illusione della competizione globale, che ha spinto la delocalizzazione di interi settori produttivi verso Paesi con un basso costo della manodopera, ha generato la distruzione di tessuto industriale e artigianale con la conseguente perdita di saperi e know-how difficilmente costruibili.

Questa esperienza sottolinea come il processo per costruire una filiera totalmente tracciabile e trasparente sia complesso, ma allo stesso tempo utile per individuare gli ostacoli che minacciano la sopravvivenza dei piccoli produttori, come: l'accesso a materie prime di qualità provenienti da filiera controllate; l'accesso al credito e la possibilità di pianificare; produrre secondo una domanda reale legata ai bisogni delle comunità e dei territori; la necessità di consolidare e allargare la domanda per sostenere nel tempo la produzione e la possibilità di arrivare ai consumatori attraverso circuiti distributivi alternativi alla grande distribuzione organizzata.

## 5. Agricoltura: un settore in crescita

Il settore agricolo presenta una controtendenza rispetto ad altri settori in crisi, infatti secondo il “Rapporto Agreecolture” di Coldiretti si distingue per la qualità dei prodotti caratteristica tipica delle produzioni “Made in Italy”, aggiungendo a questo elemento quello del sapere antichi legandosi al tempo stesso ad un approccio innovativo, occupando quote aggiuntive di mercato. L’Italia evidenzia il primato europeo per il numero di aziende agricole con 7,3 miliardi all’anno di fatturato, nel 2012 è stato registrato in campo agricolo il più elevato aumento nel numero di lavoratori dipendenti in forte contrasto con il drammatico aumento della disoccupazione con 57 mila aziende condotte da giovani con meno di 35 anni. I giovani in agricoltura sono in aumento e chi ha meno di trent’anni i laureati sono 36,5% mentre il 56% hanno un diploma di scuola superiore (www.coldiretti.it).

I giovani tornano alla terra perché sono alla ricerca non solo di un lavoro ma anche di un mestiere utile che permette loro di uscire dalla crisi, sono sempre più in aumento le aziende che investono in tecnologie verdi ed energie sostenibili riducendo l’utilizzo di energia.

Alcuni ambiti in cui investire è l’agricoltura biologica che ha registrato in questi anni un costante sviluppo grazie ad una maggiore conoscenza e consapevolezza dei consumatori in materia di ambiente e sicurezza alimentare.

Con il termine “agricoltura biologica” si intende un metodo di coltivazione e di allevamento che ammette solo l’impiego di sostanze naturali, presenti cioè in natura, escludendo l’utilizzo di sostanze di sintesi chimica. Agricoltura biologica significa sviluppare un modello di produzione che eviti lo sfruttamento eccessivo delle risorse naturali utilizzando invece tali risorse all’interno di un modello di sviluppo che possa durare nel tempo. Per salvaguardare la fertilità naturale di un terreno gli agricoltori biologici utilizzano materiale organico e, ricorrendo ad appropriate tecniche agricole, non lo sfruttamento in modo intensivo (Spadaro, 2012).

In questo settore esistono a livello regionale degli incentivi e delle agevolazioni per chi intende investire in questi settori tradizionali capaci di restituire al nostro Paese prestigio e determinando la crescita economica e sviluppo.

La Filiera Agricola Italiana<sup>12</sup> ha dato un notevole contributo per promuovere e favorire un adeguato sviluppo dell’imprenditorialità agricola, specialmente giovanile; definendosi

---

<sup>12</sup> La Filiera Agricola Italiana nasce nel 1995, a Roma, per volontà di un gruppo di operatori nel settore agricolo in campo nazionale che hanno sentito l’esigenza di apportare un contributo efficace e duraturo nel tempo all’agricoltura. In modo particolare, la Filiera si propone a favorire l’inserimento dell’agricoltura nel

come Filiera Agricola giovane e fatta su misura per i giovani: supportandoli nella delicata fase di avviamento d'impresa, perché crea occupazione dentro e fuori dall'agricoltura, perché crea stabilità occupazione permettendo di fare progetti per il futuro e soprattutto perché rende autonome queste piccole realtà agricole facendole crescere e facendole diventare grandi.

Queste imprese giovani incarnano a pieno un nuovo modello di sviluppo, che privilegia un'economia di qualità, sostenibile nel tempo e nei territori. Sono imprese che sanno adattarsi ai cambiamenti con flessibilità, unificare benessere e ricchezza, rinnovando le risorse e qualificando l'immagine del Paese.

È il settore primario, l'agricoltura ad essere "straordinaria" nel saper portare all'eccellenza progetti di dimensioni ridotte, così come nel seme c'è già tutta la sua pianta (Spadaro, 2012).

### **5.1 Agritorino: orti sociali contro la disoccupazione giovanile**

Coltivare l'orto come soluzione alla disoccupazione e alla crisi economica ecco come si è mossa la città di Torino, comprendendo l'importanza della correlazione tra il ritorno alla terra, autoproduzione alimentare e miglioramento della condizione di disagio dovuta all'assenza di un impiego. È nato così AgriTorino, un progetto di agricoltura per giovani e disoccupati. Si tratta di un patto tra produttori e consumatori con i quali i primi affidano delle terre abbandonate e sottoutilizzate a dei giovani disoccupati, i nuovi agricoltori del 2013, che vengono formati all'agricoltura ecosostenibile con l'obiettivo di avere un'occupazione generatrice di un reddito, ma allo stesso tempo di fornire dei prodotti di qualità alla comunità a un prezzo etico.

I prodotti derivanti dal raccolto sono venduti ad un costo equo e contenuto a famiglie e comunità in difficoltà. Il progetto è sostenuto da alcune delle principali realtà ed associazioni solidali della città di Torino, tra cui troviamo i Gruppi di Acquisto Solidale della provincia.

AgriTorino è stata definita come un'iniziativa solidale che vuole coniugare sostegno ai redditi familiari, agricoltura ecosostenibile e formazione professionale. L'obiettivo consiste di creare nuovi posti di lavoro da dedicare ai giovani disoccupati, in quanto rappresenta la fascia del nostro Paese che maggiormente si sta impoverendo, a causa

---

circuito nazionale in misura tale da garantire il suo costante sviluppo. Ad oggi la Filiera Agricola Italiani conta all'incirca 110.000 iscritti tra agricoltori, imprese agroalimentari e agroindustriali. ([www.fagri.it](http://www.fagri.it))

della completa assenza di lavoro o di salari irrisori, con riferimento alla fascia di età compresa tra i 18 ed i 30 anni (Sanvito, 2012).

In agricoltura, assistiamo da una parte all'aumento dei prezzi e delle relative lamentele da parte dei consumatori, ma anche ad un abbandono dei terreni coltivabili da parte di chi non possiede più i mezzi necessari per occuparsene. AgriTorino vuole cercare di fornire una risposta ad una situazione tanto grave, mediante la creazione di nuovi posti di lavoro, la coltivazione di prodotti di qualità e loro vendita a basso prezzo ai bisognosi.

Cottolengo, salesiani ed un imprenditore locale hanno già messo a disposizione dei terreni agricoli da coltivare e sono già giunte le prime 20 richieste da parte dei "contadini del futuro", che hanno deciso di affrontare questa nuova avventura e di cogliere un'importante opportunità.

Altre esperienze, simile a quelle di AgriTorino, si sono sviluppate nel nostro territorio come il progetto ColtivaMi, un bando online per la creazione di orti urbani, nati dal recupero di spazi inutilizzati del capoluogo lombardo.

È stata l'unione dal basso che ha permesso di fronteggiare il problema della occupazione e della crisi economica e per dare fiducia e dignità alla persona. La strada tracciata è il ritorno alla terra, dunque, per sviluppare, un'agricoltura che possa giocare un ruolo sociale, ambientale ed economico: coniugare il coltivare sano con il vedere etico creando lavoro, professionalità e reddito.

Le radici del nostro paese e della nostra storia, poggiate sui pilastri della solidarietà, rappresentano la speranza per ripartire e affrontare il vivere presente.

## 6. Conclusioni: le prospettive occupazionali attraverso lo sviluppo dei GAS

Nelle storie presentate si è voluto dimostrare, come imprese di successo, sono in grado di nascere e affermarsi in diversi settori –compreso quello finanziario- pur mantenendo una dimensione piccola, e pur restando ancorate e radicate al contesto “locale” e pur attribuendo spazio e importanza alle “persone”.

Il ruolo attribuito alle persone, al locale e al territorio sorprende dato l’andamento dell’economia mondiale. Questa collezione di microstorie di economia e di lavoro non ha solo il significato della testimonianza, peraltro preziosa. Serve, prima ancora, a mostrare e –quindi- dimostrare che non c’è antinomia fra economia e società, economia e territorio, economia e vita quotidiana e economia e valori. Serve a smentire il luogo comune che, in pochi anni, ha ridotto l’economia e la finanza e ha diluito la dimensione locale dell’impresa fino a dissolverla. Invece l’impresa, piccola e virtuosa, impegnata in prodotti socialmente utili, nel rispetto dell’ambiente, anche e tanto più se è incardinata nel locale, ha protezione locale e lunga durata. *“Perché chi ha radici forte e profonde può durare più a lungo e guardare più lontano”* (Spadaro, 2012).

Da questo contesto si è voluto mostrare come i Gruppi di Acquisto Solidale –unità minima di una spesa più consapevole- e come loro altre piccole entità di consumo responsabile, siano stati fondamentali per la crescita e, soprattutto, il sostegno a queste piccole realtà, che rappresentano gran parte del tessuto produttivo nazionale, e che a causa della grande distribuzione e della crisi economica sono stati costretti a chiudere.

Infatti, la vendita diretta ai GAS è in poco tempo diventata la principale entrata economica per molti piccoli produttori, se non la condizione fondamentale per gestire l’azienda in attivo. Per molti ha rappresentato un motivo di ritorno all’agricoltura o di approdo ad essa dopo altre esperienze lavorative. Questo ha permesso di trovare dignità e soddisfazione nel proprio lavoro, in un rapporto paritario in cui entrambe le parti concorrono alla realizzazione di un modo diverso di produrre e consumare. Tuttavia non sono poche le difficoltà da superare è ciò forse sta alla base del fatto che, nonostante negli anni la richiesta dei GAS sia aumentata in modo esponenziale, non si sia ancora assistito da una uguale risposta dai produttori. Attualmente, i produttori, che già riforniscono i GAS, incontrano grosse difficoltà a coinvolgere altri agricoltori e alla creazione di una rete estesa sul territorio con cui sostenersi a vicenda e gestire in modo migliore il rapporto con i consumatori.

Non è solo la vendita diretta, eliminando ogni forma di intermediazione, il sostegno dato dai GAS, ma in alcuni casi si va in soccorso di produttori in circostanze di momentanea

difficoltà economica: ricordiamo la storia del Biocaseificio F.lli Tomasoni, che mostra un esempio di interesse concreto in molte pratiche e modelli umani per far funzionare le aziende, basato su relazioni, fiducia trasparenza e solidarietà. Il caso studio Tomasoni sottolinea anche come la “prossimità” si basa sulla fiducia e, nei suoi rendimenti, la fiducia si basa sulla consapevolezza. In questo caso, la trasparenza e la disponibilità ad impegnarsi con i diversi stakeholder sono state premiate.

I GAS però non svolgono solo una funzione di supporto, mantenendo così in vita aziende e quindi l’occupazione, ma permettono anche a queste microrealtà di espandersi e di realizzare così un vero e proprio sviluppo occupazionale, ricreando “vecchi” posti di lavoro in settori occupazionali piuttosto antichi, tra cui l’agricoltura.

Infatti, in questo scenario, i giovani agricoltori sono quelli che si distinguono maggiormente per l’apertura mentale, volontà e capacità di affrontare il cambiamento, come il caso Agritorino. Questo diverso atteggiamento è dovuto sia a un’effettiva condizione di vantaggio per le diverse conoscenze e abilità che possiedono, sia a una diffusa tendenza a cercare forme alternative di vita e lavoro, supportata da una maggiore consapevolezza e spesso da una solida base di valori. Sui giovani agricoltori, dunque, l’investimento in termini di fiducia e sostegno assume una valenza ancora maggiore.

Questi GAS, ad oggi, costituiscono i tasselli fondamentali delle “reti di Economia Solidale” e rappresentano anche la possibilità, per quanti sono interessati di agire attivamente sul territorio, saltando tutti i meccanismi di intermediazione, economici e politici, di avere una possibilità in tal senso, per far sentire la propria voce e proporre valori diversi ai quali ispirare le proprie scelte di consumo e di acquisto.

In sintesi, come si è potuto osservare, costruire oggi un GAS vuol dire anche rispondere a diverse urgenze: da quella finanziaria delle famiglie, a quello di esercitare sempre più sistematicamente forme di consumo responsabile, solidale ed eco-sostenibile, fino all’esigenza di ridare dignità e forza ai produttori di qualità in un sistema economico orientato alla massimizzazione del profitto e del benessere individuale fine a se stesso. In questo senso le pratiche che sono state inventate e messe appunto dai GAS mettono al centro le relazioni umane, la cura, la responsabilità, la collaborazione, la partecipazione, il rispetto e la valorizzazione delle persone e ambiente; questa possono essere interpretate come tappe di un percorso che mira fondamentalmente a realizzare un’economia e scambi economici con valori e priorità sociali e ambientali.

L’adesione ad un GAS rappresenta una possibile via d’uscita alla recessione economica, facendosi promulgatori della cosiddetta “teoria della decrescita”, nota alternativa all’attuale produzione, consumo, che porta a discutere dei modelli economici, produttività e

occupazione. Come ha sostenuto Manuel Castells<sup>13</sup> in occasione della terza Conferenza Internazionale sulla Decrescita che ha coinvolto esperti di tutto il mondo e di diversa formazione, si è discusso a lungo sul nuovo modello economico basato sul concetto di decrescita di PIL e, in quest'occasione, sono state illustrate strategie politiche e iniziative individuali private che potrebbero essere prese in considerazione per migliorare la qualità della vita e piacere di vivere con lavoro e consumo, costituendo reti, organizzando cooperative di credito, produzioni e consumo e, in più generale sperimentando nuovi modelli di economia. I GAS, attualmente, si collocano perfettamente in questa visione del mondo e dell'economia. Una realtà che è nata su una base di bisogni, principi e obiettivi diversi da quella che ha guidato la nascita e l'evoluzione dei sistemi di produzione-distribuzione convenzionale, e che può essere osservato come forma di sviluppo occupazionale in un mondo sempre più in cambiamento.

---

<sup>13</sup> Manuel Castells sociologo e professore spagnolo. Articolo "La sfida della decrescita" tratto da "Internazionale" n.974, anno 20, 9/15 novembre 2012.

## Bibliografia

AA.VV. (a cura del Tavolo per la Rete italiana di economia solidale), 2010, *“Il capitale delle relazioni. Come crescere e organizzare gruppi d’acquisto e alte reti di economia solidale, in cinquanta storie esemplari.”*, Edizioni Altreconomia.

AA.VV., 2011, *“Italia 150: il paese che si rinnova. La filiera agricola tutta italiana per il ricambio generazionale.”*, Coldiretti.

AA.VV., 2011, *“GASP. I Gruppi di Acquisto Solidale: nuove forme di economia solidale e di Partecipazione attiva.”*, Edizioni Punto Rosso, I tascabili.

AA.VV., 2010; *“Costruire le relazioni con i Gruppi d’acquisto solidale al di là della compravendita.”*, ARSIA.

Calda F. e Corlazzoli A., 2012, *“La tenacia della bassa emiliana.”*, Altreconomia, 140, pp.45-49.

Calori A. (a cura di), 2009, *“Coltivare la città. Giro del mondo in dieci progetti di filiera corta.”*, Edizioni Altreconomia.

Carrera L., 2009, *“I Gruppi d’Acquisto Solidale. Una proposta solida in una società liquida.”*, Partecipazione politica e denaro, Vol.3, pp. 95-122.

Castells M., 2012, *“La sfida della decrescita.”*, Internazionale, 974.

Ceccarini L. e Forno F., 2006, *“From the street to the shops: the rise of new forms of political actions in Italy.”*, South European Society & Politics, Vol.11, N. 2, pp.197-222.

Facchini F., 2013, *“Una finanza (er)etica”*, Altreconomia, 143, pp.14-17.

Forno F., 2012, *“Dal consumo critico alle Reti di Economia Solidale per un futuro auto sostenibile dei territori.”*, Working paper. Università degli studi di Bergamo.

Forno F., 2009, *“Il consumo critico come forma di cittadinanza attiva per il cambiamento sociale.”*, Working paper. Università degli studi di Bergamo.

Forno F. e Graziano P., 2012, *“Political consumerism e New Form of Political Participation: The Gruppi di Acquisto solidali in Italy.”*, Working paper, ANNALS, AAPSS, 644, pp.121-133.

Martinelli L., 2011, *“La Filiera è corale.”*, Altreconomia, 131, pp.20-23.

Micheletti M., 2009, *“La svolta dei consumatori nella responsabilità politica e nella cittadinanza.”*, Partecipazione e Conflitto, 3/2009, pp.45-40.

Signori S., 2010, *“The case of the Tomasoni organic Dairy.”*, 23<sup>rd</sup> EBEN Annual conference, Trento.

Spadaro C., 2012, *“Piccolo è meglio.”*, Edizioni Altreconomia.

Tosi S. (a cura di), 2006, *“Consumi e partecipazione politica. Tra azione individuale e mobilitazione collettiva.”*, Franco Angeli, Milano.

**Sitografia** (ultimo accesso: 01/07/2013)

- <http://www.retegas.org/>
- <http://www.gascascina.org/>
- <http://www.ismea.it/>
- <http://www.assobtm.it/>
- <http://www.cooperativacortocircuito.it/>
- <http://www.biorekk.org/>
- <http://www.eltamiso.it/>
- <http://www.apprezziamolo.it/>
- <http://www.aequos.eu/>
- <http://www.irisbio.com/>
- <http://www.liberomondo.org/>
- <http://www.fattoriabilita.it/>
- <http://www.biocaseificiotomasoni.it/>
- <http://www.magverona.it/>
- <http://www.microcreditoitalia.org/>
- <http://www.made-in-no.com/>
- <http://www.coldiretti.it/>
- <http://www.fagri.it/>
- <http://www.altreconomia.it/>
- <http://www.greenme.it/>
- <http://www.bancaetica.it/>