

# I GAS – Gruppi di Acquisto Solidale

Piccole esperienze con grandi obiettivi



Valeria Burdizzo

Università degli Studi di Torino

Scienze Internazionali

Corso di Finanza Etica e Microcredito

Prof. Mauro Bonaiuti

Anno accademico 2011-12

## Indice

Introduzione p.1

I – Cosa si intende per Gruppi di Acquisto Solidale: una loro descrizione p.3

1.1 Alla base dei GAS: potere del consumatore e bisogno di socializzare p.3

1.2 La vita all'interno di un GAS ed i suoi principi guida p.5

1.3 Funzionamento e problemi logistici: l'importanza di fare rete p.8

II – I GAS come “laboratori di transizione”: il loro valore aggiunto nella sfera dell'economia solidale p.10

2.1 Un modo diverso di vedere la catena produzione-distribuzione-consumo: i processi di apprendimento che nascono dai GAS p.10

2.2 GAS e cambiamento istituzionale: tra rinnovato associazionismo e solite difficoltà p.13

III – L'esperienza dei “grandi numeri”: i GAS nel campo delle energie rinnovabili p.16

3.1 Non solo cibo: la “sfida dei grandi numeri” p.16

3.2 L'associazione CO-ENERGIA: quando l'energia rinnovabile diventa solidale p.18

Conclusioni p.20

Bibliografia p.23

*Ascoltami , i poeti laureati  
si muovono soltanto fra le piante  
dai nomi poco usati : bossi ligustri o acanti .  
Io , per me , amo le strade che riescono agli erbosi  
fossi dove in pozzanghere  
mezzo seccate agguantano i ragazzi  
qualche sparuta anguilla :  
le viuzze che seguono i ciglioni ,  
discendono tra i ciuffi delle canne  
e mettono negli orti , tra gli alberi dei limoni .*

*Meglio se le gazzarre degli uccelli  
si spengono inghiottite dall'azzurro :  
più chiaro si ascolta il sussurro  
dei rami amici nell'aria che quasi non si muove ,  
e i sensi di quest'odore  
che non sa staccarsi da terra  
e piove in petto una dolcezza inquieta .  
Qui delle divertite passioni  
per miracolo tace la guerra ,  
qui tocca anche a noi poveri la nostra parte di ricchezza  
ed è l'odore dei limoni .*

*Vedi , in questi silenzi in cui le cose  
s'abbandonano e sembrano vicine  
a tradire il loro ultimo segreto  
talora ci si aspetta  
di scoprire uno sbaglio di Natura ,  
il punto morto del mondo , l'anello che non tiene ,  
il filo da disbrogliare che finalmente ci metta  
nel mezzo di una verità .  
Lo sguardo fruga d'intorno ,  
la mente indaga accorda disunisce  
nel profumo che dilaga  
quando il giorno più languisce .  
Sono i silenzi in cui si vede  
in ogni ombra umana che si allontana  
qualche disturbata Divinità*

*Ma l'illusione manca e ci riporta il tempo  
nelle città rumorose dove l'azzurro si mostra  
soltanto a pezzi , in alto , tra le cimase .  
La pioggia stanca la terra , di poi ; s'affolta  
il tedio dell'inverno sulle case ,  
la luce si fa avara – amara l'anima .  
Quando un giorno da un malchiuso portone  
tra gli alberi di una corte  
ci si mostrano i gialli dei limoni ;  
e il gelo del cuore si sfa ,  
e in petto ci scrosciano  
le loro canzoni  
le trombe d'oro della solarità .*

*I Limoni, Eugenio Montale 1921-22*

## Introduzione

Eugenio Montale vedeva nei limoni il simbolo della speranza. Nelle città caotiche, dove tutti corrono indaffarati per la loro routine quotidiana, dove l'azzurro del cielo è rilegato in piccoli spazi tra un tetto e l'altro, dove la noia prevale e ingrigisce le giornate, basta uno spiraglio di colore per far accendere una scintilla di vitalità nelle persone disilluse dal tempo.

Il poeta rifiuta così i nomi aulici utilizzati dai "poeti laureati" per ritrovare un legame con il suo territorio ligure, un legame che ha l'odore dei limoni e che per un attimo sembra svelare le verità racchiuse nei silenzi della natura.

L'appello di Montale sembra essere stato accolto da chi, 90 anni dopo, vuole ripartire dalla terra per poter dare e trovare delle risposte. La storia di queste persone comincia a Fidenza nel 1994, dove un gruppo di persone decide di creare il primo gruppo di acquisto solidale per poter introdurre all'interno del consumo quotidiano il criterio di solidarietà. Infatti ci si accorge che un semplice gesto quotidiano come quello del mangiare occupa una parte consistente non solo nella vita di ogni singolo individuo ma anche del grande ciclo dell'economia.

Ecco che allora la volontà personale di portare in tavola dei cibi buoni, di qualità, locali e rispettosi dell'ambiente e dell'uomo si incontra con una più ampia visione del mondo differente dal *main stream* propugnato in modo compulsivo dalla pubblicità delle grandi industrie. Il consumerismo prevede e necessita di un consumatore disattento, che non si preoccupi della catena di produzione dei prodotti e soprattutto che abbia sempre bisogno di qualcosa.

I gruppi di acquisto solidale, i GAS, che dal 1994 hanno continuato a crescere sempre di più nel territorio italiano, si inseriscono nel panorama del consumo critico e dell'economia solidale, sono appunto uno degli strumenti con cui si vuole introdurre la sfera di responsabilità individuale, di eticità e di personalizzazione all'interno dei processi di produzione-distribuzione-consumo. Sono, queste, tre caratteristiche che mancano nell'economia ormai completamente anonima contemporanea in cui il principio del Mercato fa prevalere la dimensione dell'interesse, la massimizzazione dei profitti a scapito di tutto il resto, quindi della dimensione umana come quella dei lavoratori, dei consumatori e dei produttori e della dimensione ambientale. Spesso si

dimentica che dietro ad ogni produzione c'è sempre un processo parallelo di distruzione il cui aspetto più evidente è l'inquinamento e quello più latente è la distruzione dei rapporti sociali che si disperdono in un'economia retta dal principio di economicità e dove la merce regna sovrana<sup>1</sup>.

Per i fautori dell'economia solidale è necessaria questa consapevolezza, è cruciale non farsi bastare le verità della televisione e andare a scoprire come il sistema economico attuale abbia dato sempre più spazio ai mercati finanziari virtuali e anonimi all'origine delle più grandi crisi degli ultimi anni con gravi conseguenze nell'economia reale, quindi con gravi conseguenze per i cittadini e contribuenti che ne hanno e stanno pagando le spese.

Consumare criticamente vuol semplicemente dire essere attenti, usare questa grande facoltà che è la critica, così come la intendeva Kant, per agire nella vita di ogni giorno in modo da non contribuire all'avanzamento perverso di questa economia distruttrice.

Finanza etica, commercio equo e solidale, turismo responsabile, ecologia domestica, bilanci di giustizia e infine GAS (anche se la lista non si esaurisce con questi esempi) sono tutte esperienze e strumenti trovati per poter agire "altrimenti". Dopo aver introdotto i GAS in questo panorama più generale, andremo a definirli meglio nel corso di questa tesina per poter individuare in che modo i GAS possono contribuire alla pratica dell'economia solidale e qual è il loro valore aggiunto rispetto alle altre pratiche di consumo critico.

In una prima parte si provvederà a sottolineare le motivazioni e i principi guida dei GAS così come il loro funzionamento, poi si presterà attenzione alle dinamiche sociali e ai percorsi di apprendimento che derivano dai GAS e nell'ultima parte si parlerà di una nuova esperienza fatta nel campo delle energie rinnovabili per analizzare come i GAS hanno risposto alla "sfida dei grandi numeri".

---

<sup>1</sup> RIST Gilbert, *Lo sviluppo – Storia di una credenza occidentale*, cap. I, Bollati Boringhieri, Torino 1997.

## I – COSA SI INTENDE PER GRUPPI DI ACQUISTO SOLIDALE: UNA LORO DESCRIZIONE

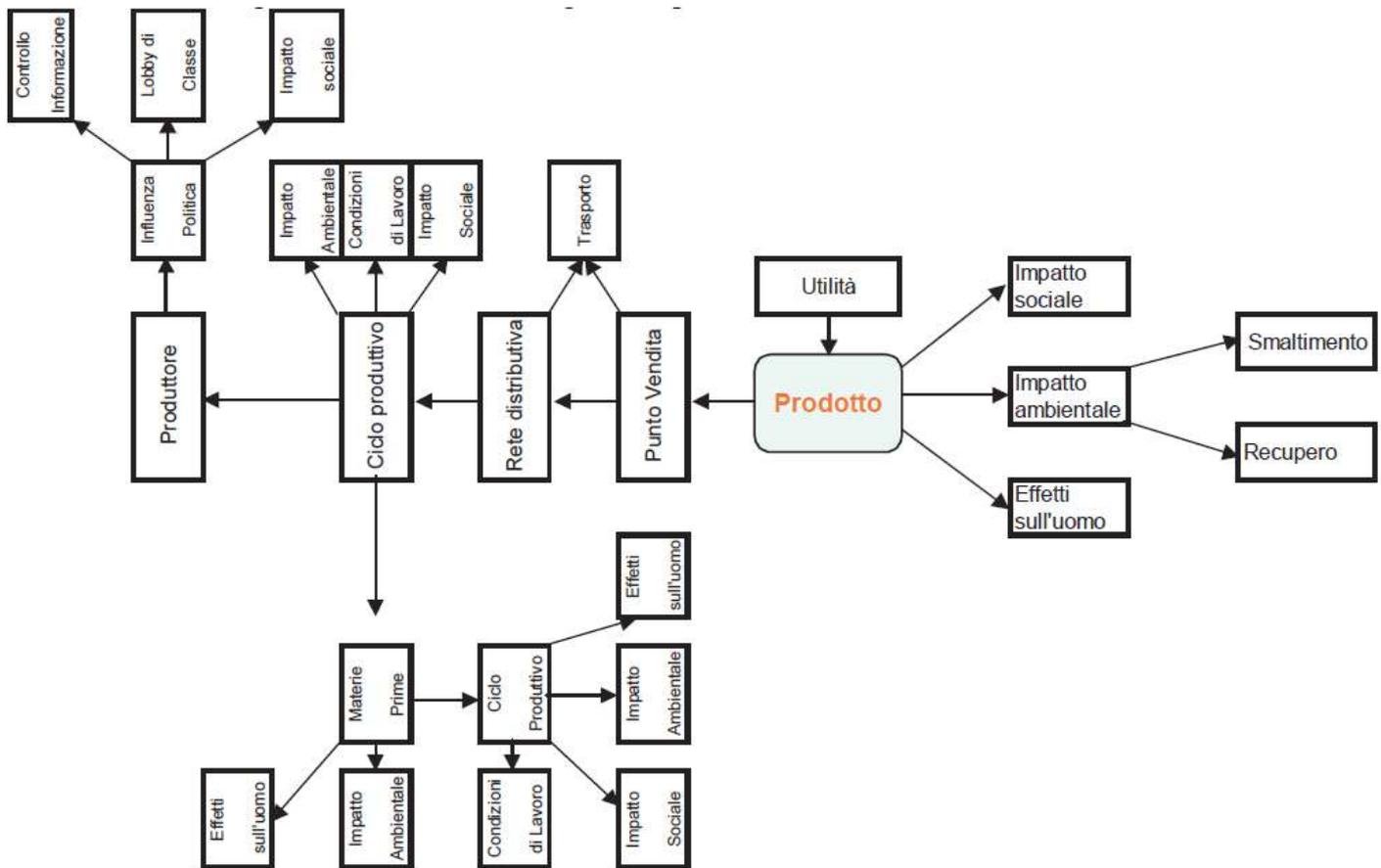
### 1.1 ALLE BASI DEI GAS: POTERE DEL CONSUMATORE E BISOGNO DI SOCIALIZZARE

I gruppi di acquisto solidale sono dei gruppi di consumatori che decidono di associarsi e di organizzare i loro acquisti collettivamente, comperare direttamente dal produttore e provvedere poi alla distribuzione tra i partecipanti. Due caratteristiche sono fondamentali nei GAS: la dimensione del gruppo e l'aggettivo solidale che li connota.

La decisione di associarsi e fare una lista della spesa collettiva trova le sue ragioni in un principio economico molto semplice, più la domanda è forte più riesce ad influire sull'offerta ed i prezzi diminuiscono. Ma questo cosiddetto "potere del consumatore" nei GAS non si esaurisce qui. Infatti non è la volontà di risparmiare la motivazione per cui si aderisce ad un GAS, ma piuttosto la volontà di riappropriarsi del potere decisionale del consumatore all'interno della catena di produzione. Come si può vedere dallo schema 1<sup>2</sup>, la produzione di un solo prodotto ha delle conseguenze di impatto sociale, ambientale ed effetti sull'uomo a diversi livelli perché coinvolge le scelte di chi produce, di chi distribuisce e di chi compra. L'idea di partenza di chi aderisce ad un GAS è dunque quella di poter influire sul *come* si produce, decidendo di acquistare in gran numero dei prodotti che sono intrinsecamente etici, quindi che rispettano le condizioni di sicurezza sul lavoro, i diritti dei lavoratori, le normative di protezione dell'ambiente non solo durante la fabbricazione stessa ma anche negli imballaggi, riciclaggio, trasporto dei prodotti e non eseguono test su animali. E' evidente che per avere un peso decisivo sulle scelte di chi produce è necessario che la domanda sia consistente, le imprese multinazionali di certo non ascoltano le esigenze di un solo individuo, ma se questo incomincia ad unirsi ad altri che la pensano come lui e questo numero cresce sempre di più il potere dei consumatori critici non può passare inosservato.

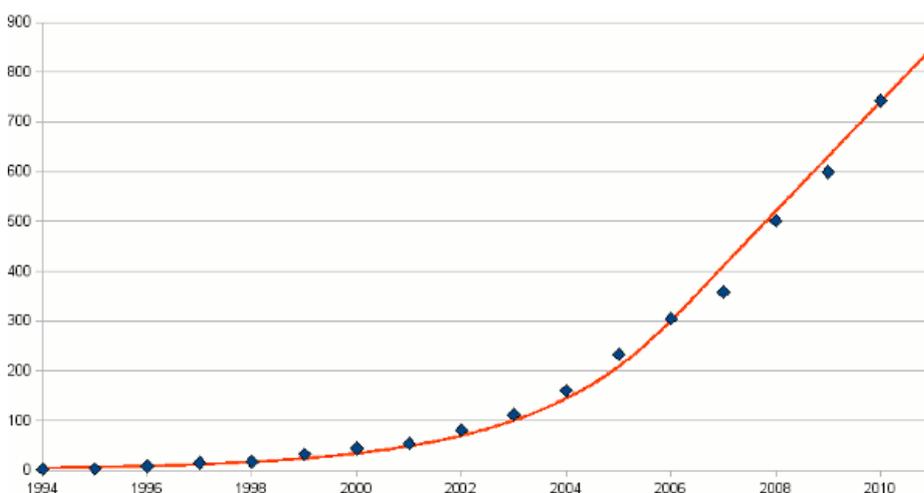
---

<sup>2</sup> Schema 1 fonte: Documento Base dei GAS, [www.retegas.org](http://www.retegas.org).



Schema 1

E si può affermare che le stime degli ultimi anni sono tutte a favore dei consumatori critici. Il numero dei GAS censiti sul sito della rete nazionale dei GAS italiani è raddoppiato ogni anno a partire dagli anni 2000, raggiungendo la quota di circa 800 GAS sul suolo italiano, numero che però non tiene conto di tutti i gruppi di acquisto solidali non ufficiali<sup>3</sup>.



Schema 2

<sup>3</sup> Schema 2 fonte: SAROLDI Andrea, "Imparare con i GAS", 8 Gennaio 2011, [http://www.volontariperlosviluppo.it/index.php?option=com\\_k2&view=item&id=64:imparare-con-i-gas&Itemid=200069](http://www.volontariperlosviluppo.it/index.php?option=com_k2&view=item&id=64:imparare-con-i-gas&Itemid=200069).

Inoltre gli italiani sembrano apprezzare sempre di più i prodotti della filiera corta, sarà per la riscoperta della buona qualità del km 0 ma anche caldeggiati dalla crisi che ha fatto aumentare i costi della benzina. La Coldiretti ha rilevato un aumento del 20% negli acquisti di prodotti alimentari a km 0, ben 8 milioni di italiani nel 2011 ha fatto acquisti nei mercati di Campagna amica (*farmers market*) o direttamente dai produttori agricoli<sup>4</sup>.

Queste stime non fanno che rallegrare gli aderenti ai gruppi di acquisto solidali che vedono aumentare intorno a loro la propensione a comprare cibi sani, di qualità, non ogm e rispettosi dell'ambiente. Questo è un passo importante nella promozione di un cambiamento nella qualità e nello stile di vita, ma non basta. Infatti la seconda dimensione estremamente importante all'interno dei GAS è quella del gruppo come strumento per socializzare.

Di fronte ad un'economia sempre più spersonalizzata, la riscoperta delle relazioni umane diventa essenziale. Attraverso i GAS si intessono relazioni tra le famiglie che risiedono in uno stesso quartiere o sullo stesso territorio, anche perché di solito le dimensioni dei GAS non sono mai molto grandi proprio per poter riuscire a rispondere a questo criterio del locale e dell'ambito relazionale. Inoltre si va a conoscere di persona i piccoli produttori locali, favorendo così un rapporto di fiducia tra produttore e consumatore. In questo modo si riscopre il lato umano della sfera economica trasformando di nuovo il mercato in un'occasione di incontro tra persone dove è possibile confrontarsi e diffondere notizie e informazioni.

L'aggettivo solidale dunque assume due valenze, la prima riguarda il modo in cui si produce e si consuma e viene rispettato all'interno dei GAS seguendo criteri di eticità per l'acquisto dei prodotti. La seconda valenza riguarda la dimensione di convivialità che si vuole reintrodurre nella sfera economica per rendere i mercati dei luoghi di incontro tra persone e non degli anonimi non-luoghi dove la domanda si confronta con l'offerta stabilendo il prezzo ottimale e la migliore allocazione delle risorse, come proferito dalla teoria economica classica, teoria che ha da sempre dimostrato nei fatti i suoi limiti ma a cui non è mai stato contestato il suo ruolo dominante.

## 1.2 LA VITA ALL'INTERNO DI UN GAS ED I SUOI PRINCIPI GUIDA

Chiedersi come nasce un GAS è un po' come chiedersi come nasce una storia di amicizia, ogni GAS ha la sua storia e il suo modo di funzionare, quindi risulta molto difficile descriverne il funzionamento in modo generale valido per tutti. Di solito è un gruppo di amici che dà origine ad

---

<sup>4</sup> Volontari per lo sviluppo, "Caro benzina: aumentano gli acquisti a km 0", 4 Gennaio 2012, [http://www.volontariperlosviluppo.it/index.php?option=com\\_content&view=article&id=1821:caro-benzina-aumentano-gli-acquisti-a-km-0&catid=21:sovranita-alimentare&Itemid=80](http://www.volontariperlosviluppo.it/index.php?option=com_content&view=article&id=1821:caro-benzina-aumentano-gli-acquisti-a-km-0&catid=21:sovranita-alimentare&Itemid=80).

un GAS, oppure persone che abitano in uno stesso quartiere o che fanno parte di una stessa associazione, possono provenire dal mondo del volontariato o dalle botteghe del commercio equo oppure facevano parte di un altro GAS che ha deciso di dar vita ad un altro gruppo per evitare di essere di dimensioni troppo elevate. I GAS infatti possono raggruppare dalla decina ad una centinaia di famiglie, ma una volta che crescono troppo tendono a “sdoppiarsi” al fine di evitare problemi gestionali<sup>5</sup>.

Rimangono comunque dei principi chiave validi per tutti i GAS per quanto differenti l'uno dall'altro, criteri che spingono prima alla formazione del gruppo stesso e poi che guidano l'azione. Secondo il Documento Base della Rete nazionale dei GAS, i principi sono raggruppabili in quattro filoni<sup>6</sup>:

- Sviluppare e mettere in pratica il consumo critico: quindi acquistare e consumare prodotti etici e biologici, informarsi e formarsi per sviluppare una mentalità del consumo critico, limitare il senso di frustrazione ed impotenza che nasce in seno alla cultura capitalistica.
- Sviluppare e creare solidarietà e consapevolezza: solidarietà che si traduce tra i componenti del GAS, verso i piccoli produttori locali e verso l'ambiente circostante. Per questo si dà molta importanza al rispetto dei diritti dei lavoratori che ovunque nel mondo devono lavorare in condizioni accettabili e anche all'occupazione stessa, infatti le produzioni locali sono ad alta intensità di mano d'opera e non di capitale come è il caso per le grandi multinazionali.
- Socializzare: creando una rete di amicizia e solidarietà per condividere idee, esperienze e anche alcuni beni come automobili, libri, elettrodomestici.. e favorire inoltre il contatto diretto tra produttore e consumatore per conoscere così la storia di quel che si mangia.
- L'unione fa la forza: acquistare da piccoli produttori locali garantendo degli sbocchi sul mercato, in tal modo si possono ridurre i prezzi dei prodotti etici e biologici che altrimenti sarebbero “di nicchia” e poco accessibili per le famiglie a basso reddito. Inoltre attraverso i GAS si possono ridurre i tempi per fare la spesa, salvare anche la biodiversità e le colture tradizionali.

---

<sup>5</sup> Ires Piemonte, *Consumo critico e politiche regionali: le esperienze di aggregazione dei consumatori in Piemonte*, 2010.

<sup>6</sup> Documento base dei GAS, op. cit.

Sono proprio questi principi che traducono nei fatti l'aggettivo solidale che differenzia i GAS dagli altri gruppi d'acquisto, nati per il semplice scopo di far risparmiare i consumatori. Sono sempre queste regole etiche che dettano i criteri di scelta dei prodotti e dei produttori.

Il paniere tipico dei GAS comprende quasi tutti i tipi di generi alimentari: frutta, verdura, olio, riso, pasta, formaggi, farine, carne, vino, miele, caffè, ma anche detersivi, cosmesi e prodotti per la cura del corpo. Una grande attenzione è data al criterio del biologico e del locale, infatti quando si conosce direttamente il produttore e come questi lavora non è necessaria la certificazione ufficiale di "prodotto bio", la relazione di fiducia che si instaura tra produttore e consumatore è molto più sicura ed affidabile di una formale certificazione piovuta dall'alto. Inoltre i bisogni individuali devono andare al passo con la stagionalità dei prodotti, per riscoprire il ritmo naturale delle coltivazioni e non quello prodotto artificialmente per aumentare il consumo oltre i bisogni. Infine il rispetto per l'ambiente è dato non solo dal risparmio in trasporti grazie alla preferenza per il km 0, che già quindi riduce l'impatto causato dai carburanti, ma anche dall'uso minimo e dal riciclo degli imballaggi, ad esempio utilizzando buste di tela e non di plastica, riutilizzando le cassette o i vasetti di vetro, prediligendo i prodotti sfusi o le grandi confezioni da dividere con gli altri membri del GAS.

E' molto interessante notare come secondo un'intervista dell'Ires Piemonte, schema 3<sup>7</sup>, l'individuazione e la scelta dei produttori avvenga principalmente attraverso il passa parola tra conoscenti e membri di GAS differenti. Ancora una volta quindi emerge l'importanza dei rapporti interpersonali e di fiducia indispensabili per un consumo critico in piena regola, è proprio grazie al passa parola che i GAS si sono diffusi sul territorio nazionale ed è anche la tecnica privilegiata per trasmettere le informazioni e per formare sia gli associati che il resto dei cittadini.

---

<sup>7</sup> Ires Piemonte, op. cit.



Schema 3

### 1.3 FUNZIONAMENTO E PROBLEMI LOGISTICI: L'IMPORTANZA DI FARE RETE

Il funzionamento di un GAS può essere riassunto in alcuni passaggi chiave: si decide in accordo con tutti i membri quali prodotti acquistare, ogni famiglia redige un ordine secondo i suoi bisogni, poi si raccolgono in un ordine unico da mandare direttamente al produttore, il giorno della consegna si ritirano i prodotti e si provvede allo smistamento.

Spesso i problemi legati ai GAS riguardano appunto questa fase gestionale: come raccogliere e mandare gli ordini, in quale locale può avvenire lo smistamento delle consegne, in che modo effettuare i pagamenti, senza dimenticare che questi problemi logistici potrebbero rivelarsi delle serie difficoltà quando il gruppo cresce di dimensioni e aderenti. Le soluzioni trovate variano a seconda dei GAS, molto spesso si fa riferimento ad esempio a locali messi a disposizione da altre associazioni locali, si decide di ricorrere ad un referente che si occupa degli ordini oppure si dà vita ad un altro GAS quando ci si accorge che il numero dei membri sta diventando notevole.

Un'altra soluzione decisamente funzionale è stata trovata nel fare rete. Infatti dal 1997 è nata la rete nazionale dei GAS, con il suo sito internet istituzionale, un bollettino che esce ogni 3 mesi, il Bogar- Bollettino dei Gruppi di Acquisto Regionali – per far circolare le notizie riguardo ai gruppi, le loro idee, le soluzioni adottate e le loro esperienze, ai criteri guida nella scelta dei produttori e dei prodotti e la pubblicazione di richieste e segnalazioni di produttori. Ogni anno la Rete dei GAS

organizza un convegno nazionale per discutere sull'andamento dei progetti e di eventuali nuove proposte da considerare<sup>8</sup>.

La dimensione della rete è estremamente importante come strumento per poter migliorare e permettere la circolazione di informazioni, è un modo per i differenti GAS di confrontarsi tra loro ed apprendere dagli altri migliorandosi. Attraverso la rete nazionale si sono promossi e si promuovono progetti su scala più ampia, si programmano manifestazioni per far conoscere il mondo dei GAS e del consumo critico, mettersi in rete significa dunque sentirsi meno soli e diffondersi sul territorio.

Un buon esempio può essere quello della rete dei GAS ad un livello più micro della provincia di Torino. Nata nel 2001, è una piccola rete locale per la promozione del consumo critico, dell'economia solidale e per dare un sostegno ai GAS del territorio torinese. Il GasTorino provvede a raccogliere gli ordini di diversi GAS della provincia per far arrivare in un'unica consegna non solo prodotti locali ma anche alcuni che arrivano da un po' più lontano come ad esempio le arance di Sicilia, la pasta Iris Bio da Cremona o i dolci Aveja da L'Aquila. Inoltre dal 2011 sta realizzando grazie al finanziamento della Regione Piemonte il progetto "El but d'la rej" con il quale sta migliorando la logistica e i mezzi utilizzati per organizzare gli ordini collettivi<sup>9</sup>.

Questa volontà di intessere reti nelle reti, di intrecciare piccoli fili che risultano forti una volta che sono collegati tra loro è una "strategia lillipuziana", come definita da Andrea Saroldi<sup>10</sup>, che permette ad ogni singolo GAS di poter essere un'esperienza importante di sperimentazione di economia solidale intesa come paradigma di trasformazione. Vedremo ora in che modo i GAS possano agire per l'economia solidale e come la dimensione sociale da loro promossa sia proprio il valore aggiunto dei GAS rispetto agli altri strumenti di consumo critico.

---

<sup>8</sup> Per ulteriori precisazioni: [www.retegas.org](http://www.retegas.org).

<sup>9</sup> Sito GasTorino: [www.gastorino.org](http://www.gastorino.org).

<sup>10</sup> SAROLDI Andrea, *Costruire economie solidali. Un percorso a 4 livelli*, EMI, Bologna 2003 p. 81.

## II – I GAS COME “LABORATORI DI TRANSIZIONE”: IL LORO VALORE AGGIUNTO NELLA SFERA DELL’ECONOMIA SOLIDALE

### 2.1 UN MODO DIVERSO DI VEDERE LA CATENA PRODUZIONE-DISTRIBUZIONE-CONSUMO: I PROCESSI DI APPRENDIMENTO CHE NASCONO DAI GAS

Euclides André Mance nel definire l’economia solidale parla della necessità di costruire reti di collaborazione solidale per avviare la sperimentazione di un sistema economico post-capitalista dove, semplificando, le imprese sociali sono le cellule di produzione e i GAS le cellule di consumo<sup>11</sup>. Se questa è la prospettiva di lungo termine, ogni esperienza all’interno del panorama dell’economia solidale nasce dalla volontà individuale di voler rispondere a dei problemi riscontrati a livello locale che però hanno le loro origini molto più in profondità, ovvero nel sistema dominante. Proprio per questo motivo le risposte partono dalle persone e sono caratterizzate non solo da specificità locali ogni volta differenti, ma anche dall’aspetto della reciprocità: dal legame sociale che attraverso l’azione crea “spazi pubblici di prossimità”, come definiti da Laville, spazi in cui il gruppo ha la capacità di farsi sentire e di poter portare avanti un cambiamento istituzionale<sup>12</sup>.

Tutte le varie esperienze di economia solidale portano avanti il disegno di un altro sistema economico dove all’utilitarismo si sostituisce il criterio di solidarietà, è evidente nelle Botteghe del Mondo, nel circuito della finanza etica, nelle imprese sociali e nelle cooperative. Però rispetto a questi strumenti i gruppi di acquisto solidali riescono ad innescare dei veri e propri processi di apprendimento che vanno ben al di là del solo cambiamento nelle abitudini alimentari e trovano la loro origine come la loro forza proprio dalla convivialità, aspetto fondamentale nei GAS.

Infatti, alla base della fondazione di un GAS c’è la volontà di cambiare il sistema di produzione-distribuzione- consumo che porta i cibi sulla nostra tavola attraverso un’azione collettiva. La constatazione di un bisogno di eticità poi non si ferma all’alimentazione ma va a plasmare lo stile di vita stesso, la medesima attenzione che si riserva al cibo viene prestata anche agli altri gesti della vita quotidiana. Inoltre la soluzione del “gruppo” adottata risponde ad un bisogno di socialità di fronte ad una società sempre più frammentata e individualista, così “si fa qualcosa insieme” nella consapevolezza che l’azione quando è collettiva ha molto più valenza ed impatto.

---

<sup>11</sup> MANCE E. A., *La rivoluzione delle reti. L’economia solidale per un’altra globalizzazione*, EMI, Bologna 2003.

<sup>12</sup> LAVILLE Jean-Louis, *L’economia solidale*, Bollati Boringhieri, Torino 1998.

Adanella Rossi e Gianluca Brunori<sup>13</sup> hanno analizzato il caso dei GAS e hanno distinto tre livelli di apprendimento che agiscono su tre contesti relazionali parallelamente e progressivamente.

	<b>Relazioni "tra pari"</b>	<b>Relazioni produttori-consumatori</b>	<b>Relazioni interorganizzative</b>
Apprendimento tecnico e organizzativo	(ri-) acquisizione di conoscenze e abilità pratiche riguardo al cibo; gestione aspetti pratici del modello di approvvigionamento	acquisizione conoscenze su processi produttivi; gestione aspetti pratici del modello di approvvigionamento; soluzione dei problemi e co-definizione aspetti specifici	sviluppo di altre forme di cittadinanza alimentare o di altre forme di consumo etico; collaborazione ad altre iniziative/progetti
Apprendimento cognitivo	rafforzamento dell'identità, sviluppo/rafforzamento di principi; ridefinizione dei bisogni; soluzione dilemmi etici; senso di "efficacia" dell'azione individuale; senso di responsabilità e solidarietà	acquisizione conoscenze su stagionalità, biodiversità, problematiche dell'attività produttiva; sviluppo / rafforzamento di principi etici; senso di responsabilità e solidarietà	allargamento delle conoscenze; rafforzamento dei principi (senso di responsabilità, solidarietà); sviluppo visione di sistema
Apprendimento teorico	sviluppo di capitale sociale e comunitario (senso di comunità, etica collettiva, crescita di cittadinanza); sviluppo di senso critico e consapevolezza a politica applicata ad altri ambiti	sviluppo ulteriore consapevolezza a su problematiche legate alla produzione di cibo, alla sua sostenibilità, alle relazioni rurale-urbano, alla multifunzionalità dell'agricoltura	crescita di cittadinanza; crescita di impegno civico e consapevolezza a politica; adesione a altre forme di mobilitazione sociale, sul territorio o a scala più ampia

Schema 4

Il primo livello di apprendimento è quello tecnico e organizzativo, riguarda la pratica del consumo critico, quindi come si scelgono i prodotti, i contatti con i produttori, l'inizio di relazioni personali di fiducia, l'organizzazione della gestione interna di un GAS a partire dagli ordini fino alla distribuzione delle consegne ma anche aspetti più fiscali e finanziari. Ovviamente questa pratica produrrà dirette conseguenze sugli stili di vita quotidiani di ogni membro del GAS e anche all'interno della famiglia stessa andrà a ridefinirsi la routine quotidiana.

<sup>13</sup> ROSSI Adanella e BRUNORI Gianluca, *Le pratiche di consumo alimentare come fattori di cambiamento. Il caso dei Gruppi di Acquisto Solidale*, [http://agrireregionieuropa.univpm.it/dettart.php?id\\_articolo=854](http://agrireregionieuropa.univpm.it/dettart.php?id_articolo=854).

Il secondo livello è quello cognitivo. Il cambiamento nelle abitudini porta a ridefinire anche gli schemi con cui si interpreta e si riflette sulla realtà che ci sta intorno. Così ci si appropria dell'informazione ricevuta e questa non rimane neutra ma va ad influenzare scelte quotidiane che seguiranno valutazioni etiche ben precise in coerenza con le proprie convinzioni: si seguirà la stagionalità dei prodotti, si diminuiranno gli sprechi e i consumi, si opterà per una maggiore qualità dei prodotti privilegiando i sapori naturali e locali, ci si domanderà sempre come è avvenuta la produzione, se sono stati utilizzati pesticidi, se si sono rispettati i lavoratori..

Il terzo livello riguarda l'apprendimento teorico, è il livello che collega le abitudini alimentari con altri ambiti più generali, il ragionamento prosegue dal locale per collegarsi al globale: ad esempio la crisi economica, le politiche territoriali, le ecomafie, gli appalti pubblici. Ci si chiede cosa vuol dire essere buoni cittadini e come poter esercitare il proprio diritto di cittadinanza, ci si fa domande sullo stile di vita e quanto questo sia intrinsecamente legato al modello di sviluppo economico perseguito e propugnato a livello nazionale ed internazionale, si incominciano a trovare risposte cambiando atteggiamento e prospettiva.

I GAS vengono così definiti come "nicchie socio-tecniche" in cui questi livelli di apprendimento avvengono all'interno di contesti di interazione tra persone a gradi diversi di consapevolezza riguardo al consumo critico. C'è l'interazione tra "pari", tra produttori e consumatori e l'interazione con altre organizzazioni.

L'interazione tra "pari" è quella che avviene tra i membri del gruppo. All'interno di un GAS si scambiano esperienze, convinzioni, idee, si superano insieme i problemi gestionali o le difficoltà tecniche e organizzative. Il presupposto per ogni membro è la volontà di partecipare attivamente alla vita del GAS, quindi si deve acuire il senso di responsabilità nei confronti di un progetto comune che prevede l'adesione a valori etici di solidarietà e anche la coerenza tra queste convinzioni e i comportamenti individuali. Si tratta quindi di un "apprendimento sociale", perché il cambiamento nei confronti del cibo, nel consumo, nello stile di vita e nel modo di interpretare i fatti avviene tramite questo agire collettivo, grazie alla partecipazione alla vita e alle attività di gruppo, attraverso la condivisione che riduce il senso di impotenza del singolo individuo davanti a problematiche e dinamiche globali che appaiono quasi insormontabili.

Fondamentale è la relazione tra produttori e consumatori, infatti il principio di co-produzione è alla base del funzionamento dei GAS. Con questo termine si indica un diverso sistema di produzione in cui le scelte e le soluzioni vengono adottate in partenariato tra produttori e consumatori. Si fa attenzione alla qualità del prodotto, quindi si seguono i criteri di stagionalità

delle produzioni, il prodotto è locale, tradizionale, non OGM, il suo prezzo è considerato giusto per produttori, consumatori e lavoratori, inoltre si sperimentano forme di condivisione del rischio. Le relazioni di conoscenza diretta oltre ad instaurare convivialità e fiducia, possono dar vita a dinamiche e progetti ad esempio per aiutare i piccoli produttori messi in difficoltà dal grande mercato, per proteggere la biodiversità o prodotti tradizionali che altrimenti andrebbero persi, oppure ancora per la promozione del biologico o per dar vita a forme di coordinamenti tra GAS e produttori per la gestione della stagionalità.

Infine i GAS non sono gruppi chiusi al loro interno, ma spesso intessono differenti forme di collaborazione e interazione con altri gruppi e associazioni. Gli aderenti ad un GAS infatti sono immersi nella loro realtà locale molto sfaccettata e trovare sinergie con associazioni culturali, ambientaliste, cooperative, istituzioni di ricerca e scolastiche, comitati cittadini, ONG.. con tutte le varie componenti della società civile può riabilitare il significato di cittadinanza attiva e impegno civile. La volontà di fare rete può avvenire anche in questo senso così da rafforzare la mobilitazione sia per cause singole (ad esempio il referendum contro la privatizzazione dell'acqua) o in vista della promozione più a lungo termine di un altro modo di intendere lo sviluppo (ad esempio sostenendo la creazione di reti di economia solidale che possono poi dar vita a Distretti di Economia Solidale). In questo contesto di relazione tra gruppi diversi, l'agire locale dei GAS assume tutta la sua importanza perché inserito in un più ampio ambito di impegno e partecipazione individuale per un cambiamento istituzionale, connesso a scelte politiche e a dibattiti internazionali. Rossi e Brunori definiscono così i GAS come "laboratori di transizione" in cui "partendo dall'approccio al cibo, questo processo di cambiamento di mentalità e pratiche può diffondersi anche ad altri aspetti dello stile di vita, contribuendo ad un ulteriore sviluppo di senso critico e creando il terreno per la crescita di cittadinanza e consapevolezza politica"<sup>14</sup>.

## 2.2 GAS E CAMBIAMENTO ISTITUZIONALE: TRA RINNOVATO ASSOCIAZIONISMO E SOLITE DIFFICOLTA'

Secondo Laville<sup>15</sup>, le esperienze di economia solidale si caratterizzano per adesione volontaria, logica di partecipazione e non logica civica tradizionale di rappresentanza, produzione e distribuzione di servizi, pluralità del lavoro, reciprocità e volontariato, infine socializzazione nella sfera pubblica. Quest'ultima caratteristica è ciò che differenzia l'economia solidale da quella

---

<sup>14</sup> Adanella Rossi e Gianluca Brunori, op. cit.

<sup>15</sup> LAVILLE, op. cit. p.152.

informale e domestica, infatti non prevede un ripiegamento nella sfera privata, anzi gli attori si organizzano secondo principi diversi da quelli istituzionali per formulare un progetto di cambiamento delle istituzioni stesse dato che non si è soddisfatti di come le alte sfere rispondono ai problemi riscontrati localmente.

I GAS rientrano perfettamente all'interno di queste prerogative, la reciprocità e la convivialità che si instaura tra i membri del gruppo, tra questi e altri gruppi e tra produttori e consumatori non resta fine a se stessa ma mette in gioco i tre livelli di apprendimento sopra analizzati, riabilitando il senso della partecipazione e dell'impegno civile. Questa capacità dei GAS è stata analizzata dalla ricerca di Francesca Forno<sup>16</sup>. L'associazionismo odierno soffre di riduzione di capacità politica, infatti nelle grandi associazioni molti aderenti sono solo passivi, si concentra l'azione in ambito locale soprattutto nella distribuzione/produzione di servizi aumentando l'autoreferenzialità dell'associazione perdendo però in potenza discorsiva e nella promozione di partecipazione attiva degli associati. I GAS sembrano così portare avanti un rinnovato associazionismo, l'importanza attribuita ai rapporti interpersonali genera fiducia, rinvigorisce la cooperazione e la solidarietà, il discorso del consumo critico pone l'accento sulla responsabilità verso l'ambiente e verso la società in cui si vive, la costruzione di reti tra GAS sparsi sul territorio italiano e i rapporti con le RES e i DES oltre che con altre forme di associazionismo sperimenta buone pratiche di "cittadinanza sostenibile".

La risposta dei GAS alla frammentazione sociale è dunque la convivialità e la fiducia, pensate come fondamentali all'interno del sistema economico stesso. Si pensa ad un'economia della reciprocità, ri-personalizzata e ri-socializzata dove i mercati tornano ad essere dei luoghi rivitalizzati dalla presenza umana, dai loro scambi e dalle loro relazioni che niente hanno a che fare con il Mercato con la m maiuscola anonimo, virtuale, nominale che ha preso il sopravvento nel sistema economico contemporaneo.

In questo modo l'economico riabbraccia anche la democrazia e la rinforza, infatti i GAS come "palestre di democrazia" fanno rinascere una responsabilità politica nei cittadini che ha bisogno per esprimersi ed essere ascoltata di un'altra forma di rappresentanza oltre a quella partitica, l'unica al momento ad essere presa in considerazione.

Nonostante questa descrizione quasi idilliaca della convivialità all'interno dei GAS, di certo non ci si trova davanti ad un paradiso perduto. Le difficoltà esistono e anzi diventano sempre maggiori data

---

<sup>16</sup> FORNO Francesca, *I Gas "palestre di democrazia". Alcune riflessioni a partire da una ricerca sull'associazionismo in Lombardia*, [www.retegas.org](http://www.retegas.org).

la diffusione e il crescente numero di aderenti. Il GAS rimane comunque un gruppo e come accade spesso i problemi trovano facile risoluzione quando i partecipanti sono pochi e tutti ben motivati e partecipativi. Quando però un GAS incomincia ad essere composto da un centinaio di famiglie incominciano a sorgere difficoltà gestionali e non solo.

Una prima categoria di problemi è di tipo organizzativo: occorre ripensare a come raccogliere gli ordini, il locale per le consegne deve essere abbastanza spazioso e agibile, di certo è consigliabile eleggere uno o più referenti che controllino e organizzino i vari passaggi.

La seconda categoria di problemi è più strettamente legata ad un discorso di partecipazione. Come avviene nelle associazioni storiche, in un gran numero di aderenti si contano molti più passivi che membri attivi. Se la partecipazione attiva è un requisito fondamentale per la nascita di un GAS, questa con l'aumentare delle dimensioni potrebbe languire anche a causa di un inevitabile passaggio da un modello organizzativo orizzontale, dove cioè tutti sono uguali e partecipano allo stesso modo con gli stessi "poteri", a un modello più verticale, dove è necessario delegare a referenti e più volenterosi l'onere di prendere alcune decisioni importanti. Senza dimenticare che le sedute plenarie tra associati non riusciranno mai a trovare un giorno che vada bene per tutti gli aderenti nessuno escluso. La non partecipazione potrebbe andare così ad intaccare quella spinta all'azione, alla solidarietà e alla cooperazione che tanto servono per un'azione collettiva forte e di maggiore impatto.

Infine la diffusione crescente dei GAS è certamente un aspetto positivo, ma non si deve tralasciare il serio problema delle "mode". Come sottolinea Bellanca<sup>17</sup>, si partecipa alla vita pubblica e associativa per due motivi: i beni relazionali, dati dall'intessere relazioni interpersonali, e i beni posizionali, dati dalla posizione che si viene ad assumere all'interno della società. Il consumo critico non è esente dal diventare una moda, un modo autoreferenziale per poter discostarsi dal modo di vivere comune e professarsi anticonformisti. In questo senso nella partecipazione ad un GAS i beni posizionali potrebbero prendere il sopravvento su quelli relazionali, andando a distorcere il senso originale e anche la volontà di portare avanti un discorso di cambiamento istituzionale più ampio.

Di fronte a queste difficoltà la sola soluzione consigliabile è quella di cercare di mantenere un numero limitato di aderenti, andando a formare un altro GAS quando si diventa troppo "ingombranti", consiglio proposto appunto dal Documento Base dei GAS. In questo modo si vanno a creare piccole esperienze locali ognuna ben radicata sul suo territorio, in cui la partecipazione è

---

<sup>17</sup> BELLANCA Nicolò, *L'economia solidale di fronte all'economia e alla politica*, [www.retegas.org](http://www.retegas.org).

viva e dove la prospettiva globale non viene comunque persa di vista. La strategia è quindi quella di costruire una grande rete composta da tanti piccoli nodi intrecciati, dalla fitta trama dei piccoli nodi il livello più grande trae la sua forza. Infatti la comunicazione e i rapporti con gli altri GAS sono necessari per potersi scambiare *know how* e per poter avviare progetti di consumo critico in campi differenti da quello dell'alimentazione ma che hanno bisogno di agire a livello nazionale per poter essere funzionali. E' appunto questa la "sfida dei grandi numeri".

### **III – L'ESPERIENZA DEI "GRANDI NUMERI": I GAS NEL CAMPO DELL'ENERGIA RINNOVABILE**

#### **3.1 NON SOLO CIBO: LA SFIDA DEI "GRANDI NUMERI"**

La strategia di fare rete tra i diversi GAS presenti sul suolo italiano si rivela vincente quando il consumo critico si sposta dai campi coltivati ad altri tipi di campi.

Infatti il cibo rappresenta solo una parte dei consumi delle famiglie, accanto ci sono altri beni per cui a livello locale è molto difficile poter rispondere alla domanda. Si tratta dei "grandi numeri", beni che richiedono un numero elevato di consumatori, come la telefonia, il tessile e l'energia. In questo caso la rete è molto utile per creare sinergie e dar forza a progetti nascenti che altrimenti rischierebbero di non poter decollare o andare incontro ad un rapido fallimento a causa di un bacino di utenza troppo limitato.

Nel campo del tessile un'importante proposta è quella di Made-in-No, progetto nato nel 2006 dalla volontà della cooperativa Fair e dell'Associazione Cristiana Casagrande con il contributo della Provincia di Novara. L'idea è quella di dar vita ad una filiera tessile ad alto tasso di sostenibilità socio-ambientale fondata su di una cooperazione nord-sud, dato che il cotone proviene dalla rete di partner brasiliani di Justa Trama, e nord-nord infatti la gestione della filiera è partecipata: i consumatori non si limitano a consolidare la domanda aggregata ma prefinanziano la produzione e partecipano alla progettazione. La rete Made-in-No valorizza l'artigianato tradizionale e il lavoro di cooperative che seguono valori etici di trasparenza, equità e giustizia sociale lungo tutta la catena produttiva. Grazie al passa parola, alla presenza a fiere di settore e mercati locali il progetto si è diffuso rimanendo comunque fuori dalle dinamiche della grande distribuzione e il primo anno di attività ha registrato la vendita dei prodotti tessili bio-equì in più di 100 GAS italiani e in numerose Botteghe del Mondo. Made-in-No si propone come un'esperienza di economia diversa, più giusta,

dove la collaborazione tra territori lontani come Novara e il Brasile può avvenire in maniera equa, senza sfruttamenti e seguendo filiere sostenibili<sup>18</sup>.

La cooperativa sociale Livecom collabora con numerosi GAS, Botteghe del Mondo e con il Distretto di Economia Solidale della Brianza per quel che riguarda il campo della telefonia. Questa cooperativa nasce dalla volontà di creare un percorso di educazione, socializzazione e acquisizione di status per giovani ragazzi drop-out, ovvero marginalizzati e ritenuti difficili da gestire. Nata nel 2001, intensifica la sua attività nel 2005 ed ora Livecom Onlus è il primo operatore telefonico non profit in Italia che unisce competenze e professionalità nella fornitura di servizi tecnologici per il terzo settore all'esigenza di favorire uno sviluppo integrale della persona, sia clienti che lavoratori, al posto della massimizzazione dei profitti. Grazie all'inserimento lavorativo responsabile di categorie a rischio l'esperienza di Livecom garantisce un benessere sociale a questi giovani, rientra in un percorso di economia sociale e percorre un modello alternativo di sviluppo economico sostenibile<sup>19</sup>.

Un altro tipo di consumo che a volte passa quasi come inosservato e scontato nella vita di tutti i giorni è l'energia. Su questo tema è nata nel 2007 l'Associazione GAS Energia<sup>20</sup> a cui possono partecipare tutti i Gruppi di Acquisto Solidali interessati e che attualmente raggruppa circa 30 GAS italiani. Il suo scopo è di promuovere buone pratiche riguardanti il tema energetico e per far questo promuove il passaggio alle fonti rinnovabili, l'acquisto di energia verde certificata, l'autoproduzione individuale e di territori oltre che sostenere progetti di notevole impatto nell'ambito dell'energia verde. Proprio su quest'ultimo punto l'azione di GAS Energia si è particolarmente intensificata, infatti attualmente è uno degli otto soggetti di economia solidale che co-promuove il progetto CO-ENERGIA. Nel seguente paragrafo si spiegherà più nel dettaglio questo progetto innovativo e l'importanza dell'energia rinnovabile nell'ambito dell'economia solidale e dell'azione dei GAS.

---

<sup>18</sup> Per Made-in-No: <http://www.made-in-no.com/>.

<sup>19</sup> Per Livecom Onlus: <http://www.livecom.coop/site/>.

<sup>20</sup> Per GAS Energia: <http://www.retegas.org/index.php?module=pagesetter&func=viewpub&tid=2&pid=18>.

### 3.2 L'ASSOCIAZIONE CO-ENERGIA: QUANDO L'ENERGIA RINNOVABILE DIVENTA SOLIDALE

L'idea del progetto CO-ENERGIA è nata da alcuni DES e dall'associazione GAS Energia che hanno deciso di dar vita ad un'associazione di secondo livello per meglio coordinare progetti collettivi in ambito energetico richiedenti un grande sforzo di competenze e persone coinvolte. Dal 2010 CO-ENERGIA porta avanti la sua azione e ora coinvolge otto soggetti: Comitato "Verso il Distretto di Economia Solidale della Brianza", Ass. "L'isola che c'è" (DES Como), DES Varese, Distretto di Economia Solidale del Territorio Parmense, Eco Istituto Ticino, REES Marche, Ass. GAS Energia e DES Padova.

La produzione di energia è intrinsecamente collegata con il modello di sviluppo economico dato, una produzione che fino alla liberalizzazione del 2007 non ha lasciato libera scelta agli utenti riguardo al proprio fornitore e al tipo di energia utilizzata. Per chi voleva seguire i precetti del consumo critico anche in questo ambito si trovava di fronte a grandi difficoltà, dovendo accettare un tipo di energia che di certo non ha nulla di solidale. Prima di tutto l'energia tradizionale deriva da fonti non rinnovabili come petrolio, gas, carbone, questi combustibili fossili portano ad una grande dipendenza dell'Italia dalle importazioni che gravano sul budget nazionale per circa 50 miliardi di euro all'anno (fonte Eurostat), inoltre questo tipo di energia è la principale causa (per il 70% secondo l'IPCC – Intergovernmental Panel on Climate Change) delle emissioni di gas serra alla base del cambiamento climatico. Senza dimenticare che l'approvvigionamento di fonti energetiche influenza sostanzialmente le dinamiche geopolitiche internazionali, dinamiche che spesso incontrano/generano guerre o conflitti lungo il proprio cammino in Paesi del Sud del mondo.

E' evidente che queste motivazioni non possono non coinvolgere chi promuove lo sviluppo dell'economia solidale e il passaggio a fonti rinnovabili diventa dunque un importante cavallo di battaglia nei discorsi sul consumo critico e nei progetti portati avanti. La liberalizzazione del mercato dell'energia nell'estate 2007 ha reso possibile pensare ad una liberazione dalla dipendenza energetica, lasciando agli utenti la facoltà di scegliere il fornitore e dunque la provenienza della fonte energetica, permettendo anche l'auto produzione e l'auto consumo.

L'azione di CO-ENERGIA si è proprio concentrata su questa possibilità e opportunità di cambiamento, così dopo cinque anni di ricerche e trattative è riuscita a dare il via nel dicembre 2011 alla Convenzione con Trenta Spa, società del Gruppo Dolomiti Energia che produce energia da fonti rinnovabili (idroelettrico e fotovoltaico). Grazie a questo accordo sarà possibile per singole famiglie o aziende con partita IVA sottoscrivere un contratto di fornitura di energia elettrica con la garanzia di energia 100% rinnovabile e certificata di provenienza italiana. Quindi il contratto non è

aperto solo ai DES e ai GAS che fanno parte di CO-ENERGIA ma a qualunque cittadino, aumentando quindi il bacino di utenza e in questo modo anche la promozione del passaggio a energie rinnovabili<sup>21</sup>. L'importanza di questo progetto sta nel fatto che si possa mettere completamente da parte il vecchio sistema di fornitura di energia proveniente da fonti non rinnovabili, infatti molti gruppi di acquisto che promuovono il passaggio al fotovoltaico non garantiscono un'indipendenza al 100% dalla rete elettrica tradizionale, a cui si deve per forza ricorrere quando il sole non c'è. Inoltre installare dei moduli fotovoltaici sul tetto può essere una spesa piuttosto gravosa per le famiglie a basso reddito, la soluzione della convenzione CO-ENERGIA permetterebbe di agire coerentemente con i loro valori etici a cui sarebbe doloroso rinunciare a causa di motivi finanziari.

Ma il contratto è solidale non solo per motivazioni di impatto ambientale, ma anche perché rientra nell'ambito delle iniziative che dal basso cercano di collegarsi con il maggior numero di persone possibile e anche con il mondo profit per portare avanti un discorso di transizione. Le relazioni umane continuano ad essere considerate centrali anche nell'ambito dei "grandi numeri" dove sembra più difficile raggiungere i livelli di informalità e fiducia che caratterizzano il livello del "piccolo e locale". Per questo motivo l'accordo prevede piena trasparenza delle azioni, la valutazione del progetto è effettuata tenendo conto dei riscontri e delle proposte dei clienti e correzioni in itinere sono possibili, la trasparenza è garantita anche sulla valutazione ex ante di impatto ambientale, come l'energia è prodotta, e di impatto sociale, come l'energia è gestita. La conformità ai criteri di economia solidale è quindi rispettata ad ogni livello di produzione e di distribuzione dell'energia.

Infine è stato istituito il Fondo di solidarietà al quale contribuiscono sia gli aderenti al contratto sia Trenta Spa e gestito dall'Associazione CO-ENERGIA. Con questo fondo si potranno sostenere e sviluppare progetti di economia solidale ideati dai cittadini.

In prospettiva viene promossa anche la disponibilità di partecipare alla costruzione di impianti condivisi, ovvero territori che si dotano di un impianto di auto produzione di energia elettrica verde, in questo senso Trenta Spa si è resa disponibile a partecipare, ritirare l'energia e distribuirla<sup>22</sup>.

---

<sup>21</sup> Per la Convenzione CO-ENERGIA: <http://www.co-energia.org/wp-content/uploads/2011/12/Convenzione-CO-ENERGIA-TRENTA.pdf>.

<sup>22</sup> Per CO-ENERGIA: <http://www.co-energia.org>.

In questo contesto di rete si può notare come l'azione dei GAS si sia spinta molto più in là rispetto al livello locale di partenza legato in particolar modo all'ambito dell'alimentazione. La strategia della rete ha permesso l'unione di competenze, il confronto di idee e l'avvio di progetti ambiziosi che richiedono il dispiegamento di notevoli energie contribuendo allo sviluppo di capitale sociale e di proficue relazioni tra differenti attori, singole persone, gruppi, associazioni e aziende, che però si ritrovano a condividere il medesimo grande obiettivo di dare forza e impulso all'economia solidale come un traguardo possibile e per nulla utopistico.

### Conclusioni

Secondo le stime della FAO il prezzo del cibo raddoppierà di qui al 2030. Il prezzo dei cereali aumenterà del 20% e quello della carne del 30%. Le cause non sono affatto la sovrappopolazione del mondo né il cambiamento climatico e neppure la scarsità del cibo dato che la sua disponibilità non è mai stata tanto elevata nella storia dell'umanità. La vera ragione sta nella volatilità dei prezzi, nella speculazione finanziaria fatta sui prodotti agricoli da chi sulla fame si arricchisce.

Andrea Baranes, membro della Fondazione Banca Etica e portavoce della *Campagna 0,05* per introdurre una tassa sulle transazioni finanziarie, sottolinea come dopo la bolla speculativa del 2007-08 una gran quantità di capitale si è riversata sui titoli dei prodotti agricoli e sull'oro ritenuti più sicuri dei titoli tradizionali, andando a confluire in fondi pensione, titoli misti e in quelli dei piccoli risparmiatori. Però più si scommette al rialzo del prezzo, più si acquistano titoli e più effettivamente il prezzo sale perché ne aumenta la richiesta. I derivati del cibo non esulano da questa logica di profezia auto realizzatrice. E' evidente che se da un lato c'è chi si può arricchire sul rincaro degli alimenti c'è dall'altro una grandissima parte della popolazione mondiale che corre gravi rischi di sovranità alimentare, soprattutto nei paesi più poveri dove il cibo rappresenta circa il 70% della spesa familiare ( questa quota è del 10-20% per i paesi più ricchi)<sup>23</sup>.

Questa imbarazzante constatazione è "il punto morto del mondo, l'anello che non tiene, il filo da disbrogliare che finalmente ci metta nel mezzo di una verità". Le dinamiche globali dei mercati finanziari possono arrivare a speculare sopra ogni cosa virtualmente inghiottendo poi realmente al

---

<sup>23</sup> Volontari per lo sviluppo, I broker della fame, 15 dicembre 2011, [http://www.volontariperlosviluppo.it/index.php?option=com\\_content&view=article&id=1984:i-broker-della-fame&catid=61:linchiasta&Itemid=200073](http://www.volontariperlosviluppo.it/index.php?option=com_content&view=article&id=1984:i-broker-della-fame&catid=61:linchiasta&Itemid=200073).

loro passaggio le persone. Il sopravvento della finanza ha fatto in modo che non si produca più per la produzione di beni ma di denaro. E' a questo punto che il discorso dal livello macro globale passa al livello micro locale, perché l'unica soluzione per poter cambiare il modello economico di produzione istituzionale deve ripartire proprio da quelle persone che ne sono state colpite o che, comprendendo le conseguenze di questo gioco distruttivo, non solo ne vogliono cambiare le regole ma non vi vogliono più partecipare.

"I GAS possono costituire dunque uno degli aspetti di un nuovo stile di vita che, accanto al consumo critico e al risparmio etico, fornisce una possibilità di impegno concreto per chiunque desideri cominciare a lavorare nella vita quotidiana per un nuovo modello di sviluppo costruito dal basso"<sup>24</sup>. Questa definizione riassume tutti gli elementi caratterizzanti dei GAS sinora analizzati:

- *Un'esperienza che parte dal basso*: si riparte dalle persone e dalle risposte che queste escogitano per risolvere problemi locali, data una profonda insoddisfazione per le risposte proposte a livello istituzionale.
- *Richiedente un impegno concreto*: lo spirito di iniziativa e la volontà di fare concretamente qualcosa per rendere coerenti comportamenti quotidiani e principi etici nei quali si crede sono essenziali e devono partire da uno slancio individuale che poi sarà rafforzato e coltivato grazie alla dimensione sociale del gruppo.
- *Da affiancare ad altre pratiche di economia solidale*: i GAS non sono la soluzione ad ogni problema, possono essere molto funzionali per i prodotti alimentari ed ora si stanno muovendo importanti passi verso altri grandi settori come il tessile, la telefonia e le energie rinnovabili. Però sono molte le questioni che rimangono fuori ad esempio il circuito monetario e finanziario per cui si può far ricorso al risparmio etico.

Su quest'ultimo punto si deve sottolineare che sono circa 200.000 i consumatori italiani che acquistano all'interno di GAS, si tratta dunque di un'esperienza di piccole dimensioni seppur in crescita. L'importanza dell'azione dei GAS sta soprattutto nelle sue conseguenze, nei processi di apprendimento che ne scaturiscono e che vanno a coinvolgere un numero più elevato di persone. Inoltre il valore aggiunto dei GAS nel panorama dell'economia solidale è la valorizzazione delle relazioni umane di fiducia, di convivialità e di solidarietà che ritrovano un posto fondamentale nell'economia permettendo inoltre uno sviluppo locale adatto al territorio. Perché infatti il richiamo alla tradizione, al piccolo e al locale non vuole essere un ritorno ad una mitica età dell'oro passata ma un'attenzione a non perdere di vista e a proteggere grandi potenzialità presenti nel

---

<sup>24</sup> Documento Base dei GAS, op. cit.

luogo in cui si vive, ad esempio prodotti locali e biodiversità, che altrimenti rischierebbero di essere spazzate via dai meccanismi del grande mercato.

Due sono le sfide che i GAS oggi devono affrontare. La prima riguarda la loro diffusione e l'organizzazione in rete nazionale e sottoreti locali. Questo tipo di organizzazione più piramidale è necessaria per poter seguire e rendere fattibili grandi obiettivi e progetti, anche in partenariato con altre associazioni della società civile, però ogni singolo GAS non deve perdersi nella grande rete o perdere le piccole maglie che lo compongono. La partecipazione di ogni aderente non deve essere sminuita, non si devono perdere di vista i principi originali guardando troppo lontano.

La seconda sfida riguarda la capacità di farsi sentire. I GAS con gli altri strumenti di economia solidale portano avanti un progetto di transizione, di cambiamento istituzionale che deve essere ascoltato dalle istituzioni stesse. In questo senso la rappresentanza è fondamentale, la maggior parte delle istanze della variegata società civile è fin troppo spesso inascoltata o ritenuta inadeguata ad affrontare un discorso politico, forse è piuttosto vero il contrario: chi ha il potere di prendere decisioni è incapace o è assolutamente contrario a portare avanti un discorso politico di reale trasformazione e non solo di apparente riforma. Disvelare le verità attraverso la facoltà di critica non deve essere un puro esercizio teorico, i GAS e l'economia solidale in generale dimostrano che uno stile di vita alternativo e sostenibile c'è ed è anche possibile metterlo in pratica. Basta voler risentire l'odore dei limoni intorno a sé.

## BIBLIOGRAFIA

RIST Gilbert, *Lo sviluppo – Storia di una credenza occidentale*, cap. I, Torino 1997, Bollati Boringhieri

SAROLDI Andrea, *Costruire economie solidali. Un percorso a 4 livelli*, EMI, Bologna 2003

MANCÈ E. A., *La rivoluzione delle reti. L'economia solidale per un'altra globalizzazione*, EMI, Bologna 2003

LAVILLE Jean-Louis, *L'economia solidale*, Bollati Boringhieri, Torino 1998

## DOCUMENTI

Documento Base dei GAS, [www.retegas.org](http://www.retegas.org)

IRES Piemonte, *Consumo critico e politiche regionali: le esperienze di aggregazione dei consumatori in Piemonte*, 2010

ROSSI Adanella e BRUNORI Gianluca, *Le pratiche di consumo alimentare come fattori di cambiamento. Il caso dei Gruppi di Acquisto Solidale*, [http://agrireregionieuropa.univpm.it/dettart.php?id\\_articolo=854](http://agrireregionieuropa.univpm.it/dettart.php?id_articolo=854)

FORNO Francesca, *I Gas "palestre di democrazia". Alcune riflessioni a partire da una ricerca sull'associazionismo in Lombardia*, [www.retegas.org](http://www.retegas.org)

BELLANCA Nicolò, *L'economia solidale di fronte all'economia e alla politica*, [www.retegas.org](http://www.retegas.org)

Convenzione CO-ENERGIA: <http://www.co-energia.org/wp-content/uploads/2011/12/Convenzione-CO-ENERGIA-TRENTA.pdf>

## ARTICOLI

SAROLDI Andrea, "Imparare con i GAS", 8 Gennaio 2011, [http://www.volontariperlosviluppo.it/index.php?option=com\\_k2&view=item&id=64:imparare-con-i-gas&Itemid=200069](http://www.volontariperlosviluppo.it/index.php?option=com_k2&view=item&id=64:imparare-con-i-gas&Itemid=200069)

Volontari per lo sviluppo, "Caro benzina: aumentano gli acquisti a km 0", 4 Gennaio 2012, [http://www.volontariperlosviluppo.it/index.php?option=com\\_content&view=article&id=1821:caro-benzina-aumentano-gli-acquisti-a-km-0&catid=21:sovranita-alimentare&Itemid=80](http://www.volontariperlosviluppo.it/index.php?option=com_content&view=article&id=1821:caro-benzina-aumentano-gli-acquisti-a-km-0&catid=21:sovranita-alimentare&Itemid=80)

Volontari per lo sviluppo, I broker della fame, 15 dicembre 2011, [http://www.volontariperlosviluppo.it/index.php?option=com\\_content&view=article&id=1984:i-broker-della-fame&catid=61:linchiesta&Itemid=200073](http://www.volontariperlosviluppo.it/index.php?option=com_content&view=article&id=1984:i-broker-della-fame&catid=61:linchiesta&Itemid=200073)

## SITOGRAFIA

Retegas: <http://www.retegas.org>

GAS Torino: <http://www.gastorino.org>

Made-in-No: <http://www.made-in-no.com/>

Livecom Onlus: <http://www.livecom.coop/site/>

GAS Energia: <http://www.retegas.org/index.php?module=pagesetter&func=viewpub&tid=2&pid=18>

CO-ENERGIA: <http://www.co-energia.org>