



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI PADOVA

LE AZIONI POLITICHE DI CONSUMO CRITICO DEI GAS DEL TRIVENETO

Candidato
Elvira Marchiori

Relatore
Paolo Graziano

ANNO ACCADEMICO 2021-2022

INDICE:

INTRODUZIONE	5
1 CAPITOLO:CONSUMO CRITICO	7
1.1 Nascita del consumo critico	7
1.2 Principale attori di consumo critico	12
-1.2.1 Commercio equo e solidale	12
-1.2.2 Cooperative sociali	15
-1.2.3 Bilanci di giustizia	16
- 1.2.4 Finanza etica	17
- 1.2.5 Turismo responsabile	18
- 1.2.6 Gruppi di acquisto solidale	19
1.3 Consumo politico	20
1.4 Sviluppo sostenibile e decrescita	25
2 CAPITOLO:I GRUPPI DI ACQUISTO SOLIDALE	29
2.1 Cosa sono, nascita e obiettivi	31
2.2 Organizzazione dei Gruppi di acquisto solidale	31
2.3 Gruppi di acquisto solidale in Italia	34
2.4 Gruppi di acquisto solidale in Triveneto	37
3 CAPITOLO:INDAGINE SULLE AZIONI DEI GAS DEL TRIVENETO	41
3.1 Criteri di scelta dei produttori e prodotti	41
3.2 Repertori di azione e attività politiche nel territorio	43
3.3 Repertori d'acquisto	45
3.4 Confronti delle peculiarità e di altre attività	46

4 CAPITOLO: CONCLUSIONI	49
BIBLIOGRAFIA	52

INTRODUZIONE

La scelta dell'argomento su cui ho scelto di indirizzare la mia tesi di laurea è fortemente legata sia al percorso di studio intrapreso sia a quello personale.

Nell'ecletticità del corso di laurea da me scelto comprendente discipline economiche, storiche, sociologiche, storiche, politologiche e giuridiche ho imparato anche a pormi i giusti quesiti davanti a fenomeni che conoscevo superficialmente ed inconsapevolmente da quasi sempre, in quanto parte dell'ambiente in cui sono cresciuta. Questi sono per esempio il commercio equosolidale tramite la bottega che frequento e presso cui ho svolto l'anno di servizio civile universale, le varie forme di attivismo incontrate direttamente ed indirettamente ed i gruppi di acquisto solidale (GAS), argomento principale della tesi.

Lo studio delle scienze politiche mi ha inoltre aiutato a comprendere approfonditamente gli argomenti e le critiche che questi fenomeni si sforzano di portare alla luce ed il tentativo di rinnovamento proposto a schemi sociali, economici, politici considerati classici e perfetti. Gli stessi vengono spesso descritti come immutabili, perché la natura del mercato è la medesima da quando questo esiste.

Tuttavia il mondo in cui ha agito ed agisce il sistema capitalista, inevitabilmente da questo modificato, non può più sostenere la logica del profitto fine a se stessa: le attività umane di produzione infatti costituiscono sicuramente la causa principale della crisi climatica in tutte le sue forme e conseguenze (ad esempio il

disfacimento di ecosistemi, il riscaldamento globale, l'innalzamento del livello dei mari, l'aumento di carestie, siccità e migrazioni di massa).

Gli attori presi in considerazione in questa tesi dimostrano consapevolezza dell'importanza dell'impatto delle azioni umane osservando come le scelte economiche dei più accettino passivamente il sistema di economia di mercato con tutto ciò che essa comporta, includendovi inconsapevolmente tutte le controindicazioni.

Gli attori di consumo critico approcciano alternativamente alle necessità di consumo e di spesa quotidiane, apportando una forte e decisa intenzione politica.

Il consumo critico è infatti argomento del primo capitolo in quanto concetto cardine grazie al quale si sono sviluppate le realtà che promuovono alternative parziali al meccanismo capitalista per contribuire a creare un'economia che ponga centrali priorità non derogabili come la salute sociale, umana e ambientale.

Queste alternative sono concretamente attuabili: i GAS stessi ne costituiscono un esempio che dimostra come volontà, consapevolezza ed organizzazione personale del tempo possano portare ad abitudini di consumo più equilibrate e rispettose delle risorse umane e naturali.

CAPITOLO 1 : CONSUMO CRITICO

1.1 Nascita del consumo critico

Il contesto in cui il fenomeno del consumo critico nasce e si iscrive è quello di un mondo globalizzato, in cui grazie all'informazione, soprattutto quella indipendente, una parte dei consumatori è consapevole della non neutralità e del peso dei loro atti d'acquisto rispetto ai processi di produzione e distribuzione.

Nell'economia di mercato la forza della domanda è di centrale importanza, così come il consumatore che la crea, il quale è costantemente spinto all'acquisto di beni materiali da sempre più ingegnosi meccanismi pubblicitari, ormai permeati nella cultura occidentale e presenti nei dispositivi elettronici di uso quotidiano, nei film, nei romanzi, lungo le strade.¹

L'abbondanza di merci vendute a basso prezzo grazie alle numerose delocalizzazioni avvenute massivamente a partire dagli anni '90 di aziende perlopiù europee e statunitensi ha poi fomentato inevitabilmente le corse al consumo incontrollato e la frammentazione delle scelte d'acquisto date dall'abbondanza e dai bisogni indotti. Per esempio, il senso di appartenenza dato dall'utilizzo o meno di brand è una calamita quasi irresistibile per la porzione demografica più giovane e di conseguenza, più vulnerabile, verso cui i marketing delle grandi società rivolgono gran parte della propria attenzione facendosi veri e propri venditori di stili di vita.²

Ma qual è il vero costo di tutto ciò? I paesi in cui le grandi società de localizzano la produzione non hanno legislazioni che impediscano di fatto lo sfruttamento del

¹Juliet Schor, *Born to buy, the commercialized child and the new consumer cult*, Scribner, 2014

²Naomi Klein, *No Logo*, Baldini&Castoldi, 2007

lavoro per ottenere manodopera a basso costo (che consente prezzi di vendita altrettanto bassi) e la tutela dell'ambiente. È implicata una nulla sicurezza per lavoratrici e lavoratori nelle infrastrutture e nei luoghi di lavoro (basti ricordare il crollo del Rana Plaza di Savar in Bangladesh il 24 Aprile 2013) ed un'insufficiente protezione da sostanze chimiche nocive utilizzate nella produzione. In aggiunta, non si può non considerare il peso ambientale ed economico (spesso più alto di quello dei prodotti stessi) dei viaggi intercontinentali di queste merci.³

La faccia della medaglia che mostra i prezzi bassi nasconde, oltre a disprezzo dei diritti umani e produzioni inquinanti, anche lo spreco e l'obsolescenza programmata guidate dal marketing, dal fattore moda e dalla scarsa qualità delle merci prodotte, che porta inevitabilmente ad un continuo disfarsi di quegli oggetti considerati "passati". Basti considerare che le aziende produttrici di capi d'abbigliamento per la cosiddetta industria "fast fashion" espongono nei propri punti vendita in media 52 stagioni all'anno : questo significa che entrandoci settimanalmente si troveranno sempre capi nuovi, che andranno fuori moda altrettanto velocemente⁴.

Oltretutto, questo sistema non lascia spazio di respiro ai piccoli commerci locali sia nei paesi "produttori" sia in quelli "consumatori", che sono pressati dalla competitività dei prezzi e non possono permettersi di abbassarli. In Italia inoltre si contano numerose piccole-medie imprese sofferenti o destinate a soffrire gli incessanti processi della globalizzazione, se non a scomparire.

³Ibidem

⁴fashionrevolution.org

Entrano qui in gioco quegli attori che organizzano o cercano di organizzare le proprie abitudini di acquisto sulla base di criteri ambientali e sociali, accordando la propria preferenza ai prodotti che posseggono requisiti ulteriori rispetto al prezzo.⁵ Sono gli attori di consumo critico, in cui “critico” si riferisce a consumi più rispettosi dell’ambiente e delle persone che consentono di delineare gli scenari futuri attraverso un atteggiamento di scelta il più permanente possibile attuato rispetto ai propri acquisti. Si tratta di comportamenti d’acquisto consueti, «una responsabilità che non richiede gesti eroici ma una quotidianità fatta di piccole attenzioni alle nostre scelte personali, familiari, comunitarie».⁶

Il consumo critico è definito da Altreconomia come quel «sistema di scelte che permette, attraverso l’acquisto (e il non acquisto) di influenzare e indirizzare le politiche di produzione, le forme di distribuzione di beni e servizi, le scelte di altri consumatori e di portare benefici diretti e indiretti, all’ambiente, alla condizione dei lavoratori, ai rapporti umani, alla pace tra i popoli, alla salute fisica, morale e sociale della comunità, nella città in cui viviamo così come in luoghi lontani.»⁷

A partire da questa crescente coscienza si sono sviluppate iniziative che hanno in comune una particolare attenzione per gli aspetti generalmente ignorati dai tradizionali meccanismi di mercato, come il commercio equo e solidale, reti di acquisto alternative e filiere corte, turismo sostenibile e la finanza etica,

⁵ unimondo.org

⁶ Massimo Acanfora, *Piccola guida al consumo critico, acquisti responsabili e stili di vita etici 2.0*, Altreconomia, i manuali, 2016

⁷ Massimo Acanfora, *Piccola guida al consumo critico, acquisti responsabili e stili di vita etici 2.0*, Altreconomia, i manuali, 2016

accompagnate da un approccio critico e riflessivo rispetto ad almeno un aspetto della produzione.

Anche il semplice aspetto della ricerca del prodotto di migliore qualità, che di conseguenza apporta maggior benessere alla persona, assume importanza: infatti i temi del benessere e della qualità della vita sono centrali nel consumo sostenibile. Il benessere è letto in questo caso come un bisogno di autonomia nelle scelte del consumo del singolo all'interno della società omologata del presente⁸, le cui scelte semi-imposte spesso si discostano dalla reale salute della persona. Scelte non apparentemente degne di nota entrano quindi a far parte del consumo responsabile nel momento in cui si fanno portatrici di ideologie di visione globale volte a trasformare il carrello della spesa in uno strumento politico: non tutti i consumatori responsabili condividono lo stesso livello di coscienza politica, tuttavia una delle certezze del consumo critico è che «quando si fa la spesa, si vota»⁹, portando il consumo, atto banale e quotidiano per i più, a diventare una vera e propria azione politica compiuta da cittadini e non solo più da singoli individui consumatori.¹⁰ Il termine “cittadino” è infatti fortemente legato alla dimensione pubblica della persona, quindi all'importanza del “bene comune”, mentre il consumatore fine se stesso richiama la sfera privata, quella a cui fanno

⁸Luisa Leonini, Barbara Sassatelli, *Il consumo critico*, Editori Laterza, 2001

⁹Massimo Acanfora, *Piccola guida al consumo critico, acquisti responsabili e stili di vita etici 2.0*, Altreconomia, i manuali, 2016

¹⁰Francesca Forno, Paolo R. Graziano, *Sustainable community movement organization*, «Journal of Consumer Culture», 2014

appello tutti i “non luoghi” (Marc Augè) , in cui l’imperativo è “compra!”, progettati per riempire indiscriminatamente il carrello della spesa.¹¹

Nell’ottica di consumo critico, i “non luoghi” sono nello specifico quegli spazi anonimi, che più cercano di esser mostrati personalizzabili, accattivanti ed esclusivi più espongono la loro natura interscambiabile, senza storia e senza umanità intesa come autentico scambio umano tra individui. Utenti, lavoratori, uomini che contribuiscono ai “non luoghi” sono «simili ma soli»¹² e spinti a diventarlo sempre più.

L’aumento dell’uso del consumo come un’azione politica, soprattutto negli ultimi vent’anni è legata invece all’emergere dei “cittadini critici”, caratterizzati da una forte sostegno ai principi democratici e la sfiducia verso quelle che sono le istituzioni pubbliche ed i tradizionali canali rappresentativi, nonché da uno specifico profilo socio-economico (livelli di istruzione e reddito più elevati) che mostra la volontà di sostenere i costi (in termini economici o di tempo) per le sperimentazioni per l’incremento della promozione del bene comune¹³ anche applicando criteri specifici nell’acquistare.

I criteri proposti sono generalmente:

- ⑩ acquistare prodotti o materie prime provenienti da agricoltura biologica e sostenibile,
- cercare prodotti a filiera corta (per esempio tramite gruppi di acquisto solidale) o a Km 0,

¹¹Massimo Acanfora, *Piccola guida al consumo critico, acquisti responsabili e stili di vita etici 2.0*, Altreconomia, i manuali, 2016

¹²Marc Augè, *NONLUOGHI*, Elèuthera, 2018

¹³Norris (1999) cit. Francesca Forno, Paolo R. Graziano, *Sustainable community movement organization*, «Journal of Consumer Culture», 2014

- ⑩ acquistare prodotti di stagione,
- ⑩ acquistare prodotti del commercio equo e solidale, dall'alto valore sociale o "prodotti della legalità", da terreni ed esercizi sottratti alle mafie,
- ⑩ acquistare prodotti che preservino le biodiversità,
- ⑩ acquistare prodotti cruelty-free,
- se possibile, non acquistare ma preferire il riparo, lo scambio, il riciclo.¹⁴

1.2 Principali attori di consumo critico

Questo paragrafo si propone di presentare una panoramica degli attori che operano applicando o cercando di applicare i fondamenti del consumo critico, ognuno con le proprie peculiarità e con la caratteristica comune di voler cambiare e migliorare i propri stili di vita, migliorandone la qualità e la compatibilità col mondo circostante.

L'insieme di comportamenti di produzione, acquisto e non acquisto proposti da questi attori vanno a creare il modo della cosiddetta "Altra economia" o economia solidale.

1.2.1 Commercio equo e solidale

«Il movimento equosolidale ha trasformato la relazione commerciale di tipo post-coloniale, secondo cui i piccoli produttori sono costretti a vendere il frutto del proprio lavoro a prezzi inferiori a quelli di produzione a poche imprese

¹⁴Massimo Acanfora, *Piccola guida al consumo critico, acquisti responsabili e stili di vita etici 2.0*, Altreconomia, i manuali, 2016

transnazionali sempre più grandi, (...) in un rapporto paritario fondato sul dialogo, la trasparenza e il rispetto tra le comunità»¹⁵

Per costruire un contesto di regole commerciali fondate su solidarietà e rispetto dei diritti umani e dell'ambiente, sono stati usati alcuni strumenti pratici come favorire l'importazione diretta per remunerare al meglio produttori e artigiani, pagare un prezzo equo ai produttori locali tale da consentire loro e alle loro famiglie di condurre un livello di vita dignitoso, fornire ai produttori più svantaggiati un prefinanziamento che consenta loro di sostenere i costi di produzione senza essere costretti ad indebitarsi e pattuire accordi duraturi basati sul rispetto reciproco con gli importatori.¹⁶

Tra la fine degli anni '50 e l'inizio degli anni '70, Oxfam in Gran Bretagna e Fair Trade Organisatie in Olanda introducono il Commercio Equo in Europa, iniziando la vendita di manufatti e alimentari (all'inizio si trattava quasi esclusivamente zucchero integrale di canna).

Nel 1968 nasce e si diffonde a Delhi lo slogan "Trade, Not Aid!" (Commercio, non aiuto) con cui si sottolinea l'intenzione di privilegiare relazioni economiche con il Sud del Mondo invece che di tipo assistenzialistico o legate ai meccanismi già citati della grande distribuzione organizzata. Attori di questa fase di crescita sono spesso associazioni religiose dei paesi europei, le quali, accanto ad un commercio di sviluppo, organizzano anche un commercio di solidarietà. Negli anni '70, le Botteghe del Mondo o World Shops non si costituiscono solo come punti di vendita, ma anche come associazioni attive nella diffusione di una nuova

¹⁵Monica Di Sisto, *Un commercio più equo*, i saggi, Altreconomia

¹⁶Ibidem

consapevolezza nei consumatori e, nel 1973, Fair Trade Organisatie importa il primo caffè equo da cooperative del Guatemala. Dopo il caffè, la gamma di prodotti alimentari si è espansa e ciò ha permesso alle organizzazioni di Commercio Equo di aprirsi nuovi canali di mercato come i negozi biologici o i supermercati.¹⁷

La carta del Fair trade mondiale, fa rientrare oggi i principi del commercio equo in anche in queste 3 sezioni:

- Lotta alla crisi climatica e riduzione delle emissioni di CO₂,
- ⑩ Sostenibilità attraverso produzione locale, produzione di prodotti organici, rispetto della biodiversità, degli habitat, progetti di forestazione,
- Diminuzione dei rifiuti : quindi azioni di riciclaggio, prevenzione rispetto all'uso della plastica.¹⁸

Gli importatori italiani sono una decina, tra cui il più partecipato e più esteso consorzio Ctm altromercato, ed altri, di dimensioni più modeste come Liberomondo, Equomercato e Altraqualità. Altromercato ha instaurato negli anni relazioni commerciali dirette con i paesi del sud del mondo, in cui collabora con circa centocinquanta organizzazioni di artigiani e contadini in cinquanta paesi (compresa l' Italia, da qui il “*domestic fair trade*” di Solidale italiano) e conta centoquattordici soci in Italia (cooperative e organizzazioni no-profit, elencate nel sito [www.altromercato .it](http://www.altromercato.it)) che gestiscono più di trecento botteghe Altromercato

¹⁷ wfto.org

¹⁸ Chiara Spadaro, testo della mostra *Fair trade for future, sostenibilità e commercio Equo e solidale*, 2020

(la prima è stata aperta a Bressanone nel 1980) con l' aiuto ed il sostegno di circa cinquemila volontari.¹⁹

L' associazione di categoria delle organizzazioni di commercio equo e solidale italiane è Equo Garantito, che oltre alla rappresentanza, offre alle proprie organizzazioni socie un importante marchio per le botteghe ed i suoi consumatori, volto ad assicurare il rispetto della “Carta italiana dei criteri del commercio equo e solidale”

Il prezzo dei prodotti equo-solidali è “trasparente”: racconta in numeri la storia di un prodotto, e le componenti del suo “viaggio”, tra cui il prezzo equo pagato al produttore, costo del trasporto dal paese produttore ed eventuali dazi, costi di trasformazione del prodotto grezzo, margine della bottega che rivende il prodotto al pubblico, IVA.

1.2.2 Cooperative sociali

Le cooperative sociali sono imprese no-profit con lo «scopo di perseguire l'interesse generale della collettività alla promozione e all'integrazione sociale dei cittadini attraverso attività quali la gestione dei servizi socio-sanitari ed educativi (TIPO A) e lo svolgimento di attività finalizzate all'inserimento lavorativo di persone svantaggiate (TIPO B)»²⁰. Sono quindi organizzazioni che nascono per inserire al lavoro persone che nella loro vita hanno uno svantaggio, bloccate da

¹⁹ Massimo Acanfora, *Piccola guida al consumo critico, acquisti responsabili e stili di vita etici 2.0*, Altreconomia, i manuali, 2016

²⁰ l.n. 381/1991, art. 1 “Disciplina delle cooperative sociali”

luoghi comuni o discriminazioni come i detenuti, gli ex tossicodipendenti, i disabili.

Le cooperative sociali attive in Italia sono più di 14.000 ²¹, ed ognuna si fa promotrice e garante di processi di eguaglianza e di inclusione sociale, creando occasioni di inclusione e scambio ed attivando risorse e capacità degli utenti, accompagnato da un sostegno educativo e formativo fornendo servizi come centri diurni e comunità alloggio.

1.2.3 Bilanci di giustizia

La campagna dei Bilanci di giustizia viene lanciata nel 1993, supportata dall'associazione padovana Beati i costruttori di pace ed è dedicata alla riflessione sull'economia contemporanea attraverso la condivisione delle esperienze tra persone e famiglie desiderose di migliorare i propri stili di vita.

La finalità è quella di «cambiare l'economia nella direzione di una maggiore giustizia per le persone e per l'ambiente, accompagnando la maturazione di cittadini soddisfatti, consapevoli e determinati. Bilanci di Giustizia forma alla consapevolezza delle conseguenze dei propri stili di vita, operando come una scuola di altrà e auto formazione, per aderenti e non.»²²

Attraverso gli scambi e l'unione delle conoscenze acquisite, vengono avviate delle riflessioni rispetto a cosa, come e perchè acquistare ascoltando consigli. Si crea così una rete di circolazione orizzontale dei saperi e di sano confronto tra consumatori critici ed aspiranti tali.

²¹www.istat.it

²²bilancidigiustizia.it

1.2.4 Finanza etica

La finanza è diventata oggi uno strumento per fare soldi dai soldi, spinta da leggi sempre più permissive che hanno fatto sviluppare in maniera incontrollata i mercati finanziari. I mercati in cui le banche tradizionali investono più denaro sono infatti quello finanziario, quelli petroliferi o comunque di natura estrattivista e l'industria armiera il tutto, con i soldi di investitori ed utenti.

Attraverso la finanza etica gli utenti scegliere di sostenere l'economia locale, la cooperazione e l'agricoltura biologica e di non essere più vittime e complici inconsapevoli della finanza tradizionale. Gli operatori di finanza etica sono caratterizzati da :

- ⑩ trasparenza, pubblicando integralmente i finanziamenti erogati,
- ⑩ semplicità, proponendo pochi e semplici strumenti finanziari,
- ⑩ socialità e solidarietà, valutando le ricadute non economiche di ogni propria azione economica, rifiutando di speculare su cibo e materie prime,
- democrazia : erogando prestiti anche a chi può fornire garanzie limitate, come associazioni o cooperative²³

In Italia, la prima figura operatrice di finanza etica è la MAG (Mutua Auto Gestione), nata a Verona nel 1987, ma oggi ne esistono in diverse altre città italiane : Milano, Torino, Reggio Emilia, Venezia, Roma , Firenze.

Le Mag sono società di persone basate sulla fiducia tra soci e realtà locali: si occupano di finanziare iniziative economiche autogestite (un autentico

²³Massimo Acanfora, *Piccola guida al consumo critico, acquisti responsabili e stili di vita etici 2.0*, Altreconomia, i manuali, 2016

crowdfunding) offrendo opportunità di investimento ed erogando prestiti con tassi d'interesse a condizioni di rientro vantaggiose.²⁴

Nasce poi nel 1999, a Padova, Banca Etica, un vero e proprio istituto di credito costituito in forma di società cooperativa per azioni, che oggi conta filiali in tutta Italia e una solida rete di “banchieri ambulanti”, promotori che fanno di Banca Etica un'esperienza unica di finanza leggera ma soprattutto radicata nel territorio.

1.2.5 Turismo responsabile

“Il turismo responsabile è il turismo attuato secondo principi di giustizia sociale ed economica e nel pieno rispetto dell'ambiente e delle culture. Il turismo responsabile riconosce la centralità della comunità locale ospitante e il suo diritto ad essere protagonista nello sviluppo turistico sostenibile e socialmente responsabile del proprio territorio. Opera favorendo la positiva interazione tra industria del turismo, comunità locali e viaggiatori.”²⁵

Da parte dei turisti, esso implica l' adottare un atteggiamento consapevole ed adeguato rispetto all'ambiente e alle culture ospitanti, attraverso comportamenti che mirino a conoscere nuovi luoghi e modi di vivere senza mettere a rischio la loro permanenza, come spesso avviene nei meccanismi del turismo “tradizionale”.

Da parte degli operatori turistici sensibili ai temi della responsabilità sociale d'impresa, della sostenibilità ambientale, della equità di genere e alle buone pratiche in generale invece, vige l'attenzione a che il turismo responsabile sia

²⁴Massimo Acanfora, *Piccola guida al consumo critico, acquisti responsabili e stili di vita etici 2.0*, Altreconomia, i manuali, 2016

²⁵Definizione di turismo responsabile adottata dall'assemblea di AITR in data 9 ottobre 2005 a Cervia

ideato, realizzato e complessivamente gestito in maniera tale da non generare dei fenomeni di iniquità sociale ed economica, soprattutto a danno delle popolazioni delle regioni ospitanti il turismo stesso.

Tutti gli attori di un' esperienza di turismo responsabile, quindi, devono essere consapevoli di essere ognuno, per ciò che lo riguarda, coinvolto in un rapporto che non deve essere focalizzato sulle esigenze solamente dell'uno o dell'altro, o nel quale le esigenze dell'uno prevalgono su quello dell'altro, bensì in una dinamica complessa in cui tutti devono rispettare, preservare (ed a volte ideare ex novo) gli equilibri funzionali ad una sana, sostenibile e redditizia sopravvivenza degli altri protagonisti dell'esperienza turistica.²⁶

1.2.6 Gruppi di acquisto solidale

I gruppi di acquisto solidale (GAS) sono gruppi di persone o famiglie che si incontrano ed organizzano con la finalità di acquistare generi alimentari e prodotti di uso comune direttamente dai produttori accorpendo i propri ordini. La solidarietà della "S" di GAS sta nei criteri che questi gruppi adottano nella scelta degli acquisti, diversi per ogni GAS, ma indirizzati sempre ad aspetti etici e di predilezione di fornitori svantaggiati dal sistema economico attuale e dalla grande distribuzione organizzata partendo dall'approccio critico al consumo.

Approfondirò l' argomento con cura ed ampiezza nei prossimi capitoli : costituisce infatti il tema centrale di questo lavoro.

²⁶aitr.org

1.3 Consumo politico

Come scritto in precedenza, il consumo ha un' importanza centrale nella società capitalista globalizzata odierna. Il cittadino critico utilizza il carrello della spesa “come se stesse votando”²⁷. Sia da consumatore critico che agisce in solitudine sia in quanto appartenente o simpatizzante di un movimento sia esso sociale, ambientalista, o altro ancora, pensa al proprio potere d' acquisto come ad uno strumento politico attivo.

Molti movimenti contemporanei fanno infatti appello al peso economico dei consumatori cercando di indirizzarne gli acquisti per motivazioni intrinseche alla causa promossa da ciascuna, promuovendo una visione politica basata sulla solidarietà cercando così di coniugare la ricerca di giustizie sociali ed economiche e le relazioni sociali, quei legami fondamentali per promuovere azioni collettive ed ottenendo in occidente un grande successo. Per alcuni di essi, i «*sustainable community movement organizations*»²⁸ il consumo politico entra appieno nel repertorio di azione, e non può quindi essere scollegato dalla visione d' insieme del movimento, anche attraverso l'attivismo transnazionale per aumentare la portata di determinate consapevolezze.²⁹

Negli ultimi anni, il consumismo politico si è espanso sensibilmente a livello locale, e lo slogan “pensare globale, agire locale!” risulta molto adatto : infatti, quanto è più estesa l'economia di mercato (a livello globale) tanto più deve essere

²⁷Massimo Acanfora, *Piccola guida al consumo critico, acquisti responsabili e stili di vita etici 2.0*, Altreconomia, i manuali, 2016

²⁸Francesca Forno, Paolo R. Graziano, *Sustainable community movement organization*, «Journal of Consumer Culture», 2014

²⁹Ibidem

territoriale la risposta dei movimenti antiglobalisti attraverso il consumismo politico implementato da una cultura politica alternativa, la preoccupazione riguardo alle conseguenze del modello socioeconomico, per cui è possibile uno sfruttamento illimitato delle risorse, e il principio morale di solidarietà.³⁰

Per esempio, l'associazione internazionale no-profit Slow Food, attraverso una fitta rete di soci e sostenitori in centocinquanta paesi, favorisce incontri e relazioni dirette e durature tra consumatori e produttori locali impegnati nella tutela della biodiversità svolgendo al contempo importanti progetti anche a livello internazionale (per esempio, attraverso campagne) in temi come l'educazione alimentare ed il creare consapevolezza riguardo al tema della sostenibilità alimentare.³¹ All'interno di Slow Food risultano in questo modo intercomplementari cultura (quindi educazione, consapevolezza e rapporti sociali) e critica all'economia di mercato globale, con conseguenti i comportamenti d'acquisto.

Altre realtà collegano quanto appena detto ad un raggio d'azione più ampio fornendogli una fondamentale, solida base teorica : è il caso dell'organizzazione non governativa Sea Shepherd, «un movimento di conservazione dell'oceano ad azione diretta internazionale»³², fondato da Paul Watson, uno dei fondatori di Green Peace.

Oltre alle numerose campagne finalizzate alla salvaguardia degli ecosistemi marini in tutto il mondo (da quelle contro la caccia ai cetacei a quelle di raccolta

³⁰Ibidem

³¹slowfood.it

³²seashepherd.it

dei rifiuti), Sea Shepherd svolge, attraverso gli attivisti “di terra” anche attività di sensibilizzazione nelle scuole e di indirizzamento del consumo attraverso prodotti culturali come articoli che trattano dell’insostenibilità della pesca dell’industria ittica data l’odierna situazione di sofferenza cui sono sottoposti i biosistemi degli oceani, dei pericoli per la biodiversità mondiale collegati con lo sfruttamento intensivo dell’ecosistema marino e delle condizioni lavorative degli operai coinvolti, affini a quelle del caporalato.³³

Anche in questi casi, con il semplice atto d’acquisto si ha in mano un potere decisionale che può dare un determinato orientamento al sistema produttivo. In questo modo, se da un lato la sovranità effettiva è gestita dal potere economico globalizzato, dall’altro le imprese sono dipendenti dalla domanda dei consumatori, che hanno potere di vita e di morte su di loro. Il consumo critico diviene lo strumento con cui il cittadino si può riappropriare della sua sovranità.³⁴

Un modo per farlo è quello di cacciare gli interessi privati dai beni pubblici, o comunque assicurarsi che le istituzioni e le pubbliche amministrazioni competenti li curino al meglio, in quanto cari al consumatore politico, cittadino per cui i legami sociali di cooperazione sono fondamentali.

Ad Amburgo, per esempio, grazie ad un referendum, gli abitanti hanno votato per riportare sotto il controllo municipale le reti di elettricità, gas e teleriscaldamento, precedentemente svendute ad aziende private per poter partecipare attivamente alla transizione energetica verde delle fonti rinnovabili. La coalizione promotrice

³³Alex Cornelissen, *Pesca sostenibile, una contraddizione*, seashepherd.it, 24 Marzo 2021

³⁴Maria Elena Severino, *Nuove tendenze di consumo, I gruppi di acquisto solidale*. Tesi di laurea, Università di Verona, Facoltà di economia, 2005

presentava argomentazioni riguardanti le opportunità di controllo dei servizi pubblici : il sistema energetico gestito localmente si occupa del' interesse pubblico e non dei profitti, dando voce e potere di decisione ai cittadini utenti coinvolti.³⁵

I benefici sociali, economici ed ambientali derivanti da quest'azione di iniziativa popolare, che non può che creare aggregazione è in linea con i già citati "*sustainable community movement organizations*"³⁶, in quanto si viene a creare un interesse che porta ad un' azione positiva di riappropriazione, di scelta di consumo riguardo ad un fondamentale servizio pubblico.

In Italia, svariati movimenti e sindacati si stanno recentemente mobilitando, creando un Forum, per chiedere il ritiro dell'articolo 6 del disegno di legge sulla concorrenza sui servizi pubblici, destinato ad espandere il fenomeno delle privatizzazioni nei servizi fondamentali, come quello idrico. Per questo Sabato 20 Novembre 2021 il Forum ha manifestato a Napoli il proprio dissenso e la preoccupazione a riguardo : ad esempio, In Piemonte, in cui già il servizio idrico è in mano all'azienda privata Iren incassa utili inserendo nelle tariffe i costi della quantità di acqua che "pensa di vendere" ogni anno. Se questa non viene raggiunta, viene fatta pagare agli utenti la differenza sotto forma di conguaglio.³⁷

Altre storie di resistenza della cittadinanza arrivano da Giap, un frequentato blog che grazie ad un progetto lanciato dall'associazione in difesa dei beni comuni Re:common, cura un'officina di narrazioni : la prima è GODImenti, acronimo di grandi opere dannose, inutili e imposte, autoritratto collettivo di comitati che

³⁵Naomi Klein, *Una rivoluzione ci salverà*, Bur Rizzoli, 2015

³⁶Francesca Forno, Paolo R. Graziano, *Sustainable community movement organization*, «Journal of Consumer Culture», 2014

³⁷Adriana Pollice, «Il manifesto», 21 Novembre 2021 n.227

«tengono in apprensione le lobby del cemento, dell'asfalto, delle trivelle, delle concessioni in *project financing*»³⁸ come i famosi NO TAV in Val di Susa ed Opzione Zero in provincia di Venezia e Riviera del Brenta.

Quando si prendono in considerazione servizi essenziali e beni pubblici, del consumismo politico potrebbe però spesso rimanere “solo” l'attività politica di informazione e lotta o, in alternativa, l'acquisto di gadget, testi e articoli in generale i cui ricavati vanno a sostegno dei movimenti in questione, del finanziamento delle loro attività e battaglie legali. Il classico strumento di consumo politico in negativo, il boicottaggio, risulta (ad esempio nel caso dell'acqua) impossibile da operare.

Esso è la prima forma di non-consumo basato su motivazioni critiche e politiche, nato nell'ottocento ai danni dell'amministratore terriero inglese John Boycott e ad opera dei contadini suoi dipendenti irlandesi. Oggi il termine è riferito a campagne di isolamento e “non collaborazione” con le aziende che adottano, per esempio, pratiche non rispettose dell'ambiente e della dignità dei lavoratori affinché queste cambino le proprie politiche interne. Spesso i soggetti boicottati sono certe categorie di merci (come quelle non cruelty-free) e le grandi multinazionali, come Nestlè o Coca-Cola per la loro tendenza ad abusare del proprio potere e delle proprie enormi dimensioni imponendo pessime condizioni di lavoro, delocalizzando e terziarizzando il lavoro e danneggiando l'ambiente. I

³⁸Paolo Cacciari, *101 piccole rivoluzioni, storie di economia solidale e buone pratiche dal basso*, Altreconomia, i saggi, 2016

maggiori boicottaggi in corso sono elencati nel sito del Centro Nuovo Modello di Sviluppo (www.cnms.it) e nell'applicazione Buycott.³⁹

1.4 Sviluppo sostenibile e decrescita

La teoria dello sviluppo sostenibile e la filosofia della decrescita, pur essendo molto diversi, sono strettamente legate a consumo critico ed economia solidale.

Sinonimi di sviluppo sono i termini aumento, accrescimento, incremento.⁴⁰ e con sviluppo sostenibile si intende «uno sviluppo capace di coniugare in un unico ragionamento ecologia, economia ed equità sociale»⁴¹ : la critica all'aumento di produzione fine a se stessa risulta evidente ma il cambio di paradigma è solo parziale, dato che lo sviluppo sostenibile si presenta come un compromesso. Avviene anche nel commercio equo e solidale, in cui la natura di matrice puramente economica (il commercio) cerca di venir conciliato con valori estranei all'economia globalizzata (equità, solidarietà, preservazione degli ecosistemi) puntando a migliorarla cambiandola dall'interno.

Nella visione di sviluppo sostenibile (così come nella filosofia della decrescita) si critica aspramente il classico indicatore di crescita economica dei paesi : il prodotto interno lordo (PIL) che misura il valore di tutti i beni e servizi finali prodotti sul territorio di un paese in un anno solare. Le obiezioni riguardo alle reali capacità di calcolo del benessere economico del PIL riguardano il non tener

³⁹ *Piccola guida al consumo critico, acquisti responsabili e stili di vita etici 2.0* (Altreconomia, i manuali)

⁴⁰ [treccani.it](http://www.treccani.it)

⁴¹ Pierfrancesco Fighera, *Dall'ambiente al territorio : la sostenibilità dello sviluppo*, in *Innovazione e sostenibilità, Modelli locali di sviluppo al bivio*, Patrizia Messina (a cura di), C.L.E.U.P., 2009

conto dell'impoverimento e della non rinnovabilità delle risorse naturali consumate o di caratteristiche sociali come gli status nutrizionali o sanitari.⁴²

È inoltre sempre più probabile che al di là di una certa soglia l' aumento del PIL indichi una diminuzione del benessere : è stato calcolato che nei prossimi anni l'effetto serra potrebbe costare tra i 600 e i 1000 miliardi di dollari l' anno, l'equivalente del 3/5% del PIL mondiale.⁴³

Lo sviluppo sostenibile si propone così di elaborare nuovi indicatori di sviluppo divisi per aree : economica, sociale, ambientale, e di indicatori complessi aggregati in funzione degli obiettivi prefissati.⁴⁴ Per esempio, l' *ecological footprint analysis* , l'impronta ecologica di una determinata popolazione, è definita dall'area totale di ecosistemi terrestri e acquatici necessari per fornire tutte le risorse utilizzate per assorbire tutte le emissioni prodotte dalla popolazione stessa. Il calcolo effettuato si basa sull'idea che ogni persona, attività o processo impiega (anche indirettamente) risorse ecologiche che possono essere convertite in superficie di area biologicamente produttiva.⁴⁵

Esistono e vengono continuamente creati indici di questo tipo, che sono spesso d' aiuto nel creare politiche e parametri legali per cercare di tutelare l' equità socio-economica, la salute o l' ambiente e concordare gli obiettivi tra policy makers.

⁴²Patrizia Messina, Giulia Vanin, *Misurare la sostenibilità dello sviluppo, nuovi indicatori e nuove pratiche*, in *Innovazione e sostenibilità, Modelli locali di sviluppo al bivio*, Patrizia Messina (a cura di), C.L.E.U.P, 2009

⁴³Serge Latouche, *Breve storia della decrescita, origine, obiettivi, malintesi e futuro*, Bollati Boringhieri, Torino, 2021

⁴⁴Patrizia Messina, Giulia Vanin, *Misurare la sostenibilità dello sviluppo, nuovi indicatori e nuove pratiche*, in *Innovazione e sostenibilità, Modelli locali di sviluppo al bivio*, Patrizia Messina (a cura di), C.L.E.U.P, 2009

⁴⁵Marco Bagliani, Antonella Pietta, *Un sistema di contabilità ambientale per l' analisi del territorio : l' ecological footprint analysis*, in *Politica e gestione dell' ambiente, attori, processi, esperienze*, Monica Camuffo, Stefano Soriani (a cura di) Patron editore, Bologna 2015

In molti casi purtroppo, politiche e parametri non sono, o non cercano di essere sufficientemente incisivi : è il caso dell'obiettivo prefissato in seguito alla Climate Change Conference 2021 (UK cop 26) svoltasi nel mese di Novembre, che consiste nel puntare a limitare l' aumento delle temperature medie del pianeta a 1,5 C° entro il 2050, considerando che lo spazio dedicato alle problematiche date dalle emissioni di gas serra come CO₂ e Metano prodotte dalle industrie più inquinanti a livello di emissioni e non solo (come quella zootecnica) è stato nullo.⁴⁶

Sempre in termini di emissioni, si consideri che il limite legale (che non coincide con il limite tollerato dall'essere umano per preservare la salute) della presenza di polveri sottili (PM 2.5 e PM 10) nell'aria è di 50 µg/m³ giornalmente da non superare più di 35 volte all'anno, ma nel territorio della Pianura Padana, l'area con la peggior qualità dell'aria in Europa, questo avviene già quasi tutti gli anni.⁴⁷

La teoria della decrescita esprime opinioni molto critiche nei confronti dello sviluppo sostenibile, riferendosi a questo come a qualcosa a cui fare appello quando si pretende di essere inquadrati senza sforzi tra i difensori della natura pur facendo riferimento ad una crescita economica vigorosa. «L' aggettivo “sostenibile” si riferisce alla natura che dovrebbe essere preservata in modo durevole, oppure qualifica esclusivamente lo sviluppo economico, che non può durare indefinitivamente in quanto il pianeta è finito?»⁴⁸ E come può la *green economy* risultare sufficiente se i risparmi che si ottengono in termini di energie e di materiali impiegati nei cicli produttivi vengono spesi per consumare di più?

⁴⁶ukcop26.org

⁴⁷Giacomo Tagliani, «La Repubblica», 26 Aprile 2021

⁴⁸Serge Latouche, *Breve storia della decrescita, origine, obiettivi, malintesi e futuro*, Bollati Boringhieri, Torino, 2021

Secondo i movimenti di decrescita, lo sviluppo sostenibile non è quindi altro che un' espressione ossimorica, inventata inizialmente con le migliori intenzioni da ecologisti sinceri, e successivamente stravolto in seguito all'utilizzo di strategie di marketing chiamate greenwashing.

Il termine decrescita assume connotati socio-economici con Serge Latouche negli anni '80, proposto come alternativa e rottura con la società della crescita, della produttività illimitata e dell' economia capitalista. «La società della crescita non è desiderabile per almeno tre ragioni : produce aumento di diseguaglianze e delle ingiustizie, crea un benessere ampiamente illusorio, non crea neppure per i “fortunati” un clima conviviale ed è per tutti una “antisocietà”, una società malata della sua ricchezza»⁴⁹

I temi toccati dalla filosofia della decrescita sono numerosi : società e socialità, benessere, economia, consumo... e sono continuamente spunto di riflessioni che non porteranno mai allora ad un' unica soluzione al problema posto, ma ad una matrice di possibili alternative.

I principi teorici della decrescita si trovano nel “Programma delle 8 R”, che stanno per : Rivalutare, Reinquadrare, Ristrutturare, Rilocalizzare, Redistribuire, Ridurre, Riutilizzare, Riciclare. «Questi otto obiettivi interdipendenti generano un circolo virtuoso di decrescita serena, conviviale e sostenibile.»⁵⁰

⁴⁹Ibidem

⁵⁰Serge Latouche, *Per una società della decrescita*, in *Obiettivo decrescita*, Marco Bonaiuti (a cura di), EMI, 2008

1.5 Identificazione della domanda di ricerca

L'approccio radicale dei gruppi di acquisto solidale al consumo e la necessità esplicitata di socializzazione ed umanizzazione rivolta ai rapporti tra singoli, anche e soprattutto rivolta alla sfera economica della quotidianità di ciascuno sono i motivi principali per cui la domanda di ricerca riguardante il consumo critico come atto politico è stata rivolta a loro.

Essi incorporano nelle loro azioni (consapevolmente o non) le ragioni del consumo politico, della decrescita, della solidarietà, del consumo alternativo attraverso il forte desiderio di reintegrare il sistema economico nelle relazioni sociali.

Questa energetica volontà lascia spesso intuire anche il tentativo di cambio drastico del sistema economico volto soprattutto ad una forte limitazione della dimensione globale del mercato, aspetto che negli altri attori di consumo critico accenna forse ad una mera riforma di questo, come l'aspirazione ad una completa economia sociale di mercato, per esempio, nel caso del commercio equosolidale.

Questa caratteristica di risoluzione a tratti drastica si propone di conciliare economia, società e politica costruendo legami di cooperazione tra persone come cittadini responsabili e consapevoli anziché tra meri individui.

I GAS sono inoltre, (a mio avviso) i migliori esponenti tra gli attori descritti del famoso slogan "pensare globale, agire locale!" e la migliore riprova di questo sono stati i racconti di avvio di gruppi di acquisto solidale. Questo riguarda la storia della nascita dei gruppi di acquisto solidale in Italia esposta nel prossimo capitolo ed i GAS intervistati. In più casi infatti comuni cittadini hanno pensato

che il modo migliore per prendere atto riguardo certi eventi di portata internazionale (il disastro nucleare di Chernobyl, le guerre dei Balcani, il G8 di Genova) fosse proprio il commercio locale e consapevole, la cooperazione e la solidarietà che poteva creare un nuovo gruppo d'acquisto.

Capitolo 2 : I GRUPPI DI ACQUISTO SOLIDALE

2.1 Cosa sono, nascita e obiettivi

I gruppi di acquisto solidale sono composti da persone che decidono di incontrarsi per acquistare all'ingrosso prodotti alimentari o di uso comune direttamente dal produttore per poi distribuirli al loro interno. Questa definizione generale comprende tutti i variegati modi di essere di un gruppo di acquisto, inclusi quelli caratterizzati da uno spiccato richiamo etico nei confronti del lavoro agricolo, della sensibilità verso l'ambiente, dell'azione di acquisto collettivo, di attenzione al prezzo o anche di tutti questi.⁵¹

La "S" di "solidale" distingue i GAS nel privilegiare l'aspetto etico, considerato centrale, e uno dei più importanti ad inscrivere i GAS nell'esperienza di consumo critico.

Due dei tre criteri tipici dei gruppi di acquisto solidale sono infatti lo sviluppo di consapevolezza e solidarietà e l'approccio responsabile al consumo che sottintende una critica politica ai poteri della grande distribuzione organizzata, capace di esercitare un rilevante potere su abitudini e comportamenti consolidati nella vita dei consumatori inconsapevoli, spinti ad identificarsi con le merci che acquistano e di conseguenza a frammentarsi e dividersi fra loro. In questo panorama risulta assai difficoltoso poter condividere criteri di scelta attenti all'impatto ambientale e sociale.

L'alternativa concreta proposta, che consente di uscire dall'"isolamento" ed instaurare rapporti con altri consumatori e con i produttori è fornita dai gruppi di

⁵¹Luisa Leonini, Barbara Sassatelli, *Il consumo critico*, Editori Laterza, 2001

acquisto solidale attraverso il loro terzo criterio: la socialità, «espressione e bisogno individuale di socializzare»⁵² non solo per quanto riguarda la condivisione delle scelte critiche (come avviene nei Bilanci di giustizia) ma in generale come una necessità umana di cambio di paradigma sociale ora fondato sull'individualizzazione e la competitività nociva ed indotta.⁵³

I gruppi di acquisto solidali sono di solito caratterizzati dall'essere di modeste dimensioni e locali, per «permettere un' organizzazione semplice, favorire le relazioni tra soci e rinsaldare il legame tra i cittadini ed il territorio che abitano creando un legame fiduciario tra produttori ed acquirenti alimentato dalla condivisione di intenti»⁵⁴.

L' ideologia dei GAS va oltre il risparmio: i gruppi di acquisto non solidali ricercano un vantaggio di tipo economico dall'acquisto collettivo, abbattendo così, per esempio, i costi di spedizione delle merci. Pur essendo a conoscenza dello svantaggio del singolo acquirente nel mercato, questi ultimi non sono attori di consumo politico come i gruppi di acquisto solidale, che antepongono la «solidarietà nei confronti dei produttori, dell'ambiente, dei popoli del Sud del mondo e di tutti coloro che subiscono le conseguenze inique dell'attuale modello di sviluppo»⁵⁵.

Come detto in precedenza infatti, porre l' attenzione sul risparmio immediato garantito dagli acquisti presso magazzini riforniti, per esempio, da grandi multinazionali può far perdere di vista il vero costo ambientale, sociale, e, nel

⁵²Documento base dei GAS, *I Gruppi di acquisto solidale, un modo diverso di fare la spesa*, Luglio 1999

⁵³Ibidem

⁵⁴economiasolidale.net

⁵⁵Lorenzo Valera, *GAS, gruppi di acquisto solidali*, Terre di mezzo, Milano, 2005

tempo, economico di questi acquisti. Questo avviene nell'ottica del consumatore critico, che anzi in questi luoghi (fisici o non) si sente derubato della socialità, della possibilità di poter vivere su un pianeta non definitivamente inquinato e riceve la percezione di essere complice passivo di un sistema economico che produce disastri sociali ed ambientali.

I gruppi di acquisto solidale preferiscono creare rapporti fiduciari: per esempio, i legami costruiti nel tempo con i produttori agricoli, spesso divengono tanto stretti da poter permettere alle parti di decidere insieme il “prezzo giusto” dei prodotti. Per tutte le motivazioni trattate sinora, i GAS preferiscono ciò ai (costosi) bollini volti a certificare la salubrità dei prodotti alimentari sugli scaffali, diventando concreti federatori di economie locali rispettose del lavoro e dell'ambiente.⁵⁶

La genuinità e qualità di un prodotto, soprattutto se alimentare, è visto in questo modo come un diritto e non come una caratteristica accidentale che comporta sovrapprezzamento della merce.

Il primo GAS italiano nasce a Fidenza, in provincia di Parma, nel 1993 dal desiderio di reperire frutta e verdura sane e di buona qualità nato qualche anno prima in seguito agli avvenimenti del disastro nucleare di Chernobyl, nell'Aprile del 1986. Per gli agricoltori biologici però, vendere prodotti al dettaglio risultava troppo complicato e le prime famiglie, per poter avviare il progetto, ne inclusero altre. In questo modo, forti di una domanda più consistente, iniziarono ad acquistare direttamente dai produttori. Sin dalle prime esperienze, i GAS hanno dedicato il loro potere d'acquisto a produttori locali, cooperative sociali e al

⁵⁶Paolo Cacciari, *101 piccole rivoluzioni, storie di economia solidale e buone pratiche dal basso*, Altreconomia, i saggi, 2016

commercio equo e solidale, e farne parte implica molte e disparate attività oltre all'acquisto⁵⁷, derivanti dai principi chiave precedentemente descritti.

Nel 2008, l'ordinamento giuridico italiano ha definito queste realtà come «soggetti associativi senza scopo di lucro costituiti al fine di svolgere attività di acquisto collettivo di beni e distribuzione dei medesimi con finalità etiche, di solidarietà sociale e sostenibilità ambientale»⁵⁸, consentendo ai gruppi di svolgere le proprie attività essendo equiparati a soggetti non commerciali.

2.2 Organizzazione dei Gruppi di acquisto solidale

I GAS nascono spontaneamente dalla società civile, con motivazioni differenti tra loro o anche tra gli stessi membri di un unico gruppo, unite da una comune base di profonda critica al modello di consumo attuale. Ogni gruppo decide di comune accordo i criteri con cui scegliere i produttori, definendone eventuali peculiarità etiche ed il paniere di cui occuparsi definendo una lista di prodotti su cui indirizzare gli acquisti collettivi. Gli ordini raccolti vengono accorpati e trasmessi al produttore. Questi possono essere raccolti via mail, mandando una tabella da compilare e rispedire al volontario referente per gli ordini, durante gli incontri periodici o attraverso una piattaforma digitale apposita.⁵⁹

Ogni gruppo autodispone un'organizzazione interna, dividendo i compiti tra volontari partecipanti al GAS. Le mansioni riguardano i rapporti continuativi con i produttori e la gestione degli ordini, la distribuzione di questi ultimi, l'

⁵⁷Massimo Acanfora, *Piccola guida al consumo critico, acquisti responsabili e stili di vita etici 2.0*, Altreconomia, i manuali, 2016

⁵⁸Legge finanziaria n.244/2007, art. 1 comma 266

⁵⁹Massimo Acanfora, *Piccola guida al consumo critico, acquisti responsabili e stili di vita etici 2.0*, Altreconomia, i manuali, 2016

organizzazione di riunioni periodiche ed altre attività di natura politica, sociale, informativa, di autofinanziamento e comunicativa.

La comunicazione è infatti molto importante nelle attività dei GAS : a livello interno attraverso impegno e solidarietà reciproca, attività di gruppo ed a livello esterno creando reti tra gruppi locali vicini, con i produttori e con terzi al fine di allargare l'esperienza di consumo responsabile dei GAS.⁶⁰

La maggior parte dei gruppi di acquisto solidale sono privi di struttura organizzativa formalmente riconosciuta, rimanendo (per scelta o no) gruppi spontanei ed informali. Altri ancora si costituiscono in associazione stendendone statuto ed atto costitutivo e richiedendo il codice fiscale agli uffici finanziari per poter ricevere regolare fattura dai produttori ed aprendo conto corrente postale. Alcuni GAS si appoggiano invece ad associazioni già esistenti.⁶¹

Partecipando ad un gruppo di acquisto solidale, si incontra anche una necessità logistica di diversa organizzazione personale: rinunciando a tutti o a buona parte dei prodotti provenienti dalla grande distribuzione organizzata, vengono a mancare quelle che sono sempre state considerate comodità irrinunciabili come il supermercato aperto più di 12 ore al giorno (domenica inclusa) o l'arrivo dell'ordine effettuato online a casa dopo un solo giorno lavorativo.

Entrando in un sistema in cui gli ordini alimentari (e non solo) sono frutto di una concertazione, l'arrivo dei prodotti non sottostà alle esigenze del singolo, bensì a quelle dell'organizzazione, del produttore, dei cicli stagionali e naturali.

Ovviamente il consumatore critico accetta ben volentieri di introdurre queste ed

⁶⁰Lorenzo Valera, *GAS, gruppi di acquisto solidali*, Terre di mezzo, Milano, 2005

⁶¹Documento base dei GAS, *I Gruppi di acquisto solidale, un modo diverso di fare la spesa*, Luglio 1999

altre piccole “scomodità” nel proprio quotidiano, consapevole del fatto che queste, nel lungo periodo, gli consentiranno di risparmiare e organizzare più efficientemente il proprio tempo e le proprie risorse economiche.

Il consumatore partecipante ad un GAS è oltretutto a conoscenza dell’impatto diretto della “scomodità” che si è auto-imposto : conosce il produttore, i miglioramenti che egli ha potuto introdurre nella sua attività grazie al o ai gruppi di acquisto che lo hanno selezionato e di conseguenza a ciò che viene acquistato dal GAS.

2.3 Gruppi di acquisto solidale in Italia

Secondo l’archivio di economiasolidale.net, il GAS presenti in Italia è quello nella seguente tabella, quindi di 240 in tutto. È giusto tuttavia cogliere un alone di incertezza in questi dati, soprattutto dimostrata dalla ricerca sul campo : basti pensare che i GAS sono gruppi nati spontaneamente dalla cittadinanza, e che molti di loro non risultano in alcun archivio ma sono rintracciabili solo direttamente di persona o eventualmente (e raramente) tramite un loro personale sito web che contenga dei contatti di riferimento. D’altro canto, molti GAS non esistono più o stanno scomparendo in seguito ai distanziamenti fisici e sociali imposti negli ultimi anni, i quali hanno pesato soprattutto proprio sui movimenti spontanei nati “dal basso”.

Abruzzo	2 Chieti, 2 L’Aquila, 2 Teramo, 1 Pescara
Basilicata	0
Calabria	1 Reggio Calabria
Campania	3 Salerno, 1 Napoli
Emilia-Romagna	11 Modena, 11 Parma, 2 Ravenna, 1 Forlì-

	Cesena, 1 Ferrara, 5 Bologna, 1 Reggio Emilia
Friuli-Venezia Giulia	3 Pordenone, 1 Udine, 2 Trieste
Lazio	4 Roma, 1 Frosinone, 1 Viterbo, 1 Rieti
Liguria	3 Genova, 1 Savona
Lombardia	7 Varese, 16 Monza e Brianza, 10 Milano, 10 Bergamo, 5 Cremona, 2 Pavia, 3 Lecco, 2 Sondrio, 1 Lodi, 1 Brescia
Marche	9 Ancona, 4 Macerata, 4 Pesaro e Urbino, 1 Fermo
Molise	0
Piemonte	42 Torino, 4 Cuneo, Verbano-Cusio-Ossola 1, Novara 2, Alessandria 1, Biella 1
Puglia	1 Lecce
Sardegna	2 Cagliari
Sicilia	1 Ragusa
Toscana	1 Livorno, 11 Firenze, 3 Massa-Carrara, 3 Arezzo, 2 Lucca, 3 Pistoia, 3 Pisa, 3 Siena, 1 Grosseto, 2 Lucca, 1 Prato
Trentino-Alto Adige	3 Trento, 1 Bolzano
Umbria	1 Perugia
Valle d'Aosta	0
Veneto	5 Venezia, 2 Padova, 5 Treviso, 5 Belluno, 4 Verona.

62

2.4 Gruppi di acquisto solidale in Triveneto

Secondo l'archivio delle organizzazioni GAS di economiasolidale.net, parte fondamentale della sitografia sull'altra economia italiana ma con occhio attento per l'economia solidale europea e sugli eventi internazionali come la Cop 26 di Glasgow, esistono nel Triveneto 31 gruppi di acquisto solidale : 21 in Veneto, 6 in

⁶²economiasolidale.net

Friuli-Venezia Giulia e 4 in Trentino-Alto Adige. Sempre secondo il sito, solo in Trentino-Alto Adige ed in Veneto i GAS costituiscono una rete.⁶³

Tuttavia, in seguito all'attività di ricerca svolta e alla creazione di contatti diretti con alcuni di questi gruppi di acquisto è emerso che molti di quelli indicati su economiasolidale.net non esistono più, per abbandono degli organizzatori principali o per altri problemi sopraggiunti. Inoltre restrizioni ed impossibilità di organizzare riunioni ed incontri protrattasi per molti mesi a causa della corrente pandemia hanno contribuito inevitabilmente a far svanire realtà in difficoltà.

Nonostante i movimenti sociali si siano spesso sviluppati in momenti di grande emergenza, le esigenze di contenimento dei contagi hanno purtroppo ridimensionato drasticamente queste ed altre realtà di natura politica e sociale di iniziativa spontanea di cittadini.

È vero anche che questa, insieme alle altre recenti crisi, hanno apportato nuovi interrogativi in buona parte della cittadinanza rendendola più consapevole e anche, di conseguenza il numero di consumatori responsabili e cittadini politicamente attivi (nonostante le problematiche sopra indicate). La quota di consumatori critici è infatti sensibilmente aumentata negli ultimi anni : i cittadini che dichiarano di aver scelto criticamente i propri acquisti in Italia, è passata dall'11,3% nel 2002 al 32% nel 2020.⁶⁴

Questo dato è sicuramente indice di apporto di nuova linfa anche ai movimenti che, una volta gestita la pandemia, avranno un ruolo decisivo nel ricreare solidarietà, individuare lucidamente le cause politiche della pandemia e

⁶³Ibidem

⁶⁴Francesca Forno, Paolo R. Graziano, *Il consumo responsabile in Italia, I primi dati dell'indagine 2020*, osservatoriosociale.eu

rivendicare diritti e spazi di decisione, soprattutto nell'area del Nord-Est del paese che ha storicamente tendenze di autoregolazione della società civile.

Queste radici derivano dalla presenza prevalente, già dalla seconda metà del 1800, di piccoli proprietari terrieri che tendenzialmente riconosceva come istituzioni le parrocchie locali a discapito della politica nazionale e dello stesso neonato Stato italiano, favorendo un modello di polity comunitario ma antistatalista. Ne è una prova il voto massiccio e costante in queste aree alla Democrazia cristiana prima, a partire dall'elezione dell'assemblea costituente nel 1946 ed alla Lega poi. Le aree a rappresentare un'anomalia territoriale sono la Provincia di Venezia e l'Alto Adige.⁶⁵

L'antistatalismo ed antieuropeismo leghista unito alle tendenze odierne di individualismo estremo porta talvolta al divagare dell'antipolitica in generale, ossia ad ogni livello. I gruppi di acquisto solidale possono quindi, in questo caso, costituire un'interessante strumento di l'incontro tra desiderio di autoregolazione locale e consumo consapevole.

Il cittadino critico infatti ha stima e considerazione delle istituzioni, tuttavia, così come i movimenti sociali, ne critica l'attuale inadeguatezza nel comprendere e rispondere alle nuove esigenze sociali di equità e solidarietà.⁶⁶ La risposta del cittadino critico inserito nel contesto dell'Italia del Nord-Est consiste quindi nella partecipazione attiva alla vita sociale, economica ed istituzionale del proprio territorio attraverso attività come volontariato, attivismo politico, consumo critico.

⁶⁵Patrizia Messina, *Modi di regolazione dello sviluppo locale, una comparazione per contesti di Veneto ed Emilia Romagna*, Padova University Press, 2012, Padova

⁶⁶Francesca Forno, Paolo R. Graziano, *Sustainable community movement organization*, «Journal of Consumer Culture», 2014

Riguardo al consumo critico nel Triveneto, sempre attraverso le modalità precedentemente descritte, quindi attraverso contatti diretti e dialogo con i primi gruppi reperiti, sono venuta a conoscenza del fatto che i GAS elencati non erano tutti quelli presenti nel territorio, indice purtroppo di uno scarso aggiornamento degli archivi di economiasolidale.net che rileva in tutto 21 GAS in Veneto, 5 in Friuli-Venezia Giulia e 4 in Trentino-Alto Adige. All'interno del paragrafo, la tabella che gli elenca ed i loro luoghi di azione.

Le esperienze condivise dei GAS che hanno gentilmente risposto, per iscritto, telematicamente con video chiamata o incontrati al sondaggio/intervista inviatogli sono presenti nel successivo capitolo.

GAS	LUOGO DI AZIONE
GODO (gruppo organizzato domanda offerta)	Fiumicello, San Marco di Mereto di Tomba, Udine, Trieste (UD, TS).
GAS PN	Pordenone (PN).
GAS PITA!	Jesolo (VE).
MIRA GAS	Mira e comuni limitrofi (VE).
GAS RIVIERA	Riviera del Brenta e miranese (VE).
GAS AATI (andiamo avanti tornando indietro)	Conegliano (TV).
GAS PONTE SAN BIAGIO	Provincia di Treviso (TV).
GAS FOLLINO	Follina (TV).
GAS DEMOCRAZIA	Pieve di Soligo, Quartier del Piave, Vallata Valsana, Vittorio Veneto, Conegliano (TV).
ALTRAGRICOLTURA NORD EST	Padova (PD).
GASTELNUOVO	Castelnuovo del Garda (VR).
SE DICO GAS	Sedico, tra Feltre e Belluno (BL).
BRENTEGAS	Tra Trento e Rovereto (TR).

CAPITOLO 3 : INDAGINE SULLE AZIONI DEI GAS DEL TRIVENETO

3.1 Criteri di scelta dei produttori e prodotti

I criteri con cui i gruppi di acquisto solidale intervistati applicano alla scelta di prodotti e produttori si sono rivelati simili tra loro seppur con motivazioni ed intenti talvolta differenziati. I criteri in questione sono :

- qualità dei prodotti,
- ⑩ accessibilità economica dei prodotti,
- ⑩ località dei prodotti,
- ⑩ qualità del lavoro subordinato creato dal produttore,
- ⑩ principi sociali del produttore.

Ogni punto di questo elenco merita un approfondimento : i gruppi d'acquisto intervistati intendono talvolta la qualità diversamente. Infatti, mentre la maggior parte di questi tiene conto della qualità sostanziale dei prodotti agricoli, altri prestano attenzione anche alla formalità della certificazione biologica considerandola una ferrea garanzia e volendo premiare i produttori disposti a sopportare l'onere economico che comporta la suddetta certificazione (come Gas pita Jesolo e il gruppo GODO, di organizzazione domanda e offerta). La scelta di affidarsi a produttori biologici certificati non è esente da critiche : la ripercussione economica sui consumatori è pesante, e altri gruppi d'acquisto solidale la considerano una scelta elitaria, opposta al principio per cui l'alimentazione di qualità deve essere accessibile a tutti.

L'associazione AltrAgricoltura Nord Est di Padova di cui fa parte il GAS a Ciclo Corto predilige per esempio l'accessibilità economica dei prodotti a parità di

qualità : questa nacque in seguito ai fatti del G8 di Genova del 2001 e alla parte di manifestazione dedicata all'agricoltura in piazza Rossetti, unita dallo slogan "il cibo non è una merce". Questa frase rappresenta efficacemente pensieri ed azioni dei GAS e compiono la scelta di prediligere prodotti di qualità ed accessibili. In assenza di certificazione biologica, i GAS utilizzano spesso forme di controllo diretto e personale: «Per le piccole realtà agricole locali la certificazione biologica è un costo ed un'incombenza burocratica inaffrontabile. In questi casi ci viene in aiuto la conoscenza personale diretta da parte di qualche socio che si fa "garante" del comportamento del produttore.»⁶⁷ Un altro esempio calzante è quello di Mira GAS, che prima di procedere con ordini al produttore lo esamina e lo ascolta nello spazio di un'apposita assemblea.

La località dei prodotti è prediletta da tutti i gruppi di acquisto presi in considerazione. Tuttavia, il km 0 risulta impraticabile nei casi in cui si vogliono acquistare beni agricoli non coltivabili nelle zone limitrofe. Molti GAS acquistano infatti dal Sud Italia beni tipici e molto utilizzati come olio evo ed agrumi.

Ad ogni modo, soprattutto per quel che concerne i prodotti agricoli l'attenzione alla qualità del lavoro subordinato è estremamente alta, essendo il settore spesso legato a fenomeni di caporalato e sfruttamento della manodopera. GAS Follino e Brente GAS per esempio esplicitano nell'intervista l'attenzione alla qualità del lavoro dipendente, ai contratti d'impiego utilizzati e alla retribuzione.

Riguardo ai principi sociali del produttore, alcuni GAS si sono espressi spiegando di prediligere quelli del commercio equosolidale, quindi ad alto impatto sociale,

⁶⁷Sondaggio Se dico GAS (allegato11)

come nel caso di GAS Riviera o AltrAgricoltura. Altri gruppi come Gas pita Jesolo e GAS Follino escludono dalla rosa di produttori considerati tutti quelli che intrecciano rapporti economici con fornitori per la grande distribuzione organizzata.

GAS	PAROLE CHIAVE REQUISITI PRODOTTI/PRODUTTORI
GODO (gruppo organizzato domanda offerta)	Biologico certificato.
GAS PN	Prezzo accessibile, poco imballaggio.
GAS PITA!	Biologico certificato, scelte anche costose.
MIRA GAS	Esigenze del gruppo, Biologico certificato o non.
GAS RIVIERA	Biologico, equosolidale.
GAS AATI (andiamo avanti tornando indietro)	Biologico, Km0, stagionale, sfuso, ecosostenibile.
GAS PONTE SAN BIAGIO	Biologico, locale, ecosostenibile, produttori attenti al sociale.
GAS FOLLINO	Piccole aziende che non vendono a GDO, qualità prodotti e lavoro dipendente, Km0, accessibilità.
GAS DEMOCRAZIA	Locale.
ALTRAGRICOLTURA NORD EST	Biologico e locale con prezzo accessibile.
GASTELNUOVO	Biologico certificato o non, conoscenza diretta del produttore.
SE DICO GAS	Biologico certificato o non, locale.
BRENTEGAS	Km0, biologico certificato o non, qualità del lavoro dipendente e della remunerazione.

3.2 Repertori di azione e attività politiche nel territorio

Seppur la maggior parte dei GAS intervistati non si autodefiniscano come veri e propri soggetti politici pur considerando l' acquisto di consumo critico come attività politica, l' unica da loro svolta. Nella realtà dei fatti, essi compiono talvolta numerose azioni volte a mutare il territorio in cui vivono sotto forma di

influenza attiva, per esempio, cercando di aumentare sensibilità e consapevolezza rispetto ai consumi, prendendo parte o organizzando eventi culturali e attività che comprendono riciclo ed autoproduzione.

L'associazione Altragricoltura utilizza la propria sede anche come luogo di presentazione di documentari e testi riguardanti alimentazione, agricoltura, lavoro, eventi con SOS Rosarno, politica nazionale europea (con la presentazione del docufilm *Adults in the room* di Costa Gavras) e decrescita (attraverso l'incontro con Maurizio Pallante). Anche il GAS ponte San Biagio organizza simili eventi culturali ed allo stesso modo AIAB FVG per quel che riguarda l'agricoltura biologica proponendosi inoltre come stakeholder presso le istituzioni locali.

Brente GAS ha partecipato con una lista alle ultime elezioni amministrative del proprio comune di appartenenza, GASpita! di Jesolo dal 2018 partecipa ad un progetto di iniziativa provinciale che si occupa di far fare volontariato retribuito a persone che affrontano difficoltà economiche. La referente di GASpita! ha inoltre tenuto ad informare della sua attenzione anche riguardo il mondo della finanza, ragion per cui il GAS si è appoggiato per lungo tempo a Banca Etica.

GAS Follino promuove lo scambio tra gassisti di oggetti riutilizzabili per incrementare il riutilizzo ed il non spreco ed il passaggio di saperi riguardanti l'autoproduzione. Il gruppo è inoltre riuscito a convincere la mensa scolastica di una vicina scuola materna ad utilizzare solo ortaggi ed alimenti biologici.

GAS	REPERTORI DI AZIONE OLTRE ALL'ACQUISTO
GODO (gruppo organizzato offerta)	Stakeholder presso istituzioni locali per promuovere l'agricoltura biologica.

GAS PN	Invio di una lettera al comune per accoglienza migranti e opposizione al concetto di degrado urbano proposto dal comune di Pordenone. Molti gassisti sono attivisti al di fuori dal GAS.
GAS PITA!	Eventuali risparmi da sconti vengono utilizzati per aiutare realtà locali come case famiglia e centri diurni e Caritas. Dal 2018 aderisce a progetto di iniziativa provinciale per far fare volontariato retribuito a persone in difficoltà. Ex utenti di banca etica.
MIRA GAS	Partecipazione a fiere ed altri eventi, partecipazione come gruppo alla consulta cultura del comune di Mira.
GAS RIVIERA	Alcuni soci sono anche produttori biologici (due professionisti).
GAS AATI (andiamo avanti tornando indietro)	Incontro formativi, autoproduzione domestica, riciclo
GAS PONTE SAN BIAGIO	
GAS FOLLINO	Attività di decrescita e scambio per incrementare il riutilizzo ed il non spreco, passaggio tra gassisti di oggetti riutilizzabili (es. vestiti usati), passaggio dei saperi all'interno del gruppo. Riguardano soprattutto l'autoproduzione (es. sapone)
GAS DEMOCRAZIA	In passato, organizzazione della manifestazione "Terra Madre Day", in collaborazione con i Volontari della Marcia Stop Pesticidi, invitando varie aziende locali con i loro prodotti. Ora stanno organizzando un evento orto-cultura.it che prevede una mostra fotografica all'interno degli orti sociali, parteciperanno produttori di rete contadina e altre realtà quali filiera grani, mostra itinerante e scambio semi antichi e riproducibili.
ALTRAGRICOLTURA NORD EST	La sede è luogo di socialità e cene di autofinanziamento, di presentazione di documentari e testi riguardanti : alimentazione, alimentazione bio, agricoltura, diritti sul lavoro, legalità del lavoro (SOS Rosarlo) diritti della privacy, politiche nazionali ed europee, decrescita. Esempi : presentazione del documentario <i>Adults in the room</i> di Costa Gavras, incontro con Maurizio Pallante. Volantinaggi all'uscita dai supermercati per chiedere tracciabilità dei prodotti.
GASTELNUOVO	
SE DICO GAS	Interventi in iniziative di attenzione per le politiche di land-grabbing sul territorio da parte dei produttori vinicoli del trevigiano e sull'uso massiccio di pesticidi che queste coltivazioni comportano. Utilizzo di un avanzo di cassa per dare dei contributi a 2 nuove iniziative giovanili di insediamento di nuove attività agricole e di allevamento, nonché un ulteriore intervento di contributo ad un'azienda agricola già esistente che accoglie ed inserisce in attività lavorative ragazzi con autismo.
BRENTEGAS	Partecipazione con una lista alle ultime elezioni amministrative locali.

3.3 Repertori d'acquisto

Il consumo critico, così come quello politico, non si limita alla scelta ponderata di beni alimentari. Come risposta al fenomeno della GDO, che si estende ormai a

tutte (o quasi) le tipologie di merci in commercio, i GAS cercano di trovare valide soluzioni : dalle già citate non acquisto, riutilizzo ed autoproduzione a quelle positive di scelte di acquisto.

L' associazione Altragricoltura per esempio acquista criticamente anche detersivi per uso domestico sfusi e di qualità prodotti da un'azienda locale, calzature e articoli dal commercio equosolidale esclusivamente dalle vicine botteghe Angoli di mondo di Padova. Anche GAS Ponte San Biagio e GAS Riviera e Mira GAS acquistano articoli dalla vicina bottega Altromercato.

GAS PN indirizza gli acquisti non alimentari al prodotto Bee o pack, sostitutivo della classica pellicola trasparente ad uso alimentare monouso. GAS Riviera ha acquistato criticamente negli anni articoli come calzature, vestiario, prodotti in lana e pentole in terracotta.

3.4 Confronti delle peculiarità e di altre attività

Molti dei GAS intervistati si considerano movimenti di decrescita, o hanno affrontato internamente l' argomento come associazione Altragricoltura, GAS Follino, GAS Ponte San Biagio, GAS Riviera e Brentegas. Anche GAS andiamo avanti tornando indietro non nega il legame teorico con il movimento di decrescita citando la crescita umana.

Altri soggetti intervistati tengono a far conoscere i pro ed i contro che comportano le dimensioni dell'organizzazione: "Il GAS volutamente, per problemi organizzativi tende a limitare la propria dimensione, o a causa di scarsa comunicazione e interessamento delle persone rimane una piccola entità. La

crescita comporta che più persone si rendano attive e questo è difficile; in parte certi gassisti, pur contribuendo al raggiungimento dei minimi d'ordine, non si rendono spontaneamente partecipi oltre al mero acquisto di prodotti.”⁶⁸ Secondo GAS PN, le criticità di un GAS che conta pochi partecipanti sono la grande quantità di imballaggio rispetto al prodotto, l'impegno anche oneroso richiesto ad ogni partecipante ed il fatto che questo implica rete stretta con altri gas, molto difficile da realizzare. Infatti non sempre si possono fare ordini comuni e collaborare con altri GAS a causa della frammentazione dei gusti.

Ecco un paragone per quantità di iscritti/partecipanti dei GAS intervistati:

≥50 iscritti/famiglie		< 50 iscritti/famiglie	
⑩	GODO	⑩	GAS PN
⑩	Gas...pita!	⑩	GAS Riviera
⑩	Mira GAS	⑩	GAS Ponte San Biagio
⑩	Altragricoltura Nord Est	⑩	GAS Follino
⑩	Brente GAS	⑩	GAS Democrazia
		⑩	GASelnuovo
		⑩	Se dico GAS

Qui in seguito anche un paragone per anni di nascita, considerando la crescita negli ultimi anni di consumatori critici. Mentre GAS Riviera individua l'evento che ha stimolato la sua nascita nelle guerre balcaniche e nel rapporto tra le istituzioni che la promuovero e la globalizzazione e Altragricoltura Nord Est nei fatti del G8 di Genova; si può ipotizzare su quali siano gli eventi internazionali ad aver contribuito alla nascita di nuovi GAS, come forse la crisi finanziaria del 2007/2008 e la guerra civile Siriana iniziata nel 2011 e alimentata da conflitti tra grandi potenze.

Pre-2010	Dal 2010
⑩ Mira GAS	⑩ GODO

⁶⁸Sondaggio GAS Democrazia (allegato 2)

⑩	GAS Riviera	⑩	GAS PN
⑩	Altragricoltura Nord Est	⑩	Gas...pita!
		⑩	GAS Follino
		⑩	GAS Democrazia
		⑩	Gastelnuovo
		⑩	Se dico GAS
		⑩	Brente GAS

CAPITOLO 4 :CONCLUSIONI

Ricapitolando, i GAS, praticando i principi del consumo critico, della solidarietà e della socialità riescono a scardinare i partecipanti da logiche inconsapevoli ed indotte riguardanti soprattutto gli atti d'acquisto quotidiano, creare ambienti di scambio sociale autentico tra persone già fisicamente vicine le une alle altre, dare respiro ad attività economiche locali, e molto altro, come descritto nei capitoli precedenti.

Il benessere che apportano ai singoli e alla comunità è rilassato e distante dalla frenesia indotta dagli stili di vita più diffusi nella società occidentale. Anche i partecipanti ai GAS vivono e contribuiscono a quest'ultima; approciandovi tuttavia con occhio critico e distacco allenato e mantenuto proprio dalle loro scelte attive nella vita quotidiana.

Dalla loro creazione ad oggi, i GAS sono aumentati in termini di numero e diffusione nel territorio italiano, così come i consumatori critici. Dalle ultime tabelle del terzo capitolo si nota come i 3 GAS più longevi del triveneto siano anche quelli che contano più partecipazione: si può quindi evincere che i singoli GAS sviluppino nel tempo il desiderio di accrescere l'esperienza iniziata e maturata, nonostante questo comporti maggior organizzazione ed oneri per i referenti, i medesimi che i GAS minori non possono permettersi di sostenere.

I GAS più grandi hanno inoltre maggior possibilità di crescere ulteriormente, incrementando le reti di legami esistenti tra persone. Questo processo necessita inevitabilmente del fatto che il progetto sia longevo e consolidato, e tutte le realtà prese in considerazione partono da pochi partecipanti.

Potrebbe quindi essere corretto affermare che i GAS ben consolidati nel territorio e nel tempo possano essere destinati a perdurare e diventare centro di cultura e socialità, come già accade per Mira GAS, GAS Riviera e Altragricoltura Nord Est. Una comune a tutti i gruppi intervistati, più o meno grandi, è la creazione di una realtà di scambio democratico e altamente partecipativo che sopravvive con un volontariato dalla doppia finalità: verso i produttori, il gruppo stesso, il mantenimento delle biodiversità e verso se stessi e le proprie famiglie consumando cibi più economici e salubri.

È vero anche che impegni frequenti di volontariato che comprendono acquisti condivisi, organizzazione di questi, gestione dei rapporti con i produttori e talvolta distribuzione escludono da queste attività (anche se ben organizzate) una porzione di cittadinanza che, seppur curiosa e bendisposta nei confronti del consumo critico, non potrebbe pur volendo partecipare. Questo segna un limite importante in ogni GAS, evidenziando anche l'eventuale possibilità che i consumatori critici e politici, come già detto in continua crescita, potrebbero escludere dalle loro scelte l'esperienza del GAS in quanto incompatibile con la propria organizzazione quotidiana.

Il tema dell'organizzazione personale è già stato affrontato paragrafo sull'organizzazione dei gruppi di acquisto personale, ma nella pratica un certo tipo di programmazione è difficilmente applicabile quotidianamente: molti consumatori critici potrebbero quindi essere tali escludendo la componente comunitaria della scelta tipica dei GAS (ad esempio acquistando nei mercati locali) o, parzialmente quella politica applicando autonomamente il boicottaggio di merci.

Lo stesso però, per essere praticato in questo modo, richiede la frequentazione per gli acquisti di grandi magazzini, ad esempio. Un consumatore critico e politico che non partecipa ad un GAS pratica continuamente dei compromessi prediligendo alcuni aspetti della consapevolezza nel consumo, a confermare che i consumatori perfetti non esistono.

Gli stessi GAS intervistati ne sono consapevoli ed hanno condiviso degli esempi di loro aspetti da migliorare, come per esempio quello dell'imballaggio, a cui i gassisti cercano una soluzione efficiente attraverso le riunioni in cui possono scambiarsi e condividere opinioni a riguardo per poter incrementare gli aspetti positivi dell'esperienza del GAS ed alleggerire l'impatto ambientale.

Gli aspetti di scambio e confronto sono quelli che forniscono completezza alle esperienze di GAS e danno loro quindi un futuro di crescita ed ingegno continui, fattori che la singola testa del consumatore critico solo può ottenere molto più difficilmente cercando in autonomia materiali ed altro, sempre che ce ne sia il desiderio. Nel GAS invece, il confronto è continuo e porta a frutti inaspettati anche quando questo non è cercato, ed è infatti un elemento fondamentale dei gruppi di acquisto solidale.

Bibliografia

¹Juliet Schor, *Born to buy, the commercialized child and the new consumer cult*, Scribner, 2014

²Naomi Klein, *No Logo*, Baldini&Castoldi, 2007

³Ibidem

⁴fashionrevolution.org

⁵unimondo.org

⁶Massimo Acanfora, *Piccola guida al consumo critico, acquisti responsabili e stili di vita etici 2.0*, Altreconomia, i manuali, 2016

⁷Ibidem

⁸Luisa Leonini, Barbara Sassatelli, *Il consumo critico*, Editori Laterza, 2001

⁹Massimo Acanfora, *Piccola guida al consumo critico, acquisti responsabili e stili di vita etici 2.0*, Altreconomia, i manuali, 2016

¹⁰Francesca Forno, Paolo R. Graziano, *Sustainable community movement organization*, «Journal of Consumer Culture», 2014

¹¹Massimo Acanfora, *Piccola guida al consumo critico, acquisti responsabili e stili di vita etici 2.0*, Altreconomia, i manuali, 2016

¹²Marc Augè, *NONLUOGHI*, Elèuthera, 2018

¹³Norris (1999) cit. Francesca Forno, Paolo R. Graziano, *Sustainable community movement organization*, «Journal of Consumer Culture», 2014

¹⁴Massimo Acanfora, *Piccola guida al consumo critico, acquisti responsabili e stili di vita etici 2.0*, Altreconomia, i manuali, 2016

¹⁵Monica Di Sisto, *Un commercio più equo*, Altreconomia, i saggi, 2011

¹⁶ Ibidem

¹⁷ wfto.org

¹⁸ Chiara Spadaro, testo della mostra *Fair trade for future, sostenibilità e commercio Equo e solidale*, 2020

¹⁹ Massimo Acanfora, *Piccola guida al consumo critico, acquisti responsabili e stili di vita etici 2.0*, Altreconomia, i manuali, 2016

²⁰ Legge n. 381/1991, art. 1 “Disciplina delle cooperative sociali”

²¹ www.istat.it

²² bilancidigiustizia.it

²³ Massimo Acanfora, *Piccola guida al consumo critico, acquisti responsabili e stili di vita etici 2.0*, Altreconomia, i manuali, 2016

²⁴ Ibidem

²⁵ Definizione di turismo responsabile adottata dall’assemblea di AITR in data 9 ottobre 2005 a Cervia

²⁶ aitr.org

²⁷ Massimo Acanfora, *Piccola guida al consumo critico, acquisti responsabili e stili di vita etici 2.0*, Altreconomia, i manuali, 2016

²⁸ Francesca Forno, Paolo R. Graziano, *Sustainable community movement organization*, «Journal of Consumer Culture», 2014

²⁹ Ibidem

³⁰ Ibidem

³¹ slowfood.it

³² seashepherd.it

- ³³Alex Cornelissen, *Pesca sostenibile, una contraddizione*, seashepherd.it, 24 Marzo 2021
- ³⁴Maria Elena Severino, *Nuove tendenze di consumo, I gruppi di acquisto solidale*, Tesi di laurea, Università di Verona, Facoltà di economia, 2005
- ³⁵Naomi Klein, *Una rivoluzione ci salverà*, Bur Rizzoli, 2015
- ³⁶Francesca Forno, Paolo R. Graziano, *Sustainable community movement organization*, «Journal of Consumer Culture», 2014
- ³⁷Adriana Pollice, «Il manifesto», 21 Novembre 2021 n. 227
- ³⁸Paolo Cacciari, *101 piccole rivoluzioni, storie di economia solidale e buone pratiche dal basso*, Altreconomia, i saggi, 2016
- ³⁹Massimo Acanfora, *Piccola guida al consumo critico, acquisti responsabili e stili di vita etici 2.0*, Altreconomia, i manuali, 2016
- ⁴⁰treccani.it
- ⁴¹Pierfrancesco Fighera, *Dall' ambiente al territorio : la sostenibilità dello sviluppo*, in *Innovazione e sostenibilità, Modelli locali di sviluppo al bivio*, Patrizia Messina (a cura di), C.L.E.U.P, 2009
- ⁴²Patrizia Messina, Giulia Vanin, *Misurare la sostenibilità dello sviluppo, nuovi indicatori e nuove pratiche*, in *Innovazione e sostenibilità, Modelli locali di sviluppo al bivio*, Patrizia Messina (a cura di), C.L.E.U.P, 2009
- ⁴³Serge Latouche, *Breve storia della decrescita, origine, obiettivi, malintesi e futuro*, Bollati Boringhieri, Torino, 2021
- ⁴⁴Marco Bagliani, Antonella Pietta, *Un sistema di contabilità ambientale per l' analisi del territorio : l' ecological footprint analysis*, in *Politica e gestione dell'*

ambiente, attori, processi, esperienze, Monica Camuffo, Stefano Soriani (a cura di)
Pàtron editore, Bologna 2015

⁴⁵Marco Bagliani, Antonella Pietta, *Un sistema di contabilità ambientale per l'analisi del territorio : l' ecological footprint analysis*, in *Politica e gestione dell'ambiente, attori, processi, esperienze*, Monica Camuffo, Stefano Soriani (a cura di)
Pàtron editore, Bologna 2015

⁴⁶ukcop26.org

⁴⁷Giacomo Tagliani, «La Repubblica», 26 Aprile 2021

⁴⁸Serge Latouche, *Breve storia della decrescita, origine, obiettivi, malintesi e futuro*, Bollati Boringhieri, Torino, 2021

⁴⁹Ibidem

⁵⁰Serge Latouche, *Per una società della decrescita*, in *Obiettivo decrescita*, Marco Bonaiuti (a cura di), EMI, 2008

⁵¹Luisa Leonini, Barbara Sassatelli, *Il consumo critico*, Editori Laterza, 2001

⁵²Documento base dei GAS, *I Gruppi di acquisto solidale, un modo diverso di fare la spesa*, Luglio 1999

⁵³Ibidem

⁵⁴economiasolidale.net

⁵⁵Lorenzo Valera, *GAS, gruppi di acquisto solidali*, Terre di mezzo, Milano, 2005

⁵⁶Paolo Cacciari, *101 piccole rivoluzioni, storie di economia solidale e buone pratiche dal basso*, Altreconomia, i saggi, 2016

⁵⁷Massimo Acanfora, *Piccola guida al consumo critico, acquisti responsabili e stili di vita etici 2.0*, Altreconomia, i 6manuali, 2016

- ⁵⁸ Legge finanziaria n.244/2007, art. 1 comma 266
- ⁵⁹ Massimo Acanfora, *Piccola guida al consumo critico, acquisti responsabili e stili di vita etici 2.0*, Altreconomia, i manuali, 2016
- ⁶⁰ Lorenzo Valera, *GAS, gruppi di acquisto solidali*, Terre di mezzo, Milano, 2005
- ⁶¹ Documento base dei GAS, *I Gruppi di acquisto solidale, un modo diverso di fare la spesa*, Luglio 1999
- ⁶² economiasolidale.net
- ⁶³ *Ibidem*
- ⁶⁴ Francesca Forno, Paolo R. Graziano, *Il consumo responsabile in Italia, I primi dati dell'indagine 2020*, osservatoriosociale.eu
- ⁶⁵ Patrizia Messina, *Modi di regolazione dello sviluppo locale, una comparazione per contesti di Veneto ed Emilia Romagna*, Padova University Press, 2012, Padova
- ⁶⁶ Francesca Forno, Paolo R. Graziano, *Sustainable community movement organization*, «Journal of Consumer Culture», 2014
- ⁶⁷ Sondaggio Se dico GAS (allegato 11)
- ⁶⁸ Sondaggio GAS Democrazia (allegato 2)

ALLEGATI :

ALLEGATO 1: Intervista GAS Associazione Altragricoltura (Incontro 29/11/2021)

Zona teatro Geox PD

Altrag. È un' associazione parasindacale che ha aperto un gruppo di acquisto. Nome "Il ciclo corto", nato dopo i fatti del G8 di Genova, 2001.

Circa 100 iscritti.

GAS che si propone come motore economico e sociale della comunità locale.

Non si rifanno ad una specifica bandiera politica ma il bacino di idee è inscrivibile in quelle della sinistra radicale extraparlamentare.

Dispongono del carrello online attraverso cui fare gli ordini, che vengono consegnati bi settimanalmente.

Altre attività:

⑩ sede è luogo di socialità e cene di autofinanziamento

· sede è luogo di presentazione di documentari e testi riguardanti : alimentazione, alimentazione bio, agricoltura, diritti sul lavoro, legalità del lavoro (SOS Rosarlo) diritti della privacy, politiche nazionali ed europee, decrescita. Esempi : presentazione del documentario *Adults in the room* di Costa Gavras, incontro con Maurizio Pallante

⑩ volantaggi all' uscita dai supermercati per chiedere tracciabilità dei prodotti

Requisiti aggiuntivi :

⑩ accessibilità, il cibo sano per tutti è un diritto : si a prodotti biologici/biodinamici ma con prezzi accessibili : si bio non certificato, verifica della qualità attraverso visite ai produttori.

Prodotti:

⑩ alimentari (formaggio di capra, acquisto di agrumi dal Sud Italia (SOS Rosarno)

⑩ Altromercato attraverso Angoli di mondo

⑩ Detersivi alla spina (azienda quality service di Treviso)

⑩ Calzature (ora meno) azienda Ragioniamo coi piedi

L'associazione AltrAgricoltura Nord Est è nata dal processo di riflessione collettiva e di critica alla globalizzazione di merci e capitali nella straordinaria mobilitazione ed nell'incontro tra la società civile ed il mondo dell'associazionismo solidale ed antiliberista, a Genova, estate del 2001.

A Genova, in piazza Rossetti, la piazza tematica dedicata all'agricoltura, fu coniato uno slogan:

" IL CIBO NON È UNA MERCE !"

Questa semplice parola d'ordine rappresenta, ancor oggi molto del nostro pensiero ed azione.

Il cibo è un diritto naturale e quindi deve essere universalmente producibile ed accessibile, non può essere oggetto di speculazione finanziaria, non può essere avvelenato con gli OGM, con i pesticidi, con gli ormoni o riempito di antibiotici.

Il cibo è un elemento che rigenera la vita e quindi deve portare i valori del rispetto della vita per gli uomini, per gli animali, per l'ambiente.

Il cibo è portatore di cultura, di tradizione e di identità collettiva e quindi bisogna valorizzarne la produzione a ciclo corto, espressione di metodi produttivi legati alla terra ed alla specificità territoriale, che racchiudono saperi, sapori e lavoro riconoscibile.

In questi pochi punti vive la possibilità di produrre un cibo sano, buono e per tutti.

Tutti sappiamo che agricoltura e alimentazione sono da tempo terreno di saccheggio e speculazione di grandi multinazionali e finanziarie con il risultato che l'importante non è come si fa il cibo ma come viene contrattato in borsa!!

Tutto questo i cittadini lo pagano giorno per giorno sulla propria pelle rimettendoci la salute, i riferimenti culturali, l'indipendenza alimentare e politica, il reddito.

Difendere e rivendicare l'applicazione di questi diritti lesi è importante ed è ancora possibile.

Rendere accessibile per tutti il cibo sano, sicuro e buono significa cambiare l'attuale sistema industriale di produzione degli alimenti, iniquo e malsano.

Noi pensiamo sia possibile arrivare a condizionare consumi e tipo di produzioni agricole, facendo tesoro delle tante esperienze passate, costruendo nuovi legami diretti contadini-cittadini. Possiamo costruire ed autogestire esperienze di cambiamento oggi, legate alle particolarità dei territori, per arrivare, domani, a fare cambiare su larga scala la produzione agroindustriale.

Il semplice atto di scegliere un cibo dallo scaffale del rivenditore promuove o penalizza un sistema produttivo al posto di un altro.

Oggi il cittadino esercita la sua domanda di cibo sano senza avere però la capacità di orientare la produzione. Il cittadino consumatore è soggetto passivo delle scelte delle grandi catene distributive che, attraverso marketing e pubblicità, dai costi sociali stratosferici, organizzano i consumi secondo le loro strategie e per i loro interessi.

AltrAgricoltura, assieme ad altre associazioni di base, pensa sia possibile ridare potere contrattuale ai cittadini costruendo una stretta alleanza con i contadini.

Gruppi di Acquisto Solidale "Il Ciclo Corto" per un'altragricoltura, un progetto che si rivolge a tutti i cittadini che vogliono:

- Sapere cosa mangiano veramente;
- Acquistare a prezzi accessibili alimenti sicuri e buoni, che escludono Organismi Geneticamente Modificati, antibiotici, promotori di crescita, farine animali, residui chimici;
- Riconoscere al cibo, alle pratiche inerenti alla sua produzione, funzione etica nella rigenerazione della vita, della natura in generale;
- Salvaguardare la fertilità della terra, l'ambiente e le risorse naturali;
- Valorizzare le produzioni agricole a ciclo corto, espressione di metodi produttivi a conduzione diretta, a basso impatto ambientale;
- Tutelare il lavoro agricolo e la sua qualità, assicurando solidarietà di filiera etica per un'equa remunerazione dei lavoratori;
- Sostenere le aziende agricole locali che praticano l'agricoltura biologica;
- Sostenere le aziende agricole locali e filiere produttive normate, ecocompatibili ed ecosostenibili, che praticano agricoltura convenzionale escludendo l'uso di OGM, della chimica e della bioingegneria;
- Difendere la biodiversità della natura, secondo i principi della Sovranità Alimentare;
- Diffondere una cultura che miri al rispetto della pace, della solidarietà, dei diritti dell'uomo, degli animali, dell'ambiente;
- Sostenere i progetti sociali di cooperazione internazionale e commercio equo-solidale nel mondo.

Iscrivetevi ai GAS a Ciclo Corto e richiedete la cassetta di spesa di frutta e verdura stagionale, di carne, latte, formaggi, burro, uova, olio, vino, pane fresco, legumi e cereali, farina, caffè, tè, cacao, zucchero di canna, biscotti, tutto biologico, detersivi ecologici, scarpe a concia esclusivamente vegetale.

Associarsi ai Gruppi di Acquisto Solidale significa non solo organizzarsi per mangiare meglio, risparmiando, ma anche iniziare a condividere una vita migliore...

**Associazione AltrAgricoltura Nord Est
Corso Australia, 61 - 35136 PADOVA
Tel. 049.7380554 - 049.7380587
www.altragricolturanordest.it
e-mail: Infogas@altragricolturanordest.it**



ALTRAGRICOLTURA NORD EST

L'associazione **AltrAgricoltura Nord Est** ha un gruppo d'acquisto solidale (G.A.S.) che conta oltre 400 associati

Il G.A.S. "IL CICLO CORTO" si occupa di recuperare **da contadini e trasformatori più vicini possibili** una serie di prodotti (circa 450) **che poi mette a disposizione dei soci tramite un paniere online** che comprende frutta e verdura, latticini, pasta, cereali e legumi, carne e salumi, pesce, prodotti macrobiotici, vino, birra, succhi, olio, sale, zucchero, caffè, detersivi ecologici ecc.

COME ASSOCIARSI O OTTENERE INFO
sul sito online: www.altragricolturanordest.it
passando in sede: **Corso Australia, 61 Padova**
telefonando al numero: **049 7380587**
scrivendo una mail a: infogas@altragricolturanordest.it

QUALITÀ E BONTÀ

Il cibo fornito è quanto di **più naturale e sano si trovi in commercio**. Tassativamente senza OGM e residui chimici.

RISPARMIO

Grazie all'aiuto volontario dei soci riusciamo a proporre questo **cibo genuino a prezzi accessibili anche ai meno abbienti**, prezzi decisamente inferiori rispetto ai supermercati biologici, **concorrenziali con quelli dei supermercati convenzionali**.

RICONOSCERE IL VALORE DEL LAVORO CONTADINO

Lo scopo è quello di **sviluppare un'economia eco-sostenibile e a misura d'uomo**. Perciò vengono preferite le **aziende di dimensioni ridotte** con cui è facile instaurare un rapporto di fiducia e collaborazione. Durante le visite bisettimanali risulta altresì facile il controllo dei processi di lavorazione e delle condizioni dei lavoratori.

QUANDO

Il ritiro delle spese avviene **con scadenza bisettimanale**.

In pratica si alternano settimane in cui si possono ordinare i prodotti online da martedì a venerdì e settimane in cui si ritirano le spese nella giornata di venerdì.

VOLONTARIATO

È molto importante che i soci riescano a ricavare dai loro impegni qualche ora ogni tanto (per esempio 3 al mese) per dedicarla al confezionamento delle spese (che avviene ogni 2 settimane nei giorni di mercoledì, giovedì e venerdì)

DOVE

La sede dove avviene lo smistamento dei prodotti, il confezionamento e ritiro delle spese è in corso **Australia, 61 - Padova (a fianco il teatro GEOX)**

ALLEGATO 2: INTERVISTA GAS Associazione Democrazia

COPERTURA GEOGRAFICA: Quartier del Piave. Principalmente Pieve di Soligo e Quartier del Piave. Marginalmente: Vallata Valsana, Vittorio Veneto, Conegliano

ANNO DI NASCITA : 2010

COMPONENTI : 30. Il gruppo “storico” si è disgregato e verso fine 2017, sia come associazione che come GAS, rimanendo attivo negli orti sociali e poche attività; a fine 2019 è stato rinnovato il Consiglio Direttivo (CD) con ripresa delle attività fra cui quella del GAS che ha visto un buon riscontro in occasione dell’ordine agrumi (60 persone)

Gli ordini successivi vedono una partecipazione media di 25-30 persone.

Inizialmente, in attesa di organizzare il GAS, non è stato chiesto il versamento di una quota annuale, ora per coprire i vari costi di gestione e avere un minimo di fondo cassa è stata fissata la quota annuale di € 10.

E’ stata sottoscritta per tutti i soci una polizza assicurativa RCT

ORGANIZZAZIONE : organi statutari: Presidente, Assemblea dei soci, Consiglio Direttivo e Responsabili dei vari gruppi. Decisioni assunte con il metodo del consenso;

Attività articolate in 3 gruppi:

- Associazione: attività generali informative seguite principalmente dal CD (5 membri)
- GAS: composto da 4 referenti + partecipazione di volontari a rotazione per distribuzioni
- Orti sociali-solidali: circa 20 lotti, al momento 17 in uso, il resto ad uso condiviso; una persona funge da coordinatore; parallelamente si è costituito un sottogruppo autonomo di giovani per la promozione della sostenibilità, socialità e autoproduzione.

PARTECIPAZIONE : partecipazione agli organi su base elettiva e gratuita con rinnovo ogni biennio. CD: riunioni ufficiali ogni 20-30gg per definire la modalità e tempistiche delle varie attività che man mano vengono proposte, contatti settimanali frequenti

GAS: contatti frequenti i fra i referenti ordini in base al calendario ordini e contatti con le aziende; discussione con gasisti in occasione delle distribuzioni; difficoltà nel riunire tutti insieme gli aderenti

Orti Sociali-Solidali: riunioni frequenti presso l’”ORTO FELICE”, spesso a seguire con pranzo o cena condivisa.

CONTATTI e INFO : <https://www.associazionedemocrazia.org/>, <https://www.facebook.com/LiberaDemocraziaAssociazione>, democrazia.associazione@gmail.com, gas.associazionedemocrazia@gmail.com.

GESTIONE ORDINI : Scarico e consegna prodotti:

- principalmente presso azienda resasi disponibile in giorni e orari lavorativi, soprattutto per consegne voluminose; idem per la distribuzione qualora non richieda molto tempo per lo smistamento.
- altre consegne presso abitazioni di chi si rende disponibile, nel caso di piccole consegne o prodotti di varie tipologie e pezzature che richiedono tempo per lo smistamento

- alcune aziende locali una volta ricevuto l'ordine effettuano direttamente la distribuzione e incasso in autonomia in uno o più luoghi designati (parcheggi o aree private)

Determinati acquisti vengono condivisi con altri GAS locali al fine di raggiungere i quantitativi minimi richiesti o per ottimizzare le consegne del fornitore con scarico unico. Non tutte le aziende concordano nell'effettuare consegna unica (bancale) con DDT e fatture distinte.

PAGAMENTI : Gli incassi delle prenotazioni al momento vengono gestiti in parte con bonifico dopo la consegna della merce (salvo anticipi da fare nel caso di nuovi fornitori), in parte tramite contanti specie nel caso di aziende locali per piccole forniture periodiche a cadenza ravvicinata.

PANIERE : pasta, riso, pane, prodotti da forno, farine, olio, passata di pomodoro, conserve, miele, vino, frutta e verdure, formaggi, uova, prodotti del commercio equo e solidale, piantine da orto, humus. Circa il 50% dei prodotti prenotati è fornito da aziende locali

CRITICITÀ : In generale, salvo casi particolari, la dimensione del ns. GAS come altri è "insignificante" se rapportata alla popolazione. Il GAS volutamente, per problemi organizzativi tende a limitare la propria dimensione, o a causa di scarsa comunicazione e interessamento delle persone rimane una piccola entità. La crescita comporta che più persone si rendano attive e questo è difficile; in parte certi gassisti, pur contribuendo al raggiungimento dei minimi d'ordine, non si rendono spontaneamente partecipi oltre al mero acquisto di prodotti.

La mancanza di sede fissa con accesso agevole per scarico e consegne, da organizzare anche eventualmente con giacenze disponibili e aperta in determinati orari potrebbe essere interessante ma per contro richiede partecipazione a rotazione e aumento dei costi fissi.

Pur utilizzando un applicativo che permette di inserire gli ordini multigas c'è la difficoltà fra i GAS ad usare modalità condivise, pertanto i riepiloghi fra applicativo e fogli di calcolo o altro deve essere fatto manualmente o tramite rielaborazioni.

ALTRI PROGETTI : Per il passato, ora bloccata, si organizzava a novembre il "Terra Madre Day", in collaborazione con i Volontari della Marcia Stop Pesticidi, invitando varie aziende locali con i loro prodotti.

Ora stiamo organizzando un evento orto-cultura.it che prevede una mostra fotografica all'interno degli orti sociali, parteciperanno produttori di rete contadina e altre realtà quali filiera grani, mostra itinerante e scambio semi antichi e riproducibili.

Da incentivare la condivisione di produttori, acquisti e distribuzioni fra più Gas, fra i quali la nascente FoodCoop di Conegliano che potrebbe funzionare da centro raccolta ordini e consegna presso i gas del territorio circostante.

ALLEGATO 3: INTERVISTA GAS Follino (chiamata con referente 17/12/202)

Luogo : Follina, vicino a Vittorio Veneto in provincia di Treviso (TV)

GAS esiste da 10 anni, partito da 4 famiglie. Ora ne conta 10.

Prodotti: agroalimentare, manifattura : vestiti, scarpe, carta certificata, cura della casa e della persona (azienda EOS Treviso).

Attività di decrescita e scambio : incrementare il riutilizzo ed il non spreco, passaggio tra gassisti di oggetti riutilizzabili (es. vestiti usati), passaggio dei saperi all'interno del gruppo. Riguardano soprattutto l'autoproduzione (es. sapone)

Scelta dei produttori basata su: dimensione : predilezione di aziende piccole con pochi dipendenti, qualità del lavoro dipendente, qualità dei prodotti, località dei produttori (acquisti a Km 0), no a produttori che vendono a GDO, a parità di qualità, scelta basata anche su prezzo.

Politica? Acquisti come atto politico di GAS Follino

Rapporti con botteghe del commercio equosolidale solo per acquisto di banane

Altre attività: coordinamento tra GAS della zona Conegliano/Pieve/Vittorio Veneto per abbattere costi di spedizione grazie ad insistente attività informativo e persuasiva, GAS Follino ha convinto l' asilo del paese ad acquistare alimenti biologici per i pranzi (es. Pasta Girolomoni)

ALLEGATO 4: INTERVISTA GAS...PITA! JESOLO (incontro con Sandra)
Critica GDO : tutto ciò che precede la posa sullo scaffale non riceve trattamento equo
No etichette politiche : acquisto è già atto politico
capacità critica + possibilità di avere info. Ogni scelta ha conseguenze
consegna settimanale di ortaggi, pane ,uova, agrumi da Sicilia e olio da Puglia
Prima scelta non legata a prezzo : solo BIO certificato
Prodotti anche costosi : bisogna consumare meno e meglio
Eventuali risparmi da sconti vengono utilizzati per aiutare realtà locali :
case famiglia e centri diurni, aiuto anche sociale e di volontariato (es. in Caritas)
dal 2018 progetto RIA, di iniziativa provinciale : far fare volontariato retribuito a
persone in difficoltà
Gas esiste dal 2014:
ordini online sul sito
ca. 50 famiglie
Conto in banca etica prima / banca locale ora
beni alimentari
No equosolidale : non ci sono botteghe in zona

ALLEGATO 5: INTERVISTA GAS PN

Gas PN (Pordenone)(incontro in videochiamata 16/11/2021)

GAS ha 12 anni, partito da gruppo di volontari che conta ora ha circa 15 famiglie.

Funziona con sistema di delega : ogni gassista si occupa di un prodotto. Incontro fisso 1 volta al mese.

Presenti all'interno attivisti "palesi" che fanno attività al di fuori del gas, in cui convivono visioni e pensieri politici diversi. Movimento del territorio deve conciliare le diversità del territorio accomunate da principi dei gas (consumo critico, solidarietà socialità).

Identificazione del GAS nei valori proposti dal cristianesimo.

Azione comune che ha coinvolto l'intera rete : lettera al comune per accoglienza migranti e opposizione al concetto di degrado urbano proposto dal comune di Pordenone. Evento che ha unito la rete dei GAS del Friuli-Venezia Giulia

Solidarietà :

rispetto della terra, ambiente, lavoro

possibilità di rapporto umano

confronto territoriale

Altri criteri : prezzo accessibile, se possibile presenza di poco imballaggio

esiste un referente per le botteghe del commercio equo ma è poco utilizzato nel gas (solo durante le promo ecc..) a causa del principio di accessibilità dei prezzi.

Limiti gas piccolo: più imballaggio, si richiede impegno anche oneroso ad ogni partecipante, implica rete stretta con altri gas, molto difficile da realizzare, non sempre si possono fare ordini comuni/collaborare con altri gas per frammentazione gusti.

altri prodotti oltre alimentari : bee o pak

ALLEGATO 6: INTERVISTA Brente GAS

- 1) Nato fine 2015 per un'idea di alcune persone che già aderivano ad altri Gas, sin da subito per motivi giuridico-amministrativi inglobato nel Circolo ARCI di Brentonico che se ne fece anche il promotore all'interno dei tesserati.
- 2) Territorio di mezza montagna, comune di circa 4000 abitanti, sparsi sul territorio comprensivo di 9 frazioni, il centro ne conta circa 1500; con località turistiche dedite al turismo prettamente invernale, ma anche estivo. La maggior parte dei cittadini fa lavoro dipendente e molti fanno i pendolari verso Trento e Rovereto. L'artigianato fino a qualche anno fa aveva un buon valore sull'economia del territorio, con la crisi del 2008 e il Covid la situazione è drasticamente peggiorata molte aziende hanno chiuso, anche a causa del non avvenuto ricambio generazionale.
- 3) I soci che partecipano e collaborano sono un centinaio. Come in tutti i territori la parte del leone la fa la grande distribuzione, sia per quanto riguarda l'alimentazione che per tutto il resto del comparto commerciale, ad anche da noi accade questo.
- 4) E' stato più volte affrontato il discorso decrescita, anche all'interno del gruppo, ma fino ad ora non c'è ancora una volontà di provare a creare un movimento che promuova questo modo di vita.
- 5) I produttori gli scegliamo in base: al km 0, alla garanzia che i dipendenti abbiano un contratto e siano pagati adeguatamente, che vengano usati per la coltivazione prodotti usati per aziende biologiche, anche nel caso non siano certificati BIO, che non vi sia sfruttamento o caporalato e naturalmente da produzioni biologiche certificate. Tutto questo naturalmente è agevolato dal fatto di far parte della rete GAS dove ci si scambiano le varie informazioni sui produttori, e dalla richiesta di poter visitare le aziende dove vengono effettuati gli acquisti.
- 6) I prodotti che acquistiamo sono sia alimentari che di altri generi, quindi la scelta come sopra descritto cade sia su aziende agroalimentari, biologiche, igiene della persona e editoria.
- 7) La nostra idea di Gas era sin da subito legata ad una informazione mirata a far nascere un pensiero critico, in coloro che per la prima volta sentivano parlare di Gruppi di acquisto solidali, nel metodo e modo di consumo di prodotti alimentari e non. L'idea di organizzare serate a tema con proiezioni di documentari, invitando di volta in volta relatori capaci di coinvolgere e sensibilizzare chi ascoltava, è stata la scelta vincente per attirare sempre più persone verso un consumo alternativo, comunque fuori dagli schemi convenzionali per un territorio come in nostro.
- 8) Sì, nelle ultime amministrative abbiamo partecipato con una lista, anche se non in modo esplicito.
- 9) Non vi sono negozi equo sul nostro territorio.
- 10) Facendo parte di un'associazione culturale il Gas anche se non in modo diretto partecipa a tutte le altre attività legate ad un programma del circolo ARCI, sia di ambito culturale che sociale.

ALLEGATO 7: INTERVISTA GAS Ponte San Biagio

Qual è la storia del vostro gruppo di acquisto? Il gruppo nasce quando alcuni membri di un altro GAS più grande decidono di staccarsi per crearne uno nuovo più piccolo e a dimensione più familiare. Il gruppo storico negli anni è cresciuto e si è rinnovato con l'ingresso di nuove persone. Passaggio fondamentale è stata la decisione di strutturarsi in associazione ed abbandonando la dimensione di gruppo spontaneo.

In quale contesto territoriale nasce e si sviluppa questo gruppo? Siamo nella provincia trevigiana, divisi tra due comuni medio-piccoli nella pianura lungo il fiume Piave.

Quanta partecipazione raccoglie il gruppo? E quanto questa è influenzata dalle caratteristiche (politiche, sociali, economiche) del territorio in cui operate? Attualmente abbiamo 25 soci più o meno attivi. Negli ultimi mesi, causa Covid, non abbiamo più organizzato alcun evento di presentazione dei GAS, realtà non sempre conosciuta in un contesto in cui, probabilmente, l'accesso diretto ai produttori di alimenti è facilitato rispetto ad altri luoghi.

Vi considerate un movimento di decrescita? Se per decrescita si intende la ricerca di un nuovo equilibrio tra bisogni e risorse della Terra, sì, probabilmente siamo un esempio di come si possano scegliere vie alternative e più sostenibili.

Quali sono i vostri criteri di scelta dei produttori? Produzioni biologiche o comunque eco-sostenibili, possibilmente locali o comunque che permettano di limitare il trasporto, produttori che svolgono progetti di tipo sociale.

Di cosa si occupano i produttori che selezionate (settore agroalimentare, agricoltura biologica, moda)? Settore agroalimentare, agricoltura biologica, cosmetici e detersivi per il corpo e per la casa.

Quali altre attività svolgete per mettere in pratica il consumismo critico e sviluppare e creare solidarietà e consapevolezza? Eventi pubblici di sensibilizzazione su particolari temi (alimentazione, ambiente, pesticidi, ecc) oltre che presentazioni dei produttori che utilizziamo.

Svolgete delle attività politiche? No.

Qual è il vostro rapporto con le botteghe di commercio equo del vostro territorio? Le conosciamo. Ci appoggiamo ad una delle più grosse per ritirare i prodotti CTM che periodicamente ordiniamo.

Adottate altri criteri oltre a quelli canonici dei GAS? (consumo critico, solidarietà, socialità) No.

ALLEGATO 8: INTERVISTA GAS RIVIERA

- 1) Qual'è la storia del Vostro GRUPPO DI ACQUISTO? Dopo la cosiddetta "guerra umanitaria nei Balcani, alcune associazioni del nostro territorio si sono trovate a discutere in diversi incontri pubblici il rapporto tra globalizzazione e guerra ed in seguito, tra globalizzazione ed economia/istituzioni/ambiente e delle possibili alternative a quanto ci veniva presentato come ineluttabile. Siamo così arrivati a chiederci cosa potevamo fare in pratica per riuscire a mettere il nostro granello di sabbia nel meccanismo della globalizzazione. Abbiamo dato vita così ad un piccolo evento: dal Novembre 2000, persone provenienti da esperienze e storie diverse si sono ritrovate insieme nel GAS
- 2) In quale contesto territoriale nasce e si sviluppa questo gruppo? Riviera del Brenta e Miranese.
- 3) Quanta partecipazione raccoglie il gruppo e quanto questa è influenzata dalle caratteristiche (politiche, sociali, economiche) del territorio in cui operate? Al momento della costituzione hanno aderito ca. 20 famiglie, aumentate nel corso degli anni di alcune decine. Nel durante alcune famiglie si sono staccate aprendo altri GAS. Attualmente siamo ca. una ventina di famiglie. Ci sembra che la partecipazione dipenda prevalentemente da una scelta dettata da motivi ideali.
- 4) Vi considerate un movimento di decrescita? Sì
- 5) Quali sono i Vostri criteri di scelta dei produttori? Scegliamo piccoli produttori di solo biologico, situati il più vicino possibile e prodotti del Commercio Equo e Solidale.
- 6) Di cosa si occupano i produttori che selezionate? Prevalentemente agricoltura biologica. In passato ci siamo forniti anche di : scarpe, pentole in terracotta, vestiario, prodotti in lana....
- 7) Quali altre attività svolgete per mettere in pratica il consumismo critico e sviluppare e creare solidarietà e consapevolezza? Alcuni soci sono anche produttori biologici (due professionisti) . Tutti noi curiamo la sensibilità verso la sostenibilità ambientale e sociale, nella vita e nelle attività di tutti i giorni, oltre che negli acquisti e iniziative che facciamo come Gas. In termini linguistici ci consideriamo fruitori del nostro fabbisogno ripudiando il consumismo.
- 8) Svolgete delle attività politiche? Fare GAS è fare politica. Non svolgiamo attività partitiche.
- 9) Qual'è il Vostro rapporto con le Botteghe del Commercio Equo del Vostro territorio? Molti di noi sono soci della Cooperativa che gestisce le Botteghe della zona, il cui Presidente è a sua volta nostro socio. Il nostro rapporto è improntato alla massima collaborazione.
- 10) Adottate altri criteri oltre a quelli canonici dei GAS (consumo critico, solidarietà, socialità)? Stiamo sostenendo un progetto in collaborazione con Bandera Florida che alfabetizza ed insegna la lingua Italiana alle madri emigrate attualmente nel nostro territorio ("Italiane anche noi").

ALLEGATO 9: INTERVISTA GASelnuovo

1) *Qual è la storia del vostro gruppo di acquisto?* Il gruppo nasce dalla volontà di una decina di famiglie residenti nel comune di Castelnuovo del Garda nel 2012. Poco tempo dopo la creazione del gruppo (associazione non riconosciuta), grazie al sostegno dell'amministrazione comunale, ci viene data in uso una stanza da adibire a sede presso le ex scuole elementari.

2) *In quale contesto territoriale nasce e si sviluppa questo gruppo?* Il territorio dove è nato il gruppo è quello dell'immediato entroterra del lago di Garda sud. Forte è l'influenza del turismo (soprattutto estivo) nell'area, ma sono presenti anche molte aziende agricole e poli industriali. Nei dintorni esistono numerose attività agricole biologiche, alcune delle quali sono nostri fornitori.

3) *Quanta partecipazione raccoglie il gruppo? E quanto questa è influenzata dalle caratteristiche (politiche, sociali, economiche) del territorio in cui operate?* Il gruppo è sempre stato composto da un numero limitato di famiglie, la maggior parte delle quali rimane dalla prima fondazione. Numerose sono le richieste di contatto per informazioni che riceviamo soprattutto via internet, ma pochi nuovi soggetti poi decidono di unirsi al gruppo. La partecipazione dei membri del gruppo è soprattutto rivolta all'acquisto dei beni, anche se in passato abbiamo partecipato con banchetti informativi durante le feste di paese e promosso serate di informazione su vari argomenti (finanza etica, meteo, farine, etc...). La scarsa partecipazione forse è anche dovuta ad un territorio già ricco di offerta: mercatini a km0, orti gestiti da famiglie private, numerosi supermercati, mercato settimanale.

4) *Vi considerate un movimento di decrescita?* Non proprio, ma direi di consapevolezza.

5) *Quali sono i vostri criteri di scelta dei produttori?* Cerchiamo di conoscere direttamente il produttore e di visitare la sua azienda. Cerchiamo di privilegiare chi opta per una produzione biologica (certificata o no).

6) *Di cosa si occupano i produttori che selezionate? (settore agroalimentare, agricoltura biologica, moda)* Agroalimentare in larga parte (verdura e frutta, miele, farine, olio, vino)

7) *Quali altre attività svolgete per mettere in pratica il consumismo critico e sviluppare e creare solidarietà e consapevolezza?* Ultimamente molto poco, anche dovuto alla pandemia

8) *Svolgete delle attività politiche?* No

9) *Qual è il vostro rapporto con le botteghe di commercio equo del vostro territorio?* Abbiamo acquistato un paio di volte in occasione di Natale o Pasqua alcuni prodotti specifici

10) *Adottate altri criteri oltre a quelli canonici dei GAS? (consumo critico, solidarietà, socialità)* No

ALLEGATO 10: INTERVISTA Gruppo GODO AIAB FVG

1) L'esperienza del GODO affonda le proprie radici nella volontà di pochi soci di creare un gruppo di acquisto che unisse i produttori biologici locali e i consumatori amanti del biologico.

Già dal 2005 si organizzavano le "cassette bio", realizzate grazie a una attenta programmazione colturale di poche aziende per garantire ogni settimana un contenuto vario di frutta e verdura di stagione per tutto l'anno. La distribuzione avveniva in diverse città in base alle persone che manifestavano l'interesse per la cassetta settimanale, con un sistema semplice e piuttosto intuitivo. Nella cassetta erano incluse anche delle ricette per utilizzare al meglio gli ingredienti a disposizione.

Il GODO (Gruppo Organizzato Domanda Offerta) nasce nel 2013 dall'evoluzione di questa prima esperienza. Le prime distribuzioni sono state organizzate a Fagagna, seguita rapidamente da Fiumicello. Col tempo il gruppo si è allargato e la sua gestione è divenuta sempre più complessa fino ad arrivare ad oggi.

Attualmente il GODO opera in 4 punti di distribuzione ed è gestito col supporto di collaboratori esterni che si occupano della gestione commerciale/amministrativa/logistica e promozionale del servizio.

Nel marzo 2020 ci siamo reinventati per consentire la continuazione del GODO anche durante il lockdown a beneficio dei soci consumatori e soprattutto dei produttori, e con grande impegno i nostri volontari hanno iniziato a effettuare le consegne a domicilio degli ordini.

Con il sostegno di AIAB srl e dei finanziamenti europei abbiamo ideato una nuova piattaforma, Farmsuite, che renderà il sistema GODO ancora più efficiente e intuitivo. La nuova piattaforma di vendita, infatti, non gestirà solamente la vendita dei prodotti biologici in tutto il Paese, ma si pone l'obiettivo di aiutare i produttori, velocizzando la pianificazione delle colture, il monitoraggio delle stesse e la gestione amministrativa delle loro aziende.

2) Il gruppo è attivo in quattro città del Friuli Venezia Giulia: Fiumicello, San Marco di Mereto di Tomba, Trieste e Udine.

3) Il gruppo di acquisto è riservato ai soli soci di AIAB FVG aps (Associazione Italiana per l'Agricoltura Biologica del Friuli Venezia Giulia - www.aiab.fvg.it), l'adesione è volontaria e non ci sono requisiti di continuità della spesa, pertanto la partecipazione può variare molto in base al periodo e ai prodotti disponibili in listino. Mediamente gli utenti variano tra i 25 e i 60 presso il punto di distribuzione di Fiumicello, tra i 10 e i 20 a San Marco, tra i 10 e i 20 a Trieste, tra i 15 e i 20 a Udine. Come si nota, il punto di distribuzione di Fiumicello vanta un numero di soci consumatori così numeroso perché influenzato dal contesto territoriale (sociale e culturale) di riferimento. Gli abitanti di questa zona sono infatti abituati ad acquistare frutta/verdura/carne/pesce/altro direttamente dagli agricoltori, raramente vanno in supermercato.

4) La riduzione dell'impatto ambientale, energetico e di input produttivi è uno dei principi cardine dell'agricoltura biologica. La promozione dei prodotti biologici e locali si pone in netto contrasto con le dinamiche della grande distribuzione che spesso implicano lunghi trasporti e elevato consumo di risorse. La recente emergenza sanitaria ha inoltre riportato a galla il sentimento generale di

preoccupazione circa le prospettive future del nostro pianeta, il che ha spinto la popolazione a ragionare e rivalutare anche l'approvvigionamento agroalimentare, i metodi di produzione e le conseguenze che l'agricoltura convenzionale può determinare per la salute dell'uomo e del pianeta. Il GODO (Gruppo Organizzato Domanda Offerta) può in questo contesto rappresentare un valido modello alternativo per il sostentamento e supporto dell'agricoltura biologica e sostenibile. Il GODO, inoltre, attraverso ordini online settimanali e l'eliminazione di intermediari commerciali, contribuisce alla riduzione dello spreco alimentare e all'educazione al consumo critico.

5) Il requisito fondamentale è che il produttore sia certificato biologico (o all'ultimo anno di conversione al biologico). Da parte di AIAB FVG aps c'è ampia disponibilità a includere nuovi produttori e ad ampliare la varietà di prodotti, valutando sempre scrupolosamente la qualità degli stessi e la credibilità delle aziende produttrici. Non meno importante è l'obiettivo di promuovere e offrire supporto alle nuove aziende che iniziano ad affacciarsi al mercato, offrendo loro un nuovo canale di distribuzione e sostenendoli nella gestione logistica e amministrativa della vendita.

6) I produttori sono quasi esclusivamente aziende biologiche del settore agroalimentare, ma il GODO consente anche l'acquisto di prodotti biologici per l'igiene e la cura della casa. La maggior parte dei produttori selezionati sono regionali; tuttavia, a causa della evidente indisponibilità di alcune colture e produzioni a livello regionale, collaboriamo anche con produttori extraregionali per la consegna di prodotti tipici italiani, purché biologici (Parmigiano Reggiano, pecorino, olio, agrumi e altro..).

7) AIAB FVG aps mette in contatto produttore e consumatore; ma oltre a gestire la logistica, la dimensione commerciale e quella amministrativa della vendita diretta, organizza anche momenti di incontro, collaborazione e condivisione, supporta le aziende affinché si allarghi il loro bacino di utenza e aiuta le nuove aziende a farsi conoscere, anche grazie a eventi organizzati interamente dall'associazione. Alcuni esempi sono gli incontri su api e miele, sulle varietà locali di pomodoro, nonché la Biodomenica, un evento annuale di AIAB FVG aps cui partecipano molti produttori biologici della regione.

8) AIAB FVG non è impegnata a livello partitico, ma è coinvolta come stakeholder in molti progetti a livello regionale, per valorizzare l'agricoltura biologica e tutelare l'ambiente e i prodotti locali.

9) AIAB FVG collabora da anni con diverse botteghe equosolidali del territorio, che partecipano attivamente alle attività dell'associazione, tra cui anche il GODO.

10) Come già anticipato, il fulcro dell'attività del GODO e di AIAB FVG aps in generale è la promozione dell'agricoltura biologica locale, caratteristica che lo contraddistingue dalla maggior parte dei Gruppi di Acquisto Solidale e da servizi analoghi. L'attività del GODO si può riassumere in breve come segue:

preparazione settimanale dei listini disponibili per i soci sulla piattaforma del nostro sito - <https://www.aiab.fvg.it/godo/>

preparazione e invio ordini ai soci produttori del GODO

distribuzione dei prodotti in giorni prestabiliti (il martedì a San Marco di Mereto di Tomba e Udine e il venerdì a Fiumicello e Trieste)

monitoraggio regolare della qualità e della soddisfazione dei soci consumatori e produttori.

ALLEGATO 11: INTERVISTA Se dico GAS

1) Qual è la storia del vostro gruppo di acquisto? Il nostro gruppo nasce nel 2015: alcuni membri “fondatori “ - già a suo tempo iscritti presso un altro GAS del territorio (La Mad Feltrina, per la cronaca) - hanno deciso di creare un gruppo autonomo per coinvolgere il territorio di Sedico.

2) In quale contesto territoriale nasce e si sviluppa questo gruppo? Nasce nel territorio di Sedico, comune della Valbelluna posizionato tra Feltre ed il capoluogo Belluno. In questo territorio, nonostante la presenza di importanti aziende industriali, è ancora presente un settore agricolo fatto di piccole realtà.

3) Quanta partecipazione raccoglie il gruppo? E quanto questa è influenzata dalle caratteristiche (politiche, sociali, economiche) del territorio in cui operate? Se per partecipazione consideriamo il numero di iscritti, lo stesso nel corso degli anni è stato variabile con fisiologiche entrate ed uscite di soci; il numero è sempre stato tra i 30 ed i 40/45 soci. Diverso il discorso se parliamo di partecipazione nel senso di incontri organizzati o disponibilità alla assunzione di una referenza di prodotto, che spesso latita: siamo a conoscenza, confrontandoci con altre realtà provinciali simili alla nostra, che questo è un “male” comune. Si potrebbe affermare che la partecipazione è comunque trasversale sia politicamente che socialmente che economicamente: non si rilavano tra i soci delle enclave particolari ma decisamente abbiamo una certa varietà di caratteristiche.

4) Vi considerate un movimento di decrescita? Direi di no: premesso il fatto che l'argomento non è mai stato affrontato in pieno negli incontri che teniamo, tuttavia non è uno dei punti focali della nostra iniziativa. Ovviamente la volontà di ricercare produttori locali non è di per sé l'unica indicazione per definire il gruppo un movimento di decrescita.

5) Quali sono i vostri criteri di scelta dei produttori? Molti dei produttori che utilizziamo sono “storici”, ereditati dalla precedente esperienza con il già citato GAS di Feltre con cui i soci fondatori operavano: nel corso degli anni non è stato necessario fare grandi cambiamenti. I nuovi fornitori che abbiamo introdotto nel nostro listino vengono scelti possibilmente tenendo come Stella Polare quanto indicato nel nostro Statuto, quindi essere biologici e locali. Ovviamente non è sempre stato possibile combinare questi due indicatori, vuoi perché alcuni prodotti non sono proprio rintracciabili sul territorio (esempio: le arance... !) vuoi perché per le piccole realtà agricole locali la certificazione biologica è un costo ed un'incombenza burocratica inaffrontabile. In questi casi ci viene in aiuto la conoscenza personale diretta da parte di qualche socio che si fa “garante” del comportamento del produttore.

6) Di cosa si occupano i produttori che selezionate? (settore agroalimentare, agricoltura biologica, moda) Il nostro GAS si occupa quasi esclusivamente di prodotti alimentari, di varia natura. Il secondo filone più importante è quello legato ai prodotti per la pulizia della casa e l'igiene personale. Rari e minimali i produttori al di fuori di queste due sfere.

7) Quali altra attività svolgete per mettere in pratica il consumismo critico e sviluppare e creare solidarietà e consapevolezza? Non abbiamo istituzionalmente delle attività su questi temi, che vengono comunque spesso affrontati nel corso delle riunioni che si svolgono mensilmente. Siamo intervenuti nel corso del tempo

in iniziative di attenzione per le politiche di land-grabbing sul territorio da parte dei produttori vinicoli del trevigiano e sull'uso massiccio di pesticidi che queste coltivazioni comportano. Nel corso dell'anno passato abbiamo utilizzato un avanzo di cassa per dare dei contributi a 2 nuove iniziative giovanili di insediamento di nuove attività agricole e di allevamento, nonché un ulteriore intervento di contributo ad un'azienda agricola già esistente che accoglie ed inserisce in attività lavorative ragazzi con autismo.

8) Svolgete delle attività politiche? No, nessuna.

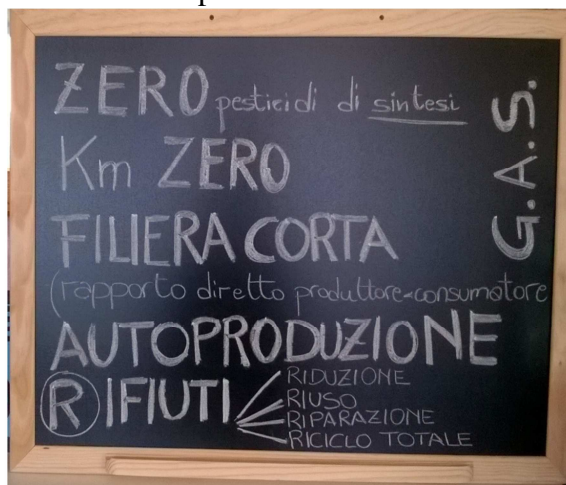
9) Qual è il vostro rapporto con le botteghe di commercio equo del vostro territorio? Nessun rapporto diretto. In zona abbiamo un paio di punti vendita dell'azienda Samarcanda, che si caratterizza proprio per il commercio equo-solidale, cui si rivolgono alcuni nostri soci ma non come diretta correlazione bottega-GAS.

10) Adottate altri criteri oltre a quelli canonici dei GAS? (consumo critico, solidarietà, socialità) Come detto, il collegamento con il territorio.

ALLEGATO 12: INTERVISTA GAS Andiamo avanti tornando indietro

1) Qual è la storia del vostro gruppo di acquisto?

Vedi ns. sito <https://andiamoavantitornandoindietro.jimdofree.com/>



2) In quale contesto territoriale nasce e si sviluppa questo gruppo?

Nato tra le inquinate ed invivibili colline del Prosecco Conegliano-Valdobbiadente – Treviso – Veneto

3) Quanta partecipazione raccoglie il gruppo?

Circa 50

E quanto questa è influenzata dalle caratteristiche (politiche, sociali, economiche) del territorio in cui operate?

L'adesione è strettamente connessa al disagio di chi avendo sensibilità

verso l'ambiente è consapevole che il veleno spruzzato sui vigneti di prosecco rispecchia le medesime modalità di produzione di frutta, ortaggi e cibo industriale

4) Vi considerate un movimento di decrescita?

Ci consideriamo un movimento di **CRESCITA UMANA**.

La crescita economica ci ha condotti alla decrescita umana.

5) Quali sono i vostri criteri di scelta dei produttori?

Si veda la ns. pagina <https://gas-aati.jimdofree.com/>

6) Di cosa si occupano i produttori che selezionate? (settore agroalimentare, agricoltura biologica, moda)

Materie prime **ESCLUSIVAMENTE** da produzioni biologiche o biodinamiche

7) Quali altra attività svolgete per mettere in pratica il consumismo critico e sviluppare e creare solidarietà e consapevolezza?

Incontro formativi, autoproduzione domestica, riciclo

8) Svolgete delle attività politiche?

NO, anche se quello che facciamo è molto + rivolto alla polis come la intendevano i greci, di quanto non lo sia l'attività politica delle istituzioni parassitarie locali e nazionali

9) Qual è il vostro rapporto con le botteghe di commercio equo del vostro territorio?

Di stimolo. Se offrissero quanto suggeriamo, l'attività del GAS potrebbe esaurirsi e noi soci saremmo loro clienti per scelta

10) Adottate altri criteri oltre a quelli canonici dei GAS? (consumo critico, solidarietà, socialità) Vedi nostri pilastri di cui al punto 5)

ALLEGATO 13: INTERVISTA MIRA GAS

- 1) IL GRUPPO NASCE NEL 2007, PRIMA IN MODO INFORMALE POI NEL TEMPO STRUTTURANDOSI IN APS. NEL 2013
 - 2) IL GRUPPO RACCOGLIE I SUOI SOCI PRINCIPALMENTE NEL COMUNE DI MIRA. AMMOZZA TRA I SOCI ISCRITTI ANCHE QUALCHE SOCIO DAI COMUNI LIMITROFI.
 - 3) I SOCI SONO DA 30-40 A SECONDA DEGLI ANNI - POI INFORMALMENTE RAGGIUNGIAMO LE 50 FAMIGLIE. LA SCELTA DI FARLI SOCIO E' IN PREVALENZA DOVUTA ALLE SENSIBILITA' DI SALUBRITA', DI ORIENTAMENTO AL BIOLOGICO DI ATTENZIONE VERSO TUTTE LE FORME DI SALVAGUARDIA DELLA NATURA e DI SALUTE PERSONALE DEGLI OPERATORI - DI AIUTO ECONOMICO A TORNARE LE PICCOLE ATTIVITA' AGRICOLE
 - 4) DIRETTAMENTE NO. INDIRETTAMENTE APPARTENENDO AD UN GRUPPO AUMENTA LA SENSIBILITA' e L'ATTENZIONE VERSO TUTTO L'AMBIENTE CHE CI CIRCONDA
-
- 5) I FORNITORI VENGONO SCELTI IN BASE AUE NECESSITA' ESPRESSE DAL GRUPPO. VENGONO ANALIZZATI - VENGONO ASCOLTATI IN FORMA ASSEMBLEARE e POI TESTATI CON UNA PRIMA FORNITURA
 - 6) PRINCIPALMENTE AGRICOLI BIO, CHE PUO' ESSERE ACCERTIFICATO o DI FATTO
 - 7) IN PERIODO DI NORMALITA': MERCATINI - FIERE AGILIONI PUBBLICHE
 - 8) DIRETTAMENTE NO - PARTECIPIAMO COME GRUPPO ALLA CONSULTA CULTURA DEL COMUNE DI MIRA - POI OGNI SOCIO ESPRIME POLITICAMENTE AL DI FUORI DEL GRUPPO -
 - 9) SIAMO STATI SOCIO FONDATORE DI QUELLA OPERANTE NEL MS COMUNE. ANCORA OGGI QUALCUNO SVOLGE ATTIVITA' DI VOLONTARIATO ACQUISTIAMO DA NEGOZIO SOCIALE DIRETTAMENTE SIA A TITOLO PRIVATO, CHE COME GRUPPO DI ACQUIRO
 - 10) - CERTAMENTE SI. QUASI OGNI SOCIO E' RAPPRESENTANTE IN ALMENO UNA/DOE ASSOCIAZIONI. CERCIAMO POI DI VIVERE IL MS TERRITORIO IN TUTTE LE SUE MANIFESTAZIONI SOCIALI e CULTURALI/POLITICHE, IVI COMPRESA UNA PARTECIPAZIONE SOLIDALE