



FACOLTA' DI ECONOMIA

CORSO DI LAUREA: Marketing e Ricerche di Mercato

CANDIDATO: Cecilia Cipolli

CONSUMO ETICO ED ECONOMIA SOLIDALE: ANALISI EMPIRICA SUI  
GAS IN ITALIA

PROF. RELATORE: Daniele Dalli

Anno Accademico 2012/2013

*a Viola*

## **INDICE**

1. <i>Il consumo critico e l'affermarsi di nuove forme di acquisto solidale</i>	<i>pag.5</i>
1.1. <i>L'evoluzione dei consumi: dal consumo tradizionale al consumo critico ed etico</i>	<i>pag.5</i>
1.1.1. <i>Il consumo critico in Europa</i>	<i>pag.9</i>
1.2. <i>La rilevanza del fenomeno del consumo critico ed etico in Italia</i>	<i>pag.10</i>
1.2.1. <i>Commercio equo e solidale</i>	<i>pag.11</i>
1.2.2. <i>Turismo responsabile</i>	<i>pag.13</i>
1.2.3. <i>Finanza etica</i>	<i>pag.14</i>
1.2.4. <i>Cooperative sociali</i>	<i>pag.17</i>
1.2.5. <i>Risparmio energetico</i>	<i>pag.18</i>
1.2.6. <i>Agricoltura biologica e chilometro zero</i>	<i>pag.19</i>
1.3. <i>I Gruppi di Acquisto Solidale</i>	<i>pag. 23</i>
1.3.1. <i>La storia</i>	<i>pag.23</i>
1.3.2. <i>Che cos'è un GAS?</i>	<i>pag.25</i>
1.4. <i>I concetti di DES e RES</i>	<i>pag.28</i>
2. <i>La letteratura</i>	<i>pag.30</i>
2.1. <i>Quadro generale</i>	<i>pag.30</i>
2.1.1. <i>Condizioni e modalità d'ingresso nel GAS</i>	<i>pag.31</i>
2.1.2. <i>Fattori motivazionali della partecipazione al GAS</i>	<i>pag.33</i>
2.1.3. <i>Obiettivi ed aspirazioni connessi al GAS</i>	<i>pag.36</i>
2.2. <i>Punti di forza e debolezza del GAS</i>	<i>pag.40</i>
2.3. <i>Attitude-Behaviour Gap</i>	<i>pag.42</i>
3. <i>La metodologia</i>	<i>pag.44</i>
3.1. <i>La struttura della ricerca</i>	<i>pag.44</i>
3.1.1. <i>Ricerca quantitativa</i>	<i>pag.45</i>
3.1.2. <i>Ricerca qualitativa</i>	<i>pag.48</i>
4. <i>Analisi dei risultati</i>	<i>pag.53</i>
4.1. <i>Analisi del questionario</i>	<i>pag.53</i>
4.1.1. <i>Il campione</i>	<i>pag.53</i>
4.1.2. <i>Condizioni e modalità d'ingresso nel GAS</i>	<i>pag.57</i>
4.1.3. <i>Modalità e tipologia di prodotti acquistati all'interno del GAS</i>	<i>pag.64</i>
4.1.4. <i>Attività ed impegni sociali svolti dai membri del GAS</i>	<i>pag.72</i>
4.2. <i>Analisi delle interviste</i>	<i>pag.75</i>
4.2.1. <i>I fattori che determinano l'ingresso al GAS</i>	<i>pag.77</i>

<i>4.2.2. Le motivazioni d'ingresso al GAS</i>	<i>pag.83</i>
<i>4.2.3. Obiettivi ed aspirazioni di più ampio respiro connessi all'ingresso del GAS</i>	<i>pag.103</i>
<i>4.3. Analisi quantitativa e qualitativa a confronto</i>	<i>pag.112</i>
<i>Bibliografia</i>	<i>pag.115</i>
<i>Sitografia</i>	<i>pag.117</i>
<i>Appendice 1</i>	<i>pag.118</i>
<i>Appendice 2</i>	<i>pag.127</i>
<i>Appendice 3</i>	<i>pag.155</i>

# **CONSUMO ETICO ED ECONOMIA SOLIDALE.**

## **ANALISI EMPIRICA SUI GAS IN ITALIA**

### **1. IL CONSUMO CRITICO E L’AFFERMARSI DI NUOVE FORME DI ACQUISTO SOLIDALE**

#### *1.1 L’evoluzione dei consumi: dal consumo tradizionale al consumo critico ed etico*

In Italia da oltre una decina di anni si stanno espandendo pratiche di consumo che non sono riconducibili ai classici criteri di natura economica, come ad esempio acquistare un prodotto in relazione alla convenienza del prezzo, al gusto o al benessere personale. Un ampio numero di consumatori attua sempre più comportamenti di consumo orientati sulle scelte di tipo etico e sociale, rifiutando simboli e brand largamente accettati dalla società (Papaoikonomou et al., 2011)

Come osserva Tosi (2010, p.102 ss.) il comportamento di consumo ha seguito un’evoluzione storica che può essere suddivisa in tre fasi principali. La prima fase è stata definita tradizionale ed è caratterizzata dal valore dato al denaro e all’etichetta di base dei prodotti come la composizione, quantità, modalità d’uso... in questa fase si afferma la sovranità del consumatore ed il suo diritto ad essere informato. Le fasi successive si sono susseguite con rapidità a partire dagli anni ’70. Nella seconda fase si sono aggiunti ai temi precedenti l’attenzione alla salute ed alla sicurezza, inserendo così l’importanza della trasparenza da parte delle imprese produttrici. La terza fase si ha verso la fine degli anni ’90, dove la componente sociale è stata fortemente influenzata dalle manifestazioni che hanno seguito la cosiddetta “Battaglia di Seattle” (la manifestazione contro il WTO nel 1999), individuando nel mercato un’arena di confronto politico. È in quest’ambito che il consumo critico inizia a diffondersi a fasce sempre più ampie

della popolazione. In modo particolare nel nostro Paese, questo carattere politico del consumo sembra aver facilitato le relazioni e la contaminazione tra organizzazioni e gruppi della società. In questi anni le organizzazioni impegnate nella diffusione del consumo critico si affermano come attori centrali nel cosiddetto *movimento dei movimenti*, partecipando come co-organizzatori di eventi sociali e di proteste importanti: da Seattle, a Genova, ai Social Forum, alle marce per la pace. Tali azioni di protesta consentono da un lato lo scambio di esperienze tra i vari soggetti che partecipano ai movimenti; dall'altro vi è la contaminazione delle forme d'azione tra i diversi settori di movimento. Grazie a queste relazioni si è potuto diffondere il consumo critico ad una fetta sempre più ampia della popolazione, a differenza del passato che era attuato da gruppi specifici e ristretti.

La diffusione del consumo critico in questi anni, è stata resa possibile grazie anche alla pubblicazione di libri, manuali e riviste che ci informano sulla storia dei prodotti che entrano nelle nostre case. Nel 1996 viene pubblicata dal Centro Nuovo Modello di Sviluppo la prima Guida al consumo critico, un testo che fornisce informazioni dettagliate sul comportamento delle imprese nazionali ed internazionali, tale guida è diventata un punto di riferimento per i consumatori critici. (Forno, 2009)

Con la terza fase si è avuto quindi il “*matrimonio tra ambientalismo e cittadinanza*” dando vita al così detto *consumo etico* dove i consumatori pongono l'attenzione su tre tematiche fondamentali che ruotano intorno al fair trade (commercio equo solidale):

- a. Tutela degli animali
- b. Ambiente
- c. Diritti umani e condizioni sul lavoro

Tali pratiche di consumo sono attuate in forma collettiva poiché i consumatori etici sostengono che le azioni svolte in forma comunitaria hanno una maggiore forza ed una maggiore efficacia rispetto ad un comportamento individuale, raggiungendo così più facilmente gli scopi prefissati. Infatti, acquistare in comunione consente di avere risorse e mezzi per poter combattere il sistema

tradizionale e raggiungere l'eticità negli acquisti e/o nelle azioni di boicottaggio contro le grandi industrie che non seguono comportamenti sostenibili da un punto di vista etico.

La ricerca attuata da Wheale e Hinton (2005, p.311) mette in evidenza che esistono differenze tra i drivers etici che guidano gli acquisti, infatti i consumatori ritengono che la tematica ambientale debba stare al primo posto poiché è il motore che spinge ad attuare un comportamento etico sia negli acquisti che nel panorama sociale; al secondo posto vi è l'attenzione ai diritti umani ed infine la spinta minore che detta il cambiamento comportamentale è generata dalla tutela sugli animali. Inoltre gli autori hanno riscontrato che esistono categorie di prodotti che suscitano un maggior comportamento etico rispetto agli altri; ad esempio ai beni alimentari è attribuito un significato maggiore rispetto ai prodotti elettronici o alle auto.

Tale consumo critico ed etico consente di invocare la nozione di "consumatore-cittadino" promuovendo la formazione di un soggetto collettivo in grado di influenzare i processi produttivi attraverso giudizi etici mediati dall'agire di mercato quotidiano (Leonini, Sassatelli, 2008).

L'agire di consumo non è solamente un fatto privato e personale, una ricerca di soddisfazione ai bisogni individuali, ma è un agire simbolico e comunicativo attraverso il quale si può esprimere una propria visione del mondo, emettere valutazioni e giudizi su produttori, commercianti, associazioni, è un modo attraverso il quale si può esprimere la propria appartenenza o estraneità sociale, ideale e politica.

Le pratiche di consumo critico non hanno cominciato come una forma negativa, ad esempio in un momento di disagio sociale o come un insieme di persone che si mettono insieme per ridurre il costo dei propri consumi; ma è nato con una forma positiva, quando vi è stato proprio un aumento del benessere, un aumento della scolarizzazione e un aumento dell'informazione.

I soggetti e le organizzazioni che partecipano alla diffusione e alla creazione di un'economia diversa, di un'altra economia più etica e critica, cercano di agire su tre livelli differenti (Coscarello, 2010, p. 10):

- *Livello Culturale*: al fine di creare nuove rappresentazioni, sia collettive che individuali, si cerca di dare maggiore importanza a ciò che consumiamo rispetto a ciò che facciamo.
- *Livello Economico*: consentono di facilitare la costruzione di reti economiche per la sostenibilità.
- *Livello Politico*: consentono di favorire la costruzione di forme di regolazione volontaria (soft law) per i diritti umani e la tutela dell'ambiente, infatti, cambiando i consumi si possono modificare e influenzare le politiche aziendali.

Nel contesto europeo il consumo critico è un comportamento consolidato in tutti i paesi occidentali; come mostrano i dati dell'European Social Survey , in media il 16% degli europei ha compiuto un atto di boicottaggio, il 24% ha scelto di acquistare cibo e/o altri prodotti manifatturieri da circuiti alternativi. In Italia diverse ricerche hanno constatato che questa pratica di consumo ha raggiunto una diffusione notevole, ottenendo i medesimi dati degli altri Paesi europei che mostravano già da anni l'adesione alle questioni etiche.

Alle forme storicamente più consolidate di consumo critico negativo come il boicottaggio, si sono affiancate forme positive come il buycottaggio, cioè i consumatori premiano le aziende che sposano valori etici attraverso l'acquisto dei loro prodotti.

Con il diffondersi di questi modelli alternativi si crea un nuovo tipo di cittadino che la sociologia chiama "critical citizen", il quale ha una fiducia crescente nei principi democratici e una sfiducia nelle istituzioni e nei canali tradizionali. Il cittadino critico, che si caratterizza per alcuni tratti socio-economici particolari, tra cui un livello d'istruzione più elevato rispetto alla media, dimostra una particolare disponibilità ad assumersi i costi (sia in termini economici che di tempo) che sono dettati dallo sperimentare nuove modalità di azione e partecipazione per attuare la cosiddetta promozione del "bene comune" (Forno, 2009).

Anche nel nostro Paese la diffusione delle forme etiche e critiche sono strettamente interconnesse ai processi di globalizzazione dell'economia e alla



ridefinizione del ruolo degli Stati nazionali. Il consumo critico consente da un lato di attuare una partecipazione politica, consentendo un'azione alternativa a tutti quei cittadini che sono insoddisfatti delle politiche tradizionali, dall'altro contribuisce a colmare lacune che emergono nelle regolazioni delle governance della globalizzazione.

### *1.1.1. Il consumo critico in Europa*

I modelli con cui il consumo critico si manifesta sono profondamente connessi alle caratteristiche culturali e sociali del Paese che le attua, si possono individuare infatti, due modelli prevalenti in Europa. Il primo modello è prevalentemente utilizzato nell'Europa settentrionale, e lo strumento che lo caratterizza è lo "schema di etichettamento", tale schema presenta un carattere fortemente istituzionale e si inserisce tra gli strumenti di mercato. I consumatori si fidano ad acquistare determinati prodotti etichettati come solidali ed etici, poiché sono stati attestati da veri e propri certificatori, i quali emettono dei dati certi che possono identificare in modo sicuro il prodotto. I certificatori controllano se esiste una corrispondenza tra i prodotti e gli specifici parametri prestabiliti; normalmente tali parametri riguardano la produzione e la commercializzazione. Le istituzioni che si occupano di produrre tali certificazioni vedono molto spesso la collaborazione tra grandi attori di mercato, organizzazioni della società civile e le istituzioni pubbliche.

A livello mondiale esistono attualmente una trentina di schemi di certificazione ambientale che dal 1994 sono organizzati nel Global Ecolabelling Network, con membri in 22 Paesi, ma non in Italia.

Nei Paesi in cui prevale questo tipo di modello, il consumo critico non ha un rapporto prettamente conflittuale o alternativo rispetto ai sistemi tradizionali, piuttosto si identifica come una forma di vendita disponibile nel mercato.

Nel secondo modello, che è prevalente nell'Europa meridionale, e soprattutto in Italia, l'azione del consumo critico è strettamente correlata ai movimenti sociali, i quali hanno rapporti discontinui e spesso conflittuali con le istituzioni e i partiti politici, ma anche con i sistemi di mercato tradizionali. In Italia l'offerta del

consumo critico è attuata, in modo sostanziale, dalle botteghe del commercio equo e solidale, ma negli ultimi anni sta assumendo sempre più importanza il fenomeno dei Gruppi di Acquisto Solidale. È da evidenziare che il fenomeno dei Gruppi di Acquisto è presente in forma simile anche in altri Paesi, sottolineando il divulgarsi, da parte dei consumatori globali, di creare un'economia alternativa, tra gli esempi più rilevanti abbiamo: i Teikei giapponesi, le CSA (Community Supported Agriculture) americane, le ASC (Agriculture Souteneue par la Communauté) in Canada, le AMAP (Associations pour le Maintien de l'Agriculture Paysan) in Francia ed infine i TP (Team Purchase) in Cina.

Certamente non sono del tutto assenti, nel nostro Paese, forme simili agli schemi di certificazioni utilizzati nel nord dell'Europa, infatti, lo stesso circuito del commercio equo solidale distribuisce prodotti che rispettano le condizioni dei lavoratori, l'ambiente e la tutela degli animali. Vi è comunque la mancanza di un inquadramento istituzionale per conferire un carattere affidabile e democratico al consumo critico, questo probabilmente perché i consumatori italiani diffidano negli strumenti di certificazione e nelle istituzioni.

## ***1.2. La Rilevanza del fenomeno del consumo critico ed etico in Italia***

In Italia vi è la crescente diffusione del consumo critico che a partire da una connotazione politica si diffonde come un vero e proprio stile di vita; ma anche dal mercato vi sono segnali sempre più forti che mostrano una maggiore disponibilità ad accogliere parte della domanda richiesta dai consumatori etici. Osservando i dati sul "Dossier consumo critico" (2004) si può affermare che un quarto degli italiani conosce il mercato equo solidale ed il 40% dei cittadini compie scelte di consumo critico, e di questi il 57,3% si dedica ad acquisti di prodotti del fair trade.

L'atteggiamento socialmente responsabile abbraccia un'ampia gamma di prodotti e di servizi:

a) Commercio equo e solidale

- b) Turismo responsabile
- c) Finanza etica
- d) Cooperative sociali
- e) Risparmio energetico ed energie rinnovabili
- f) Agricoltura biologica ed il chilometro zero

### *1.2.1. Commercio equo e solidale*

Il commercio equo e solidale è un approccio alternativo al commercio convenzionale che vuole riequilibrare i rapporti con i Paesi economicamente meno sviluppati, migliorando l'accesso al mercato e le condizioni di vita dei produttori svantaggiati. Garantisce, infatti, ai produttori un giusto guadagno e condizioni di lavoro dignitose, elimina le intermediazioni speculative e infine sostiene, con il prefinanziamento, progetti di autosviluppo.

A livello storico lo slogan "Trade not aid" viene lanciato per la prima volta nel 1964 alla conferenza UNCTAD di Ginevra, ma i Governi occidentali non prendono in considerazione tale raccomandazione. Tra il 1974 e il 1975 inizia un collegamento tra le idee di commercio equo e i movimenti terzomondisti, antinucleari, ambientalisti, femministi presenti all'epoca, due anni dopo i prodotti vengono acquistati non solo dai piccoli produttori, ma anche da produzioni nazionalizzate dei Paesi socialisti. Con l'aumento della domanda del commercio equo la parola solidarietà viene affiancata al termine "Fair Trade" e l'importazione da certi Paesi è legata ad un messaggio politico o di solidarietà internazionale. Nascono le prime organizzazioni a marchio di garanzia ed i primi coordinamenti del commercio equo in Europa, infatti, nel 1998 le organizzazioni del Commercio Equo europee, con lo scopo di indentificare i criteri comuni per un miglior riconoscimento ed una maggiore garanzia verso il pubblico, elaborano dapprima una Carta Europea delle Botteghe del Mondo e, l'anno successivo definiscono gli obiettivi comuni che devono rispettare gli importatori, i produttori, le botteghe ed i marchi. In Italia viene creata la Carta Italiana dei Criteri del Commercio Equo, firmata da tutti gli importatori e dalle principali

Botteghe del Mondo che danno inoltre vita all'Assemblea Generale del Commercio Equo Italiano.

In Italia le Botteghe del mondo sono il principale canale di diffusione dei prodotti equo e solidali poiché attraverso di loro si genera la maggior parte del fatturato al dettaglio nel settore; come si può vedere dalla Fig 1.1 le Botteghe del mondo hanno avuto una crescita esponenziale.

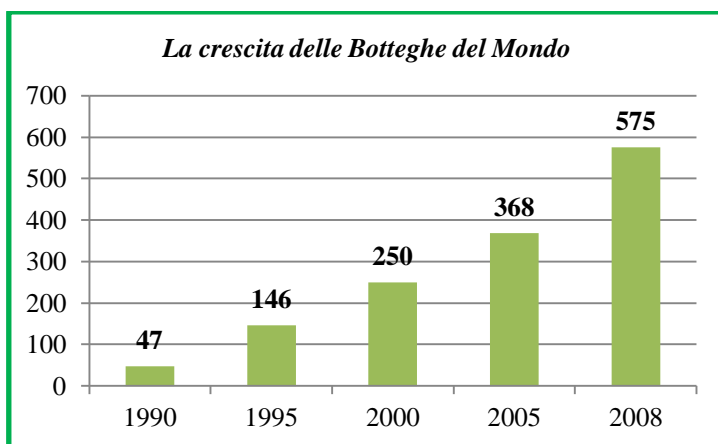


Fig. 1.1. Rappresentazione della crescita esponenziale delle BdM dal 1990 al 2008  
(Fonte Obi-One 2009)

Il 53,6% delle botteghe è giuridicamente un'associazione o una fondazione mentre il 46,4% ha una forma organizzativa più imprenditoriale (cooperativa, s.a.s., s.r.l.); tutte le organizzazioni prevedono la presenza di soci, in media ogni bottega vanta oltre 170 iscritti, di questi la maggior parte sono persone fisiche. Molti di questi soci prestano attività volontaria presso la bottega a cui sono associati e solamente un 2% riceve un compenso (Barbetta, 2006).

Le centrali d'importazione in Italia, che riforniscono sia il circuito delle botteghe che la grande distribuzione e la ristorazione collettiva, ammontano ad un totale di 11, ma le 5 più importanti sono: CTM Altromercato, Commercio Alternativo, Libero mondo, Roba dell'altro Mondo e Equoland. Il loro fatturato nel 2006 è stimato dal rapporto Fair Trade in Europa 2007, a oltre 50 milioni di euro, di cui oltre 30 milioni sono stati realizzati da CTM Altromercato. Il consorzio CTM Altromercato conta 118 soci in tutto il territorio nazionale e questi gestiscono oltre 300 Botteghe del mondo Altromercato, infine, si colloca al secondo posto per grandezza nelle centrali d'importazioni nel mondo che sono circa 100.

Nel 1997 è stata costituita la FLO (Fairtrade Labelling Organization) che è un'associazione senza scopo di lucro che agisce come ente internazionale di certificazione e detiene i diritti d'uso del marchio Fairtrade; l'organizzazione italiana che è socia di FLO e concede l'uso del marchio alle aziende italiane, ne controlla l'operato, raccoglie informazioni sul commercio equo e svolge attività di sensibilizzazione è la Transfer Trade Italia.

### *1.2.2. Turismo responsabile*

L'Associazione italiana per il Turismo responsabile (AITR) nel 2005 ha definito il turismo responsabile come: “Il turismo attuato secondo principi di giustizia sociale ed economica, nel pieno rispetto dell'ambiente e delle culture. Riconosce la centralità della comunità locale ospitante e il suo diritto a essere protagonista nello sviluppo turistico sostenibile e socialmente responsabile del proprio territorio”.

Nell'ottobre del 2008 sono stati presentati i primi criteri globali per il turismo sostenibile, sviluppati dal Partnership for Global Sustainable Tourism Criteria (GSTC). I criteri costituiscono la base che ogni impresa turistica dovrebbe perseguire e si articolano su quattro aree: massimizzare i benefici sociali ed economici del turismo a favore delle comunità locali; ridurre gli impatti negativi sul patrimonio culturale; ridurre i danni arrecati all'ambiente; pianificare le attività imprenditoriali alla luce della sostenibilità.

Dal 1998, anno di fondazione di AITR, ad oggi il turismo responsabile ha registrato in Italia una forte crescita in termini di numeri e qualità delle proposte; infatti, le associazioni che fanno parte di AITR sono passate dalle 11 iniziali alle 86 attuali. Tali associazioni sono tutte senza scopo di lucro che si occupano di organizzare viaggi soprattutto nel sud del mondo e che si richiamano alla “Carta d'Identità per Viaggi Sostenibili”, che è un documento scritto con l'obiettivo di promuovere un turismo equo nella distribuzione dei proventi, rispettoso delle comunità locali e a basso impatto ambientale.

Il “Rapporto sull’ecoturismo in Italia” realizzato per il World Tourism Organization (WTO) nel 2002, ha rilevato un giro d’affari complessivo relativo al turismo responsabile stimabile al 2% del mercato turistico complessivo, con potenziali di crescita del 20% l’anno.

Secondo un comunicato stampa dell’evento “Fa la cosa giusta – 2009” il giro d’affari realizzato dall’ecoturismo nei parchi e nelle riserve naturali italiani sarebbe pari a 9 miliardi di euro, quasi il 10% dell’intero fatturato del settore turistico (dati Ecotur); inoltre sono circa 50.000 i turisti responsabili in Italia (dati AITR), di cui 4.000 prediligono gli itinerari in Paesi stranieri come Senegal, Perù e Marocco.

### *1.2.3. Finanza Etica*

Con la Finanza Etica si cerca di riavvicinare l’uso del denaro alla realtà, aggirare l’alienazione dell’economia immateriale e riportare le relazioni sociali al centro dello scambio. La finanza etica e solidale nasce per sostenere le attività di promozione umana e socio ambientale, essa propone una reale alternativa all’idea tradizionale di finanza senza tuttavia rifiutarne i meccanismi essenziali: il suo punto di riferimento è la persona e non il capitale, l’idea e non il patrimonio, la giusta remunerazione dell’investimento e non la speculazione. L’attuazione di tale ideologia è un’idea ambiziosa che ha un obiettivo ambizioso: cambiare radicalmente il sistema bancario, cercando di garantire il credito ai soggetti che hanno un progetto economicamente sostenibile e socialmente importante, ma che gli istituti tradizionali non glielo fornirebbero mai, poiché non sono degni di fiducia e perché sono privi di garanzie patrimoniali.

Un primo tentativo, tuttora ritenuto valido ed attuale da molti operatori, è stato quello di elencare i valori e le scelte strategiche della finanza etica italiana nel 1998 nel “Manifesto” elaborato dall’Associazione Finanza Etica<sup>1</sup>; sono stati

---

<sup>1</sup> L’Associazione Finanza Etica (AFE) è nata nel 1996 per volontà delle principali realtà no profit attive nel campo della finanza solidale con l’obiettivo di costruire una sede comune di elaborazione culturale e di mobilitazione politica per la promozione dei valori della finanza etica. Dopo la redazione del Manifesto l’associazione è stata attiva in numerose iniziative di formazione e sensibilizzazione e ha curato numerose pubblicazioni. Nel 2007 l’associazione è stata sciolta per volontà dei soci.

elaborati sette punti che sono stati riconosciuti anche successivamente da alcuni passaggi parlamentari, e recita:

“(…) La finanza eticamente orientata:

- Ritiene che il credito, in tutte le sue forme, sia un diritto umano;
- Considera l’efficienza una componente della responsabilità etica;
- Non ritiene legittimo l’arricchimento basato sul solo possesso e scambio del denaro;
- È trasparente;
- Prevede la partecipazione alle scelte importanti dell’impresa non solo da parte dei soci ma anche dei risparmiatori;
- Ha come criteri di riferimento per gli impieghi la responsabilità sociale ed ambientale;
- Richiede un’adesione globale e coerente da parte del gestore che ne orienta tutta l’attività.”

Le numerose ricerche sulla finanza etica realizzate in questi ultimi anni in Italia, hanno fornito una visione d’insieme delle iniziative italiane riconducibili al movimento del micro-credito e della finanza locale evidenziando un’elevata varietà di metodologie e strumenti adottati. Il risultato è che in Italia vi è ancora un numero limitato di esperienze e proposte innovative; i principali attori operanti nel settore dal punto di vista dimensionale sono tre: le MAG, la Banca Popolare Etica (BPE) e le PerMicro S.p.A.

La MAG (Mutua Auto Gestione) è il principale attore di riferimento, è nata a Verona nel 1978, con l’obiettivo di raccogliere il risparmio tra i propri soci al fine di finanziare progetti con elevata utilità sociale, secondo i principi di trasparenza e partecipazione. Ad oggi le MAG sono sette e sono collocate soprattutto nel nord Italia. Nonostante le differenze relative alle metodologie operative adottate e al target servito, tutte le MAG sono cooperative finanziarie che raccolgono il risparmio dei soci per sostenere iniziative che intervengono sul territorio in settori comuni agli stessi soci che vi aderiscono: pace, disarmo, ecologia, risparmio energetico, tecnologie appropriate, controinformazione, educazione allo sviluppo, emarginazione, immigrazione, solidarietà sociale e

commercio equo e solidale Tali cooperative finanziere lavorano secondo il criterio della trasparenza, questo proprio per distinguersi dal sistema bancario tradizionale ed in secondo luogo per identificarsi come nodo trasparente tra il risparmiatore ed il finanziato.

Accanto alle MAG è nata a Padova nel 1999 la BPE (Banca Popolare etica), la prima e unica banca etica italiana, attualmente nel nostro Paese sono presenti 17 filiali in 13 regioni. La BPE è una banca cooperativa, creata con l'obiettivo di dare alla finanza etica uno strumento operativo, ma anche di essere una banca per il terzo settore; nel 2003 ha raccolto 252 milioni di euro di risparmio ed ha accordato oltre 150 milioni di finanziamenti. Nel 2004 è stata costituita, grazie alla BPE, la "Etica SGR", società di gestione del risparmio che permette d'investire in prodotti finanziari, caratterizzati da un alto grado di trasparenza e responsabilità sociale. I suoi principali settori d'intervento sono: cooperazione sociale, cooperazione internazionale, ambiente e cultura e società civile; possono essere finanziate anche esperienze che non sono strettamente collegate a tali settori purché rispettino i criteri della sostenibilità.

Infine l'ultimo attore presente nel settore della finanza etica è PerMicro, una società specializzata in micro-credito nata a Torino nel 2007 ed è operante su tutto il territorio italiano. La sua attività è descritta come "erogazione di prestiti di piccola entità e senza richiesta di garanzie reali, dati a soggetti con difficoltà di accesso al sistema bancario tradizionale". Tale società si pone come attore di entrambi i settori tipici del micro-credito, ossia quello d'impresa e quello socio-assistenziale (crediti alle famiglie per bisogni finanziari essenziali legati a casa, salute e formazione), ponendo particolare enfasi sul fatto che si rivolge a cittadini italiani e stranieri. A quest'ultimi, nonostante non fosse la mission iniziale della struttura, si sta rivolgendo la maggior parte dell'operatività della struttura e potrebbe rappresentare una tendenza importante da seguire per il futuro. PerMicro dichiara di volere perseguire molti dei classici obiettivi della finanza etica, inoltre vuole porsi come punto di riferimento per il terzo settore, per la cooperazione e come interlocutore privilegiato per tutti gli enti pubblici e privati che vogliono sviluppare progetti di micro-credito sul territorio.



#### *1.2.4. Cooperative Sociali*

Le cooperative sociali sono imprese senza scopo di lucro con l'obiettivo di sostenere la promozione umana e l'integrazione sociale e lavorativa dei cittadini appartenenti a categorie svantaggiate e deboli, sono state istituite con la legge 381 del 1991 e sono classificate in tre categorie:

- Cooperative sociali di tipo A: perseguono l'interesse generale della comunità verso la promozione umana e l'integrazione sociale attraverso la gestione di servizi socio sanitari ed educativi;
- Cooperative sociali di tipo B: svolgono attività agricole, industriali, commerciali o di servizi finalizzate all'inserimento lavorativo di persone svantaggiate;
- Cooperative sociali ad oggetto misto (A+B): svolgono entrambe le tipologie di attività di cui sopra;
- Consorzi sociali: sono costituiti come società cooperative aventi la base sociale formata da cooperative sociali in misura non inferiore al 70%.

In Italia vi è un crescente numero di queste cooperative, in particolar modo quelle inerenti alla tipologia B, soprattutto al Nord. I risultati della prima rilevazione Istat del 2004 mette in evidenza una crescita del 20% ogni due anni. Il 97% di queste cooperative sociali impiega personale retribuito, oltre al lavoro dei soci si raggiungono ben 202.000 posti di lavoro ed il 70% di questi sono impiegati da donne. Il valore della produzione complessiva è di circa 4 miliardi di euro l'anno. Infine, per quanto riguarda le tipologie di soggetti svantaggiati presenti nelle cooperative agricole, la categoria maggiormente rappresentata è quella dei disabili (45,9%), seguita dai tossicodipendenti (16,9%) e dai pazienti psichiatrici (14,9%).

### *1.2.5. Risparmio Energetico*

Le attività per il risparmio energetico e per l'uso delle energie rinnovabili sono volte a conseguire il contenimento dei consumi di energia attraverso il miglioramento delle prestazioni energetiche, la riduzione dei consumi di energia fossile o esauribile e l'incremento dell'uso delle fonti energetiche rinnovabili al fine di salvaguardare l'approvvigionamento energetico futuro e ridurre l'emissione in atmosfera di gas inquinanti e che alterano il clima. Le fonti di energia rinnovabile sono quelle fonti che possono essere considerate virtualmente inesauribili, perché il loro ciclo di produzione o riproduzione ha tempi caratteristici comparabili con quello del loro consumo da parte degli utenti, quindi, il loro sfruttamento non fa diminuire la loro entità poiché si rinnovano continuamente.

Si possono identificare come energie rinnovabili le seguenti tipologie: solare termico, fotovoltaico, eolico, idroelettrico, geotermia, biomasse ed energia marina. Inoltre, il metodo più immediato ed economico che consente la riduzione delle immissioni di contaminanti nell'atmosfera è rappresentato dal cosiddetto risparmio energetico. Il risparmio energetico si realizza con due azioni distinte: la prima è tramite la riduzione dei consumi attraverso l'uso razionale e controllato delle fonti energetiche; la seconda è tramite il miglioramento dell'efficienza energetica.

Negli ultimi anni si è assistito ad un cambiamento radicale nella mentalità dei paesi industrializzati in materia di tutela dell'ambiente, anche grazie alla presa di coscienza a livello mondiale della necessità di riduzione delle emissioni di CO<sub>2</sub>, che sono le principali responsabili dell'inquinamento atmosferico e della modifica del clima globale. In quest'ottica si inseriscono, a partire dalla pietra miliare del Protocollo di Kyoto del 1997, una serie di atti legislativi da parte della Commissione europea verso politiche energetiche più responsabili, recepite a loro volta dagli stati membri. Con il Pacchetto Clima-Energia (il cosiddetto "Pacchetto 20-20-20"), siglato a dicembre 2008, l'Unione europea punta a raggiungere entro il 2020 l'obiettivo della riduzione del 20% delle emissioni di

gas a effetto serra, l'aumento del 20% del risparmio energetico e il 20% della quota di energia prodotta da fonti rinnovabili.

Il Rapporto Statistico 2011 dell'“Impianti a fonti rinnovabili” della GSE (Gestore Servizi energetici) enuncia che la crescita annua degli impianti alimentati da fonti rinnovabili continua a mantenersi a livelli molto elevati. Negli ultimi sei anni il numero d'impianti è sempre raddoppiato rispetto all'anno precedente raggiungendo nel 2011 una consistenza pari a 335.151 impianti. La potenza installata nel 2011 è stata pari a 41.399 MW, oltre il doppio dei 18.335 MW del 2000. La crescita è dovuta ai nuovi parchi eolici, agli impianti alimentati con bioenergie e soprattutto ai fotovoltaici che nel 2011 hanno registrato un incremento eccezionale.

La produzione rinnovabile, grazie al contributo delle nuove installazioni segna un nuovo record raggiungendo 82.961 GWh, l'8% in più rispetto al 2010.

Nel 2011 l'Italia ha superato l'obiettivo nel settore elettrico del 19,6% indicato nel Piano di Azione Nazionale, raggiungendo il 23,5%. L'obiettivo al 2020 del 26,4%, come indicato nella prima anticipazione della Strategia Energetica Nazionale (SEN), dovrà essere rivisto, infatti occorrerà alzare la soglia tenuto conto soprattutto della significativa crescita del fotovoltaico.

Nel 2011 l'Italia è il quarto Paese europeo per produzione di energia da fonti rinnovabili, il primato continua ad essere detenuto da Germania, Spagna e Svezia. L'Italia sorpassa la Francia, nonostante entrambi i Paesi abbiano risentito della forte riduzione della produzione idraulica, l'Italia è riuscita a compensare grazie al fotovoltaico.

#### *1.2.6. Agricoltura biologica e chilometro zero*

L'agricoltura biologica è l'attività di coltivazione e di allevamento attuata tramite tecniche che consentono di tutelare l'ambiente, la salute dei consumatori e il benessere animale. Questa tipologia di agricoltura considera l'intero ecosistema agricolo, sfrutta la naturale fertilità del suolo favorendola con interventi limitati, promuove la biodiversità dell'ambiente in cui opera ed esclude l'utilizzo di

prodotti sintetici (salvo quelli esplicitamente ammessi dal regolamento comunitario) e organismi geneticamente modificati (OGM).

Definita dal punto di vista legislativo a livello comunitario dal Regolamento CE 2092/91 e s.m.i., e a livello nazionale dal D.M. 220/95 e s.m.i., l'agricoltura biologica è l'unica forma di agricoltura tutelata da leggi, e si basa su un sistema di controllo uniforme in tutta la Comunità Europea. In Italia tale opera di controllo è esercitata da 19 organismi riconosciuti dal Ministero delle politiche agricole.

Per ottenere la certificazione della produzione come "Prodotti da agricoltura biologica", l'azienda agricola deve aver rispettato le norme previste per un determinato periodo, definito "di conversione all'agricoltura biologica", di almeno due anni prima della semina o, nel caso delle colture perenni diverse dai prati, di almeno tre anni prima del raccolto.

Per ottenere un prodotto biologico certificato occorre che il metodo agricolo previsto per legge sia applicato in tutte le fasi della filiera agroalimentare (produzione, allevamento, trasformazione e distribuzione) garantendo al consumatore finale il controllo dell'intero processo. I prodotti alimentari per essere etichettati e venduti come biologici devono contenere almeno il 95% d'ingredienti certificati bio e il restante 5% deve provenire da sostanze permesse. Gli impianti di trasformazione, magazzinaggio e condizionamento devono garantire che la lavorazione dei prodotti da agricoltura biologica avvenga separatamente da quelli convenzionali e permettere la chiara identificazione e rintracciabilità delle materie prime e del prodotto finito. I benefici che assicurano questo metodo si ripercuotono su tutti gli attori della filiera, dall'agricoltore che ha operato abbattendo i rischi per l'ambiente e per la sua salute, al trasformatore che ha conferito al prodotto un valore aggiunto, sino al consumatore che ha acquistato un prodotto sano e rispettoso dell'ambiente.

Gli ultimi dati del Sistema di Informazione Nazionale sull'Agricoltura Biologica (SINAB, al 31/12/2012) evidenziano che gli operatori biologici certificati sono 49.709 di cui: 40.146 produttori esclusivi; 5.597 preparatori (comprese le aziende che effettuano attività di vendita al dettaglio); 3.669 che effettuano sia attività di

produzione che di preparazione; 297 operatori che effettuano attività di importazione.

Rispetto ai dati riferiti al 2011 si rileva un aumento complessivo del numero di operatori del 3%. La distribuzione degli operatori sul territorio nazionale, come mostra la Tab 1.1., vede come per gli anni passati, la Sicilia seguita dalla Calabria tra le regioni con la maggior presenza di aziende agricole biologiche; mentre per il numero di aziende di trasformazione impegnate nel settore la leadership spetta all'Emilia Romagna seguita da Lombardia e Veneto.

*Tab. 1.1. Numero di operatori Bio per regione al 31/12/2012*

	Produttori Esclusivi	Preparatori Esclusivi	Produttori/Preparatori	Importatori	Totale Operatori	Totale al 31/12/2011	Var % '12-'11
Sicilia	7056	510	339	13	7918	7469	6
Calabria	6691	213	292	5	7201	7115	1,2
Puglia	5377	462	262	10	6111	5081	20,3
Emilia Romagna	2555	692	301	56	3604	3602	0,1
Toscana	2344	442	722	22	3530	3536	-0,2
Lazio	2764	327	205	6	3302	3001	10
Sardegna	2048	66	81	4	2199	2272	-3,2
Marche	1668	192	141	6	2007	2127	-5,6
Piemonte	1282	354	225	38	1899	1977	-3,9
Campania	1454	303	134	5	1896	1896	0
Veneto	960	518	216	52	1746	1811	-3,6
Lombardia	873	605	173	46	1697	1506	12,7
Abruzzo	1246	191	110	4	1551	1612	-3,8
Trentino Alto Adige	1091	288	144	9	1532	1459	5
Umbria	960	121	127	7	1215	1318	-7,8
Basilicata	1033	77	70	0	1180	1348	-12,5
Friuli Venezia Giulia	269	100	43	4	416	432	-3,7
Liguria	219	94	57	9	379	389	-2,6
Molise	182	35	18	1	236	232	1,7
Valle d'Aosta	74	7	9	0	90	86	4,7
<b>Totale</b>	<b>40146</b>	<b>5597</b>	<b>3669</b>	<b>297</b>	<b>49709</b>	<b>48269</b>	<b>3</b>

*Fonte: SINAB (<http://www.sinab.it>)*

La superficie coltivata secondo il metodo biologico, risulta pari a 1.167.362 ettari, con un aumento complessivo, rispetto all'anno precedente, del 6,4%.

Per le produzioni animali, distinte sulla base delle principali specie allevate, i dati evidenziano rispetto allo scorso anno un aumento consistente, in particolare per i suini (+32,2% del numero di capi) e per le api (+29,2% del numero di arnie).

Intanto sul fronte della domanda la crisi dei consumi sembra ancora non toccare i prodotti biologici, a dimostrare di questa affermazione è stata l'ultima rilevazione del Panel famiglie Ismea/GFK-Eurisko che indica, nel primo quadrimestre 2013, una spesa bio ancora in espansione (+8,8% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente).

I canali di distribuzione dei prodotti biologici sono ormai molteplici; oltre alla vendita diretta e alla filiera corta, ai negozi specializzati bio ed ai negozi tradizionali, i prodotti sono sempre più presenti nel circuito della grande distribuzione organizzata (GDO). Maggiore importanza però, la stanno assumendo sia la filiera corta che il chilometro zero; infatti, la filiera corta consente di poter rilanciare i piccoli produttori locali acquistando i loro prodotti, consentendo di modificare l'economia tradizionale. L'accorciamento della filiera può essere descritto attraverso tre diverse dimensioni:

- Una dimensione organizzativa, con la riduzione di passaggi che intercorrono tra produttore e consumatore;
- Una dimensione temporale, con la diminuzione del tempo tra la raccolta e la vendita;
- Una dimensione fisica, con la riduzione della distanza di trasporto del prodotto dal luogo di produzione a quello di consumo.

Le forme in cui essa si concretizza sono molto diverse tra loro: si va dai canali più tradizionali come la vendita in azienda/cascina o i banchi dei contadini nei mercati rionali, fino a quelli più innovativi come i farmer's markets, ovvero i mercati agricoli di vendita diretta, i GAS (Gruppi di Acquisto Solidale) o i servizi di vendita diretta tramite e-commerce.

Dal punto di vista dei produttori locali, queste modalità di vendita, seppur molto diverse tra loro, presentano alcuni tratti comuni riconducibili a due necessità di fondo: da una parte l'esigenza, prettamente economica, di garantire un reddito di sopravvivenza all'azienda, dall'altra una scelta di tipo culturale e ideologica, legata ad una concezione solidaristica della società e delle relazioni che la regolano, profondamente segnata da una volontà di riequilibrare i rapporti tra uomo e natura.

Tramite il rapporto annuale di Bio Bank ([www.biobank.it](http://www.biobank.it)) pubblicato nel febbraio del 2013 possiamo notare, come mostra la Tab. 1.2, una crescita più che positiva in tutte e otto le tipologie di canali che hanno un'offerta biologica; i canali che hanno avuto dal 2008 ad oggi la crescita maggiore sono stati i GAS, le e-commerce ed infine con un 51% di crescita i ristoranti bio e le mense nelle scuole bio.

<i>Tab. 1.2. Trend 2008-2012 In Italia dei canali Bio</i>			
Tipologia Operatore	Numero		Var %
	2008	2012	
GAS	479	891	86
E-commerce	8	130	60
Ristoranti Bio	199	301	51
Mense Bio nelle scuole	791	1196	51
Aziende vendita diretta	1943	2795	44
Afriturismi Bio	1178	1541	31
Negozi specializzati	1114	1270	14
Mercatini Bio	208	234	13

*Fonte Rapporto Bio Bank 2013 ([www.biobank.it](http://www.biobank.it))*

### **1.3. I Gruppi di Acquisto Solidale**

#### *1.3.1. La storia*

Il sito [unimondo.org](http://unimondo.org) indica come data di nascita ufficiale del primo Gruppo di Acquisto Solidale (GAS) il 1994, ma un primo accenno della nascita di questo fenomeno si era già visto il 19 settembre del 1993 in occasione del convegno “Quando l’economia uccide... bisogna cambiare” organizzato all’Arena dai Beati Costruttori di Pace. Grazie a questo evento un gruppo di famiglie di Fidenza decise di voler cambiare concretamente le loro abitudini di consumo e di acquisto basando le loro decisioni di acquisto sui concetti di giustizia e solidarietà. Per prima cosa decisero di andare a conoscere direttamente i produttori biologici locali e di acquistare direttamente da quest’ultimi i prodotti che in seguito sarebbero stati distribuiti all’interno del gruppo creato. L’idea di

questa famiglia dilagò velocemente in tutto il nord Italia andando così a costituire nuovi GAS.

Nello stesso periodo si diffondeva l'operazione "Bilanci di Giustizia", tramite il quale si richiedeva alle famiglie di verificare le ripercussioni, generate dalla modifica del proprio stile di vita sul bilancio familiare. In seguito, nel 1996, è stata pubblicata dal Centro Nuovo Modello di Sviluppo la "Guida al Consumo Critico", che forniva informazioni sul comportamento delle imprese di maggiori dimensioni, al fine di orientare le scelte del consumatore; l'ampio elenco d'informazioni accelerava il senso di disagio verso il sistema economico e la ricerca di alternative condivisibili.

Nel 1997 nasce la Rete Nazionale dei GAS ([www.retegas.org](http://www.retegas.org)) con la finalità di collegare tra di loro i vari gruppi, potendo così scambiare informazioni sui prodotti, produttori e sul proprio gruppo, consentendo sia a coloro che ne vogliono entrare a far parte che ai produttori che vogliono iniziare le relazioni con un GAS della medesima zona, di avere a disposizione i contatti di ciascun referente dei singoli gruppi. Tale piattaforma inoltre aveva anche lo scopo di diffondere l'idea del gruppo di acquisto e quest'obiettivo è stato raggiunto con successo, infatti, ad oggi nel 2013 possiamo contare a livello nazionale circa 1444 GAS<sup>2</sup>. I dati della Tabella 1.3 mostrano chiaramente che la distribuzione in Italia dei Gas non è omogenea, vi è un grande disequilibrio tra Nord e Sud: nell'Italia settentrionale abbiamo la concentrazione maggiore, infatti, più della metà dei GAS si presenta in tale area a differenza dell'Italia meridionale che ha solamente una concentrazione del 14%.

	<b>Numero GAS</b>	<b>%</b>
<b>Nord</b>	792	55%
<b>Centro</b>	388	27%
<b>Sud</b>	198	14%
<b>Isole</b>	66	5%
<b>Totale</b>	1444	100%

*Fonte Propria*

---

<sup>2</sup> Dato proprio ottenuto tramite la creazione di un Database utilizzando i Gruppi di acquisto iscritti ai siti: [www.retegas.org](http://www.retegas.org) e [www.economia-solidale.org](http://www.economia-solidale.org).



Nel 1998 ad Albiano (Torino) vi è il primo incontro conoscitivo tra i vari gruppi e fu avviata la stesura del “Documento di Base”; dal 1999 la Rete GAS organizza annualmente un convegno nazionale per poter condividere tra i vari partecipanti esperienze, conoscenze ed affrontare tematiche rilevanti per lo sviluppo e sostegno di un’economia alternativa.

### *1.3.2. Che cos’è un GAS?*

I Gruppi di acquisto solidale sono gruppi di acquisto, costituiti ed organizzati spontaneamente, nascono per poter attuare un approccio critico al consumo e vogliono applicare i principi di equità, solidarietà e giustizia nei loro acquisti collettivi che effettuano direttamente dai produttori locali. La dimensione dei gruppi è molto svariata, infatti, esistono piccoli GAS costituiti da 4-5 nuclei familiari fino ad arrivare a quelli che comprendono oltre 400 nuclei familiari, qualsiasi sia la dimensione assunta, la finalità dei gruppi è quella di provvedere all’acquisto di beni e servizi cercando di realizzare una concezione più umana dell’economia, cioè più vicina alle esigenze reali dell’uomo e dell’ambiente, questo grazie alla condivisione dei consumi. Riassumendo il concetto possiamo stabilire che i GAS sono una sorta di Filiera Corta poiché i passaggi dal produttore alla tavola sono ridotti al minimo.

Dal documento di base redatto dalla Rete GAS si possono identificare le linee guida che spingono i soggetti a costituire un GAS e ispirano le scelte dei loro acquisti, possono essere raggruppate in 4 filoni:

- Sviluppare e mettere in pratica il consumo critico: cioè i consumatori devono sviluppare un atteggiamento critico ed acquistare i prodotti non sulla base dell’influenza pubblicitaria ma bensì verificando che i prodotti stessi siano stati coltivati secondo il principio del rispetto dei diritti dell’uomo e dell’ambiente, ovvero scegliere prodotti locali biologici e che rispettino l’ambiente. Essendo acquistati a km 0 consentono di ridurre l’inquinamento, il consumo di energia ed il traffico per il trasporto delle merci. Inoltre occorre scegliere prodotti e produttori seguendo il principio della solidarietà, cioè favorire l’acquisto presso i

produttori locali che altrimenti risulterebbero schiacciati dai grandi produttori e dalle multinazionali; le piccole aziende agricole locali coltivano riducendo al minimo i pesticidi, ottenendo così prodotti sani e gustosi rispetto a quelli commercializzati all'interno della grande distribuzione. Il terzo principio è la sostenibilità, infatti, acquistando il biologico, ma soprattutto riavvicinandosi ai ritmi naturali della terra e consumando solo frutta e verdura di stagione, si contribuisce a non alterare l'ecosistema del Pianeta.

Per poter sviluppare una mentalità rivolta al consumo critico occorrerà informarsi e formarsi e in tal proposito le riunioni e gli incontri del gruppo, che sono svolte settimanalmente, possono divenire un vero e proprio momento di scambio e formazione reciproca.

Il GAS è senz'altro uno strumento che consente in qualche modo di cominciare a cambiare qualcosa e a costruire relazioni economiche più eque intorno alla nostra sfera di rapporti personali. In un sistema complesso come quello attuale, anche una piccola modifica può determinare a catena risultati non prevedibili.

- Sviluppare e creare solidarietà e consapevolezza: è una solidarietà intesa in senso ampio, parte dai membri del gruppo stesso, ai produttori che forniscono i prodotti biologici, fino a comprendere nel rispetto dell'ambiente, i popoli del Sud del mondo e tutti coloro che a causa dello spreco e della ingiusta ripartizione delle ricchezze, subiscono le conseguenze inique del modello di sviluppo tradizionale. Scegliendo di acquistare i prodotti dai piccoli produttori locali che adoperano un'elevata intensità di mano d'opera si può creare nuova occupazione, infine il GAS conosce direttamente il produttore e controlla che questo rispetta le condizioni di lavoro nei confronti dei suoi dipendenti.
- Socializzare: vale a dire il bisogno e il desiderio di condividere con altri le proprie idee, pensieri e decisioni con lo scopo di creare una rete di amicizia e di solidarietà con i membri del gruppo; in secondo luogo la ricerca della solidarietà consente di ottenere un contatto diretto tra produttore e consumatore.
- L'unione fa la forza: i GAS acquistano dai piccoli produttori locali al fine di evitare l'intermediazione delle multinazionali in modo da realizzare un

vantaggio economico equo sia per il produttore sia per il consumatore; quindi oltre ad aumentare gli sbocchi di mercato di questi prodotti, consente di far accostare al consumo critico anche chi sarebbe tagliato fuori per la fascia di reddito. Infatti, i prezzi dei prodotti biologici acquistati direttamente dal piccolo produttore non hanno prezzi molto vantaggiosi rispetto alla grande distribuzione, ma attuando degli acquisti collettivi il GAS riesce ad ottenere una riduzione del prezzo.

I prodotti locali spesso si accompagnano a colture e culture tradizionali della propria zona, acquistare e mangiare prodotti tradizionali è un modo per allungare la loro vita e mantenere viva la tradizione conservando un mondo di ricette e sapori.

Uno tra gli aspetti rilevanti che caratterizza questa tipologia di consumatori è l'impegno etico e sociale con cui si dedicano alla collettivizzazione degli acquisti, all'organizzazione ed al rispetto ambientale ed umano. Quando consideriamo un GAS si sottolineano due livelli di impegno: il primo è l'impegno dei membri all'interno del gruppo di acquisto solidale, il secondo è l'impegno dei consumatori nei confronti dei produttori.

L'impegno peer-to-peer, cioè l'impegno tra i membri del GAS avviene attraverso una molteplicità di forme come le assemblee, gli incontri settimanali, e-mail, blog e le attività collettive. Questa forma d'impegno è possibile poiché la maggior parte dei gruppi ha dimensioni limitate; infatti, nella maggior parte dei casi se un gruppo raggiunge un numero elevato di membri viene attuata la gemmazione, cioè il gruppo si suddivide in più gruppi autonomi. La forma relazionale più comune (Thompson and Coskuner-Balli, 2007), che consente di creare dei legami intimi e personali tra i membri del gruppo sono le assemblee e gli incontri che consentono di evitare l'utilizzo dei filtri tecnologici non tanto per abbattere i meccanismi di mercato ma sostanzialmente per recuperare ciò che ormai abbiamo perso, in altre parole costruire relazioni umane e identificarsi in un gruppo di appartenenza senza barriere dettate dalla tecnologia.

I mezzi tecnologici sono usati soprattutto per supportare le pratiche ordinarie, ad esempio le e-mail si utilizzano per la gestione degli ordini da compiere e per le ordinarie comunicazioni da diffondere all'interno del gruppo, coinvolgendo tutti i membri nella gestione del GAS; tale strumento di comunicazione è largamente usato, infatti, ben il 93% dei 1444 GAS utilizza l'e-mail, mentre solo il 27% dei gruppi possiede un sito internet (Fonte propria) .

Il secondo livello mira ad indurre i consumatori etici verso un impegno nei confronti dei produttori al fine di generare un valore co-creato e a sentirsi parte nel rapporto con la terra e con i prodotti. I fattori tipici che caratterizzano questo impegno sono la trasparenza dei produttori, il diretto contatto tra consumatore e produttore ed infine la condivisione della medesima mentalità e del medesimo linguaggio. Alla base di questo impegno vi è la necessità di condividere valori e fiducia reciproca per poter co-creare un valore nel processo di produzione e distribuzione; ad esempio i membri del GAS attraverso le assemblee decidono quali verdure sostenere nella produzione e quali produttori scegliere o meno per l'acquisto dei beni alimentari.

#### ***1.4. I concetti di DES e RES***

Come abbiamo appena visto l'impegno dei membri è molto forte e tale coinvolgimento ha consentito la diffusione conoscitiva dei GAS determinando un'espansione del fenomeno del consumo critico. Questa diffusione ha consentito di creare nuove forme organizzative per la gestione dei gruppi di acquisto e dei produttori sia al livello provinciale, regionale e nazionale. A tale proposito si introduce i concetti di Distretto di Economia Solidale (DES) e Rete di Economia Solidale (RES).

Per introdurre il concetto di DES si fa riferimento alla Carta RES<sup>3</sup> la quale sottolinea che: *“Nel processo di attivazione della RES riteniamo strategica l'attivazione, a partire dai territori, di distretti di economia solidale (DES). Tali*

---

<sup>3</sup> Questo documento parte da esperienze e da reti già esistenti e su di esse si fonda, esprimendo idee e linee di azione emerse dagli incontri di Verona del 9 ottobre 2002 e di Bologna dell'11 gennaio 2003 sulle “strategie di rete per l'economia solidale”.

*distretti si configurano quali "laboratori" di sperimentazione civica, economica e sociale, in altre parole come esperienze pilota in vista di future più vaste applicazioni dei principi e delle pratiche caratteristiche dell'economia solidale."*

I soggetti compresi all'interno dei distretti sono: le imprese dell'economia solidale e le loro associazioni, i consumatori e le loro associazioni, i risparmiatori-finanziatori delle imprese e delle iniziative dell'economia solidale, i lavoratori dell'economia solidale ed infine le istituzioni, in particolare gli Enti locali, che intendo favorire la nascita e lo sviluppo di esperienze di economia solidale sul proprio territorio. I Distretti mirano a valorizzare le risorse locali e a produrre ricchezza in condizioni di sostenibilità ecologica e sociale. I DES hanno l'obiettivo di perseguire 3 principi che sono:

- Cooperazione e reciprocità tra i soggetti del Distretto
- Valorizzazione del territorio
- Sostenibilità ecologica e sociale

Per poter realizzare questi tre obiettivi occorre la partecipazione attiva dei soggetti nell'ambito dei Distretti, i quali devono essere disposti a partecipare e confrontarsi sulle idee e proposte definiti di volta in volta all'interno delle assemblee distrettuali.

Dopo la costituzione della "Carta dell'economia solidale" presentata a Padova nel 2003, una pluralità di progetti sono emersi per la costituzione di Distretti e Reti di Economia Solidale.

Per quanto riguarda invece il concetto di Res si intende il collegamento organico tra soggetti che intendo partecipare al progetto definito dalla Carta, la Res ha una dimensione provinciale, regionale e nazionale; i DES sono invece gli strumenti territoriali di base attraverso i quali le RES realizzano sui territori singoli il progetto dell'economia solidale, hanno una dimensione minore rispetto alla provincia, in alcuni casi potrà coincidere con la dimensione del Comune, mentre nelle città molto vaste il Distretto potrà assumere la dimensione di uno o più quartieri. Attraverso il collegamento organico di tutti i DES si creerà un modo diverso di fare economia gestito e organizzato a livello di rete italiana per dar vita a una più ampia ed articolata economia solidale.

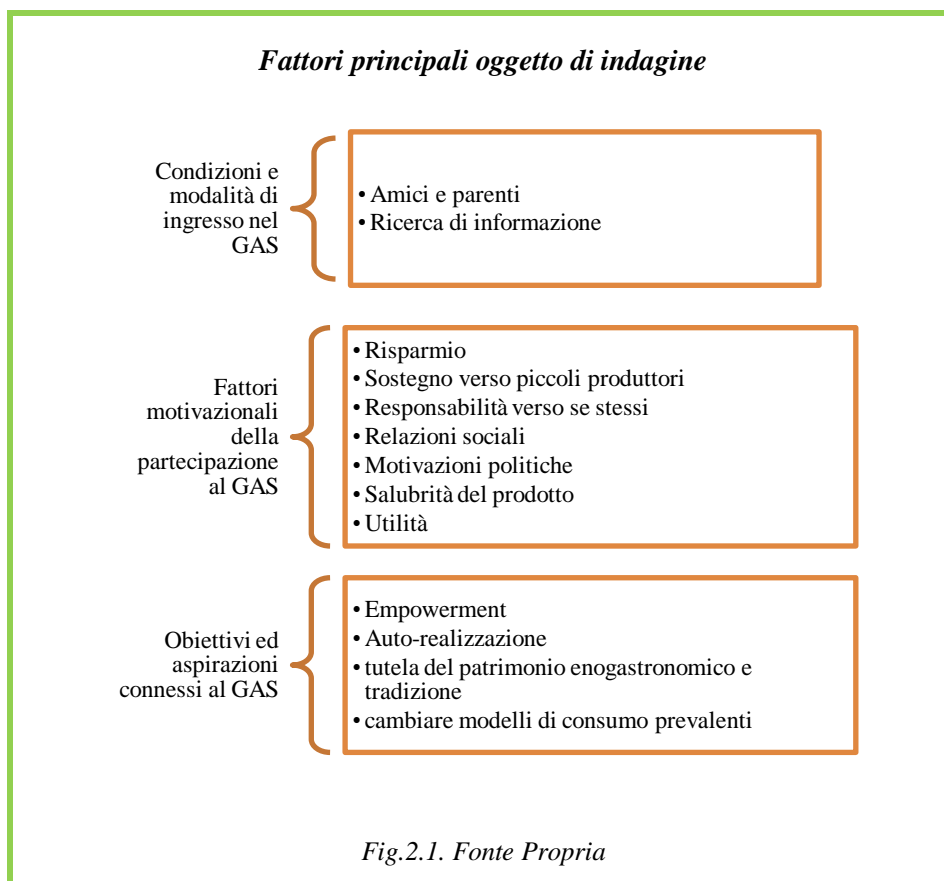
## 2. LA LETTERATURA

### 2.1. *Quadro generale*

In letteratura vi sono vasti studi che si interessano di analizzare in maniera più o meno dettagliata le condizioni e le modalità di ingresso all'interno del GAS, le motivazioni che spingono un soggetto ad entrarvi ed gli obiettivi che si prefiggono. Il motivo per cui gli autori sono così interessati a questo fenomeno, ma soprattutto, interessati ad identificare i vari fattori che descrivono i profili dei soggetti partecipanti, è che a livello globale negli ultimi anni c'è stato un crescente interesse verso la tutela ambientale ed una maggiore coscienza sociale, che ha portato ad un aumento dimensionale ed una modifica del profilo del segmento di mercato dei consumatori socialmente responsabili rispetto alle ricerche anteriori. Dal punto di vista gestionale i consumatori etici vengono considerati come un fenomeno di nicchia (anche se negli ultimi anni sta crescendo considerevolmente), quindi sarà opportuno tracciare un profilo per comprendere al meglio tale categoria di consumatori e poter ottenere dei vantaggi competitivi in questo nuovo mercato (Newholm Shaw, 2007, p. 255), e come sottolinea Ozcaglar-Tolosa et al. (2006) tale nicchia è eterogena e molto complessa, per questo vi si sono focalizzati molti studi. Gli autori hanno potuto identificare questi fattori grazie ad analisi sia quantitative che qualitative, oltre ad approfondire studi precedenti. Dopo aver scandagliato un numero molteplice di papers, e identificato le variabili più coerenti ed inerenti con l'oggetto di studio, ovvero l'economia solidale ed i Gruppi di Acquisto Solidale, è stato possibile classificarle in tre macro categorie:

- a) Condizioni e modalità di ingresso nel GAS;
- b) Fattori motivazionali che portano alla partecipazione al GAS;
- c) Obiettivi ed aspirazioni connessi al GAS.

Di seguito andrò ad analizzare ogni categoria nel dettaglio, in Fig.2.1. è possibile vedere uno schema riassuntivo di ogni macro categoria e le sub categorie individuate.



### 2.1.1. Condizioni e modalità di ingresso nel GAS

La maggior parte dei GAS nasce, come già detto, sotto forma di gruppo spontaneo, anche se poi crescendo di dimensioni, alcuni gruppi adottano forme organizzative più strutturate costituendosi come ad esempio in associazioni.

La loro genesi può avere origini molto diverse. I GAS possono nascere dall'idea di un gruppo di amici e conoscenti, oppure da altre esperienze di consumo critico come quelle delle botteghe di commercio equo, dalle Banche del Tempo, dai Bilanci di Giustizia o ancora da cooperative di biologico o da associazioni di varia natura (gruppi ambientalisti, di volontariato...).

Generalmente, i componenti dei GAS sono persone già attive in altri ambiti sociali; il fatto che chi fa parte di un GAS abbia fatto parte, o faccia parte, già di altre organizzazioni tende a mantenere questi gruppi particolarmente aperti verso l'esterno e attenti al rispetto delle differenze.

Le ricerche condotte da Forno (2009), hanno messo in evidenza come in genere, i soci vengano a conoscenza dell'esistenza dei GAS tramite la propria rete amicale spesso collegato alla condivisione della stessa zona di residenza (paese o quartiere cittadino), e in misura minore, ma crescente, tramite la lettura di giornali o riviste, a seguito di incontri presso altre associazioni o dalla venuta a conoscenza tramite trasmissioni televisive. Anche internet ha una funzione decisiva nel permettere l'avvicinamento dei singoli individui a questo fenomeno, infatti, dal sito della rete nazionale [www.retegas.org](http://www.retegas.org) oltre a numerose informazioni rispetto alle finalità e alle attività dei gruppi, si possono facilmente ottenere gli indirizzi e-mail o telefonici per poter contattare i referenti di GAS presenti nella propria zona. Un aspetto rilevante è stato riscontrato tramite google trends, il quale registra dei veri e propri picchi di ricerche con parole chiave tipo "gruppi acquisto solidale" nei giorni immediatamente successivi alla trasmissione di programmi che parlavano dei GAS. Tramite la mailing list nazionale, i gruppi si confrontano spesso su come gestire quelle che vengono descritte come delle vere e proprie ondate di richieste di adesione a seguito di trasmissioni come "Report", un programma che ha dedicato negli ultimi anni molta attenzione all'attività di questi gruppi.

Come abbiamo appena menzionato il legame preesistente che normalmente porta alla creazione del gruppo, e quindi, all'aggregazione dei primi membri, è quello di amicizia e/o parentale; ma l'IRES Piemonte (2011, p.35) ha identificato ulteriori modalità di nascita di questi legami, anche se hanno una natura minoritaria, che sono i seguenti casi:

- I fondatori sono membri di un'associazione, prevalentemente di volontariato, già attiva sul territorio;
- Provengono dai bilanci di giustizia;
- Sono volontari di una bottega del commercio equo-solidale;
- Sono membri di altri GAS che hanno formato nuovi gruppi per via delle dimensioni eccessive del GAS d'origine o perché residenti in un altro quartiere.



### 2.1.2. Fattori motivazionali della partecipazione al GAS

Tramite la lettura degli articoli di vari autori è stato possibile individuare le motivazioni, cioè quei fattori che spingono un individuo a partecipare o meno ad un gruppo di acquisto solidale; in base alla motivazione e alle caratteristiche personali di un individuo la partecipazione al gruppo potrà essere di diversa natura, ad esempio più attiva nell'organizzazione del GAS oppure potrà partecipare col mero acquisto dei prodotti. È stato possibile individuare sette motivazioni principali, che sono elencate in Fig. 2.2.



La prima motivazione da esplicitare, anche se non è tra le più frequenti, è quella del *risparmio* ottenuto tramite gli acquisti collettivi rispetto all'acquisto individuale di prodotti biologici; a parità di qualità di prodotto l'acquisto col GAS consente di far spendere meno, questo avviene perché da un lato abbiamo l'accorciamento della filiera e quindi una riduzione di costi e dall'altro attuando un acquisto collettivo è possibile ordinare grandi partite che consentono di ottenere un prezzo scontato. Tale sconto è applicato in maniera favorevole dai produttori perché sono consapevoli che i GAS acquistano periodicamente quantitativi

costanti nel tempo, rappresentando così una garanzia di guadagno. La possibilità quindi, di acquistare prodotti ritenuti di nicchia a prezzi accessibili può favorire una maggiore diffusione. Come ho detto inizialmente, però non è tra le motivazioni più frequenti, infatti, tramite il sondaggio attuato da Coscarello (2010, p. 18) solamente 7 partecipanti su 50 hanno dichiarato che questa fosse la motivazione prevalente per entrare all'interno del gruppo.

La seconda motivazione, cioè la *solidarietà verso i piccoli produttori*, è molto sentita tra i gasisti ed è una priorità nel loro modo di agire ed operare all'interno del mercato, infatti è il fattore motivazionale maggiormente citato ed è il più connesso al concetto di economia solidale. Con tale solidarietà si cerca di promuovere la filosofia del chilometro zero e della filiera corta, inoltre i gasisti con questa solidarietà vogliono avere un rapporto diretto con il produttore al fine di conoscere il più possibile i metodi di produzione, cioè che vi sia un rispetto sia per i diritti dei lavoratori che per l'ambiente, ad esempio acquistando da quei produttori che evitano l'uso di pesticidi e diserbanti; in più con il km 0 si contribuisce alla riduzione dell'emissione dei gas inquinanti e alla riduzione di imballaggi e rifiuti. Come espresso nel Documento di Base, sviluppare solidarietà nei confronti dei piccoli produttori consente anche di sviluppare e favorire l'occupazione, infatti, i piccoli produttori, utilizzando metodi di produzione tradizionale, impiegano più manodopera e quindi favoriscono l'assunzione di nuovo personale. Proprio perché i partecipanti al gruppo vogliono sostenere un produttore locale, vogliono conoscerlo ed instaurarci un rapporto diretto che poi scaturirà in una fidelizzazione, che genererà un rapporto continuativo nel corso del tempo. Sempre nell'indagine di Coscarello le motivazioni che hanno ricevuto il punteggio maggiore dal 60% degli intervistati sono state: il sostegno economico per i piccoli produttori, instaurare un rapporto diretto ed infine sostenere quei produttori impegnati nell'agricoltura sociale.

La terza motivazione anch'essa ritenuta molto importante è la *responsabilità verso se stessi* (Bovone, Mora, 2007, pag.12), infatti, i soggetti acquistano prodotti biologici e non trattati per avere un'alimentazione sana e corretta, inoltre avendo un rapporto diretto con il produttore è possibile avere la massima

trasparenza sul prodotto. Strettamente connessa a questa è la quarta motivazione, cioè la *salubrità del cibo*, infatti in tutti i sondaggi attuati dagli autori dei paper presi in considerazione sottolineano che è importantissimo ricercare ed acquistare prodotti di qualità e non contaminati, cioè prodotti e raccolti con metodologie che rispettino l'ambiente e mantengano il naturale equilibrio ambientale. Questo consente di usufruire nella propria alimentazione di prodotti gustosi e sani poiché si segue la stagionalità della colture, imparando così a riconoscere i frutti e le verdure di stagione.

Le *relazioni sociali*, è la motivazione che porta alla cooperazione, alla socialità, all'incontro e alla condivisione di determinati valori al fine di creare un'interazione tra famiglie ma soprattutto tra persone. Si tratta dell'aspetto maggiormente legato alla necessità di aggregazione da parte di individui che vivono prevalentemente nella stessa zona o quartiere, con il fine di condividere i valori ma anche le motivazioni comuni. Come sottolineano Papaoikonomou et al. (2011, p. 21), alcuni soggetti entrano nel GAS per poter instaurare delle relazioni poiché sono appena giunti nella zona e nel quartiere, sperando di poter creare dei legami di fiducia che si tramutino in vere e proprie amicizie che vadano al di là del gruppo. Questa necessità di instaurare relazioni sociali è spiegata dal fatto che, chi partecipa ai GAS ed ai consumi equi e solidali, si distingue per una maggiore fiducia sociale ed una partecipazione più intensa alla vita pubblica. D'altro canto, la letteratura sociologica ha spesso sottolineato come sia proprio l'attività all'interno di determinate organizzazioni civiche, associazioni e movimenti a favorire la diffusione di atteggiamenti cooperativi, solidali e la condivisione di responsabilità tra le persone. A questo riguardo è possibile riscontrare che tra questi soggetti vi è un maggior senso di responsabilità verso la collettività ed un significativo grado di fiducia nelle persone sia che esse partecipino ai GAS o altre associazioni, sia rispetto a coloro che non partecipano (Polis Lombardia/CSV, 2009).

La sesta motivazione riscontrata è *l'ideologia politica*, cioè la volontà di influenzare i decisori politici, cercare di creare un sistema alternativo di distribuzione. Chi partecipa al GAS per questo motivo cerca di reagire al sistema,

cerca di lottare per l'ideale in cui crede cercando di punire quelle imprese che non seguono regole etiche e solidali nei confronti dei produttori e dei consumatori. Tramite l'indagine di Forno (2009) è possibile notare che tra i partecipanti dei gruppi di acquisto vi è un maggior interesse per la politica, che risulta superiore sia rispetto a quello registrato tra coloro che non partecipano ad associazioni sia tra coloro che partecipano ad altre associazioni. Il 57,2% di intervistati che partecipa ai gruppi non si sente vicino a nessun partito politico, se si analizza però, la vicinanza politica si nota che la maggioranza ha un orientamento di sinistra (oltre il 40%) e ben il 22,3% si rifiuta di collocarsi verso la dimensione di sinistra, centro-sinistra, centro, centro-destra e destra. I dati emersi quindi sembrano suggerire come chi partecipa ai GAS si caratterizza per un orientamento critico nei confronti della politica, tuttavia il loro criticismo non sembra abbassare la loro voglia di fare politica. La politica è un concetto importante ma per molti gasisti è un concetto radicalmente diverso rispetto a quello tradizionale. Possiamo quindi sostenere che i GAS sono laboratori di pensiero politico ed è un'occasione per i cittadini di ritornare a fare politica, infatti, i gruppi di acquisto sono molto spesso vissuti come occasione di partecipazione, come possibilità di far sentire la propria voce, e frequentemente per compensare una crescente disillusione verso i partiti che sempre meno riescono a svolgere la loro funzione storica di canali di trasmissione e di aggregazione della domanda sociale.

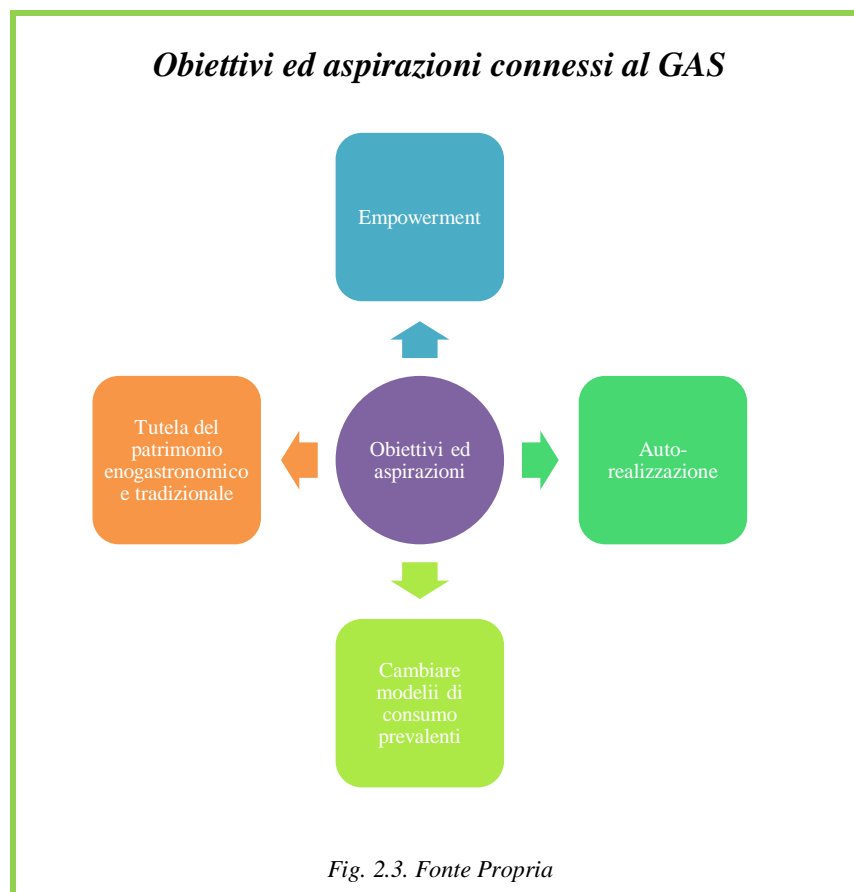
L'ultima motivazione riscontrata è il concetto di *utilità* (Papaoikonomou et al., 2011, p. 21), che si riferisce a quei partecipanti che aderiscono al gruppo per il mero acquisto di prodotti ecologici, per questi il termine ecologico viene associato al concetto di prodotto di qualità associato sempre ad un concetto di gusto e di risparmio rispetto ai canali tradizionali.

### *2.1.3. Obiettivi ed aspirazioni connessi al GAS*

Una volta entrati nel gruppo di acquisto solidale gli individui cercano di raggiungere obiettivi ed aspirazioni sia individuali che collettive , come ad

esempio l'empowerment, l'auto-realizzazione, la tutela del patrimonio enogastronomico e della tradizione, la volontà di incidere sul cambiamento dei modelli di consumo e distribuzione prevalenti, tali obiettivi sono riportati sinteticamente in Fig. 2.3.

Bagozzi e Dholakia (1999) suggeriscono che gli individui prima di partecipare a questi gruppi di acquisto valutano l'utilità che può scaturire dalla partecipazione, ad esempio la capacità di poter o meno raggiungere un determinato obiettivo. Inoltre Birchall e Simmons tramite la Mutual Incentives Theory (2004), sostengono che la partecipazione ai GAS è motivata da incentivi collettivistici come il senso di condivisione di obiettivi e valori.



Uno tra gli obiettivi primari collegati alla partecipazione del GAS è il raggiungimento dell'empowerment, cioè quel processo di crescita, sia dell'individuo sia del gruppo. Tale processo di crescita si basa sull'incremento della propria stima e sull'autodeterminazione per far emergere le potenzialità

latenti dell'individuo e far sì che questo diventi cosciente delle sue capacità, avendo così la percezione di poter superare qualsiasi limite e qualsiasi barriera al fine di poter ottenere i risultati prefissati.

L'Empowerment è un costrutto multilivello che in base alla tripartizione di Zimmerman (2000) si declina in:

- Psicologico-individuale
- Organizzativo;
- Di comunità.

Questi tre livelli sono analizzabili individualmente ma strettamente interconnessi fra di loro, diciamo che nel fenomeno dei Gruppi di Acquisto gli individui ricercano l'empowerment di comunità. Martini e Sequi (1999) sostengono che l'empowerment di comunità è inteso come un processo che conduce i membri a uno sviluppo della propria percezione di potere, del proprio sentimento di appartenenza e della capacità di prendere decisioni, questo consente di sentirsi realizzati e di poter sostenere sia a livello individuale che collettivo, tramite il gruppo, di ottenere un'economia solidale che rispetti l'ambiente e i diritti umani. Il gruppo offre agli individui l'opportunità di poter influenzare (poiché l'azione di gruppo è più forte di una singola azione individuale) l'economia, la comunità in senso lato e la politica. L'approccio migliore per raggiungere questo obiettivo è l'azione sociale che ha lo scopo di accrescere la consapevolezza dei problemi tra coloro che ne sono afflitti e che possono trarre vantaggio dal cambiamento. Un'efficace azione sociale richiede un'organizzazione coesa e di molti cittadini che si oppongono all'ingiustizia in modo legale.

Il secondo obiettivo è quello dell'*auto-realizzazione*, infatti, attingendo dalla piramide di Maslow i soggetti adottano comportamenti di consumo socialmente responsabili al fine di poter identificarsi ed autorealizzarsi tramite i loro consumi. Gli individui all'interno del GAS possono esprimere il loro vero senso etico, infatti, la partecipazione viene vista come il mezzo per poter costruire l'identità individuale ed auto-realizzarsi, poiché tramite e con il gruppo si va a realizzare le aspirazioni dei vari gasisti. Tale auto-realizzazione che si conclude anche con una identità collettiva, si può affermare in due modi: l'identificazione all'interno

del gruppo e la differenziazione con quei soggetti estranei al gruppo, poiché tramite i loro acquisti, i loro consumi e le loro ideologie possono differenziarsi dal mainstream di consumatori.

Diciamo quindi che i soggetti attraverso i loro acquisti e consumi vogliono esercitare un controllo e un potere all'interno del mercato, poiché scelgono quali produttori sostenere e quali acquisti fare; impiegando il concetto di consumo come voto all'interno del mercato (Shaw et al. 2007) per punire o gratificare i vari attori che lo compongono.

Un'altra aspirazione, più che obiettivo, che deriva dalla partecipazione all'interno del GAS è la *volontà di tutelare il patrimonio enogastronomico locale e la tradizione*. Per quando riguarda il patrimonio enogastronomico si tutela attraverso il tramandamento di ricette e l'utilizzo di prodotti tipici della zona di residenza; il supporto ai produttori locali consente proprio di non far sparire quei prodotti tipici che caratterizzano una regione o un comune. Le ricette culinarie poi, sono tramandate all'interno del gruppo tramite il passaparola, oppure quando si organizzano fiere ed eventi, si possono assaporare e condividere i sapori della propria terra. I partecipanti della ricerca di Papaoikonomou et al. (2011, p. 25) sostengono che partecipano al GAS per poter rivivere il passato con lo scopo di: recuperare il rapporto diretto e personale con il produttore, recuperare il rapporto con la terra ed infine attuare un consumo sano e di qualità che ricorda l'infanzia dei gasisti e poter così trasmettere tali valori alle nuove generazioni. Questo concetto ha ricevuto scarsa attenzione dalla letteratura in relazione al consumo etico, ma Cova et al. (2007) sostiene che questa visione idealistica del passato è un driver critico per la creazione di comunità di consumatori.

L'ultimo obiettivo dei GAS, ma soprattutto l'ultima aspirazione, evidenziata dalla letteratura, è quello di voler *incidere sul cambiamento dei modelli di consumo prevalenti*, cercando di creare un circuito economico alternativo. Per ottenere questo risultato i GAS in primo luogo cercano di recuperare il diretto contatto con il produttore cercando di eliminare gli intermediari che nel mercato tradizionale privano il consumatore di avere un controllo diretto ed un'autentica trasparenza nel rapporto domanda-offerta. I GAS quindi, scelgono con cura i loro

fornitori, verificando che il loro *modus operandi* adottato sia conforme ai criteri e principi ideologici su cui si fonda il gruppo; tali verifiche vengono svolte sia prima di stipulare l'accordo col produttore sia durante il rapporto, attuando in maniera ciclica test sui prodotti acquistati e visite in azienda che mostrano il ciclo di produzione e trasformazione dei vari beni alimentari offerti. Per ottenere un cambiamento nel sistema tradizionale i gasisti sostengono che devono agire congiuntamente sia col GAS sia con il loro stile di vita, poiché un'azione svolta in maniera collettiva è più forte e più efficace rispetto ad un'azione individuale (Carrigan et al. 2004).

Tanti gruppi di acquisto sono convinti che proprio grazie a questa situazione economica instabile sia potuta emergere la volontà da parte delle persone di modificare i loro stili di vita e le loro abitudini di consumo e di acquisto, generando una maggiore attenzione alle tematiche ambientali, determinando un aumento di ingressi nel gruppo e quindi una maggiore divulgazione di questo fenomeno che consente di creare un reale circuito alternativo a quello tradizionale.

## ***2.2. Punti di forza e debolezza del GAS***

Dall'intervista attuata dall'IRES Piemonte (2011, pp. 54 ss.) è stato possibile individuare ciò che i gasisti percepiscono come punti di forza e punti di debolezza dei Gruppi di Acquisto Solidale, che sono rappresentate sia dalle modalità organizzative interne al gruppo (fattori endogeni) che dalle condizioni esterne (fattori esogeni). Quasi tutti i gruppi considerano un elemento molto positivo le relazioni che si vengono ad instaurare tra i soggetti partecipanti, favorendo la cooperazione, l'aiuto reciproco e facilità l'insorgere di discussioni costruttive circa l'introduzione di nuove pratiche di consumo critico; se tali relazioni sociali vengono a mancare questo genera un problema poiché viene a mancare uno dei principi fondamentali su cui si fonda il GAS.

Per quanto riguarda la dimensione del gruppo, è un argomento che divide nettamente l'opinione dei gasisti. Alcuni vedono l'aumento del numero dei



membri come una buona opportunità sia dal punto di vista organizzativo che dei risvolti ideologici e culturali, più persone significa una maggiore possibilità di differenziare i prodotti acquistati (questo è possibile grazie ad un aumento del numero di referenti, ognuno dei quali si occupa di curare il rapporto con il produttore assegnatoli) e una maggiore penetrazione delle pratiche di consumo critico nella società. Altri, invece, ritengono che l'arrivo di nuovi membri debba essere evitato o comunque tenuto sotto controllo, quest'ultimi mirano ad una gemmazione (cioè la creazione di nuovi gruppi gemmati da un gruppo madre già esistente) oppure la creazione ex novo di altri gruppi di acquisto consentendo di avere un'organizzazione più snella e quindi con una minore gerarchia e più possibilità di applicare in modo concreto la democrazia così tanto voluta dai GAS. Molto spesso questa prospettiva viene abbracciata in seguito ad esperienze di ampliamento che si sono dimostrate controproducenti in termini di socializzazione e di divisione dei compiti.

Quasi tutti i gruppi individuano i punti di debolezza nelle questioni pratiche; una necessità avvertita da molti è quella di trovare una sede per il gruppo, questa è fondamentale per poter svolgere le riunioni, assemblee e per lo stoccaggio del materiale. Spesso i gruppi più piccoli svolgono queste attività nelle abitazioni dei partecipanti, ruotando settimanalmente tale "sede", si può immaginare che problemi possa causare un ritardo nel ritiro dei prodotti.

Nel paragrafo precedente si è sottolineato come la crisi economica abbia dato l'input per far aderire nuovi membri e quindi creare concretamente un sistema economico alternativo basato su principi bio ed ecologici; ma molti intervistati hanno paura che tale punto di forza possa trasformarsi in uno svantaggio, ad esempio alcuni gasisti potrebbero iniziare a ricercare produttori che offrano la merce a prezzi vantaggiosi, oppure se il fenomeno dei GAS aumenta considerevolmente la GDO potrebbe porre l'attenzione su questo circuito ed omologarsi ai gruppi come è avvenuto per la vendita dei prodotti bio.

### ***2.3. Attitude-Behaviour Gap***

Un punto, a mio avviso molto interessante analizzato dalla letteratura è il divario tra intenzione ed atteggiamento, cioè il così detto *Attitude-Behaviour Gap*, come ho già detto un consumatore etico costruisce la propria identità e si auto-realizza mettendo in atto determinate pratiche e politiche di consumo. Per questo motivo alcuni ricercatori hanno cercato di capire come si costruisce il processo decisionale del consumatore etico, altri hanno studiato e cercato di costruire un profilo tramite i discorsi d'intenzione di consumo etico da parte dei soggetti, partendo da un'analisi di consumatore razionale. Strong (1996) afferma che l'informazione sta alla base per la scelta di attuare decisioni di acquisto etiche, un consumatore più informato è maggiormente esigente e per questo motivo non viene soddisfatto in pieno dall'offerta proposta nel canale mainstream, perciò si viene a modificare l'atteggiamento di acquisto in relazione alle loro intenzioni generate sulla base di una maggiore informazione e consapevolezza, andando a colmare l'attitude-behaviour gap .

Minton e Rose (1997) hanno esaminato gli effetti dell'atteggiamento, le norme sul comportamento e l'intenzione comportamentale ed hanno scoperto che la norma personale, cioè la volontà di avere un comportamento etico, ha un'influenza primaria sul comportamento, mentre l'atteggiamento (soprattutto in relazione alle questioni ambientali) ha una primaria influenza sull'intenzione.

La Teoria del Comportamento Pianificato mette in evidenza che le intenzioni comportamentali sono spiegate dagli atteggiamenti e dalle norme soggettive, mentre tale comportamento può essere ostacolato dalle così dette barriere percettive che non consentono di reperire a causa di una vastità di scelta o scarsa disponibilità le informazioni necessarie per svolgere le intenzioni, ponendo così in essere l'attitude-behaviour gap.

Nuttin (1987) sostiene invece che, l'intenzione è senza dubbio un importante precursore dell'azione, ma il suo ruolo e il suo significato devono essere chiariti, infatti oltre all'intenzione le ricerche hanno messo in evidenza che anche il

desiderio ed altri precursori pertinenti sono la motivazione del comportamento etico.

Le ricerche sono sensibili a questa tematica poiché l'incertezza dell'informazione rende debole la relazione tra intenzione e comportamento, ma gli studiosi sostengono che anche se sono state attuate molteplici ricerche non si è giunti ad un risultato attendibile.

Newholm (2005) ha sostenuto che "l'atteggiamento non può essere letto come comportamento e viceversa, a causa anche delle mediazioni sociali e la varietà di significati associati ad una pratica particolare di consumo", cioè quello etico. Inoltre ha sottolineato che dal punto di vista del consumatore è l'accumulo di problemi di consumo, dinamiche di mercato e la complessa competizione che consentono di mantenere un comportamento etico, poiché il consumatore è portato dalle sue convinzioni ad abbattere il sistema tradizionale in cui si trova.

Possiamo quindi concludere dicendo che oltre all'informazione giocano un ruolo importante altre variabili come le norme personali, i dinamismi di mercato ed una forte motivazione per poter superare il gap che separa l'intenzione dall'atteggiamento.

### **3. LA METODOLOGIA**

#### **3.1. La struttura della ricerca**

La ricerca empirica è stata preceduta dalla lettura, dall'analisi e dalla comprensione di articoli, pubblicazioni e papers di varia natura per poter avere un quadro approfondito sul fenomeno dell'economia solidale focalizzando l'attenzione, all'oggetto di studio di questa ricerca, cioè i Gruppi di Acquisto Solidale in Italia, in particolar modo quelli che operano nel settore food. Dalla letteratura ho cercato di rilevare le variabili d'interesse che potessero spiegare in modo ottimale tale fenomeno e sulla base di queste si sono sviluppati degli strumenti di ricerca sia quantitativi che qualitativi, con lo scopo primario di osservare i soggetti che partecipano ai GAS e capire in che misura il consumo etico è rilevante nel nostro paese, mentre lo scopo secondario è quello di verificare se i dati ottenuti dalla ricerca confermano o smentiscono i dati evidenziati in letteratura.

Gli obiettivi principali che s'intendono raggiungere con la ricerca empirica sono:

- Obiettivi ed aspirazioni dei GAS;
- Struttura ed organizzazione dei GAS;
- Quali sono le attività principali del GAS;
- Come sono prese le decisioni all'interno del GAS;
- Quali sono le motivazioni che spingono i consumatori a costituire un GAS;
- Quali sono le motivazioni che spingono un soggetto ad entrare in un GAS;
- Se e come i consumatori modificano le loro abitudini e si loro stili di vita una volta entrati a far parte del GAS;
- Profilo tipico dei membri di un GAS;
- Qual è l'impatto della crescita della rete dei GAS nel mercato;
- Capire se l'acquisto tramite i GAS potrà divenire un fenomeno di massa.

Per lo svolgimento di questa ricerca gli strumenti metodologici utilizzati sono stati:

- a) Questionario;
- b) Interviste semi-strutturate;
- c) Interviste in profondità;
- d) Osservazioni partecipate.

Nei paragrafi successivi andrò a spiegare in modo dettagliato com'è stato pianificato ogni strumento e gli obiettivi conoscitivi associati ad ognuno di essi.

### *3.1.1. Ricerca quantitativa*

L'analisi per la ricerca quantitativa è iniziata tramite la creazione di un database costruito sulle informazioni contenute nei siti [www.retegas.org](http://www.retegas.org) e [www.economia-solidale.org](http://www.economia-solidale.org), questi sono aggiornati continuamente, poiché ogni gruppo può iscriversi sul sito in qualsiasi momento; lo scopo è quello di individuare il numero complessivo di GAS sul territorio italiano, identificando così la nostra popolazione bersaglio. All'interno dei siti è possibile attuare una ricerca avanzata impostando come variabili filtro la regione o la provincia di provenienza del gruppo, mentre per ogni gruppo è presente una breve descrizione, scritta dai membri del gruppo stesso, il numero e/o l'e-mail del referente del GAS e se esiste anche il sito web. Tutte queste informazioni sono state inserite nel database finale, cioè:

- Regione di provenienza del GAS;
- Nome del GAS;
- Provincia del GAS;
- E-mail e se esiste il numero di telefono del referente del GAS;
- Se esiste l'indirizzo web del sito internet del GAS.

Non è stata usata nessuna tipologia di filtro poiché lo scopo era quello di individuare la totalità dei gruppi in Italia; l'obiettivo è stato raggiunto, infatti, esistono ben 1444 Gruppi di Acquisto Solidale che si occupano esclusivamente o principalmente dell'acquisto di prodotti nel settore alimentare, tramite le

informazioni ottenute i GAS si ripartiscono sul territorio come mostrato in Tab. 3.1.

<b>Regione</b>	<b>Numero GAS</b>
Lombardia	304
Toscana	202
Veneto	125
Emilia Romagna	124
Piemonte	120
Lazio	115
Campania	61
Calabria	60
Marche	51
Liguria	50
Puglia	50
Sicilia	48
Friuli Venezia Giulia	32
Trentino Alto Adige	31
Umbria	20
Abruzzo	18
Sardegna	18
Valle d'Aosta	6
Basilicata	5
Molise	3
Repubblica di San Marino	1
Totale	1444
<i>Fonte Propria</i>	

Come possiamo notare dalla tabella i Gruppi di Acquisto si concentrano soprattutto nelle regioni nord e centro-nord della penisola, si può notare come un terzo dei GAS è presente già solo nelle regioni Lombardia e Toscana; mentre la concentrazione minore di questi gruppi è in Molise, Basilicata e Valle d'Aosta, forse anche per la minor grandezza delle regioni stesse.

Una volta costruito il database ed individuato il campione è stato possibile costruire il questionario<sup>4</sup>, volto a conoscere le abitudini di acquisto, consumo e

---

<sup>4</sup> È possibile visionare il questionario completo in Appendice 1.

organizzative del GAS; gli argomenti trattati nel questionario possono essere riepilogate in quattro categorie, che sono:

- a) Motivazioni che hanno portato i consumatori ad entrare nel GAS;
- b) Descrizione dei modelli di consumo dei membri del GAS, con riferimento alle loro abitudini di acquisto all'interno e all'esterno del gruppo;
- c) L'impegno dei consumatori in altre attività all'interno del GAS (ad esempio, le attività organizzative);
- d) Profilo socio-demografico dei consumatori.

Il questionario è stato costruito attraverso Survey Monkey, è stato inviato tramite e-mail ai 1444 referenti dei GAS indicati nel database, chiedendo a questi la possibilità di diffonderlo anche ai membri dei propri Gruppi di Acquisto. Nelle settimane successive, a distanza di una quindicina di giorni è stata inviata un'e-mail di remind a coloro che non avevano manifestato la volontà di partecipare al sondaggio. L'incentivo per far aumentare la partecipazione è stata la promessa di inviare un report finale sul fenomeno di consumo dei Gruppi di Acquisto Solidale a tutti coloro che hanno mostrato interesse e collaborazione nella ricerca.

L'indagine basata sulla compilazione del questionario è durata da Maggio a Settembre 2013 e vi è stata una forte adesione da parte della popolazione bersaglio infatti, hanno partecipato ben 829 soggetti, di cui 704 hanno fornito un questionario con risposte complete.

Completata la ricerca quantitativa è stato possibile avere un quadro generale di riferimento che potesse aiutare a capire in linea generale le abitudini, l'organizzazione e il consumo dei vari membri dei gruppi, consentendo così di poter approfondire tramite una ricerca qualitativa i vari aspetti ritenuti rilevanti tramite l'analisi delle risposte ottenute.

### *3.1.2. Ricerca qualitativa*

La ricerca qualitativa si è svolta sul campo e si è articolata in varie fasi. Inizialmente sono state svolte delle interviste semi-strutturate, a due tipologie differenti di soggetti:

- a. I soci fondatori, cioè coloro che hanno costituito il GAS;
- b. Partecipanti al GAS.

Successivamente sono state svolte delle interviste in profondità, volte come dice il termine, ad approfondire tematiche particolarmente interessanti che erano emerse durante sia il questionario che le interviste semi-strutturate.

Inoltre il contesto in cui sono avvenute le varie interviste sono stati differenti, alcune sono state attuate prima o dopo aver partecipato ad un'assemblea ordinaria di un GAS, contattato precedentemente e che aveva dato la disponibilità ad approfondire la ricerca. Durante tale assemblea si può vivere il vero funzionamento di un Gruppo di Acquisto, infatti, in tale contesto si effettuano gli ordini, si ritira la merce ordinata e si discute di argomentazioni di varia natura, come ad esempio problemi organizzativi, tematiche attuali inerenti all'economia solidale, oppure problemi riguardanti i fornitori ed i loro prodotti. Invece altre interviste sono state registrate durante le osservazioni partecipate, cioè feste e/o convegni, organizzati o su base nazionale, quindi i partecipanti provengono da tutta Italia, oppure su base regionale e/o provinciale che hanno lo scopo di riunire i GAS di una medesima città o di un medesimo distretto; tali feste sono pubbliche proprio per cercare di promuovere e coinvolgere la cittadinanza locale e/o nazionale ad abbracciare uno stile di vita più sano ed eco-compatibile. In queste occasioni vi è lo scopo di instaurare nuove relazioni sociali sia con coloro che condividono la medesima ideologia eco-sostenibile sia con chi partecipa a tali fiere per pura e semplice curiosità, inoltre è possibile partecipare a laboratori di vario genere come ad esempio quelli culinari, sono svolti dei dibattiti su temi di attualità inerenti al consumo critico ed infine vi è la possibilità di acquistare i prodotti agricoli locali e prodotti equo e solidali poiché



normalmente sono presenti gli stand che mettono in mostra la merce disponibile.

Le interviste sono state svolte durante tre eventi:

- a. “Io Sbarco” XIII° Incontro nazionale dell’economia solidale tenutosi a Monopoli (BA) dal 28 al 30 Giugno 2013;
- b. “Festa del DES di Livorno”, svolta a Livorno il 7 e l’8 Settembre 2013;
- c. “GASFesta”, tenutosi a Bergamo il 22 Settembre 2013.

Oltre a queste feste, le interviste sono state sottoposte ai membri di due GAS, successivamente allo svolgimento dell’assemblea, potendo constatare in modo concreto il modus operandi di un Gruppo di Acquisto, tali GAS sono: il “GAS Livorno” di Livorno e il “GAS Bo.Bo.” di Bergamo.

Oltre alle interviste semi-strutturate<sup>5</sup>, ne sono state svolte di ulteriori anche da altri due tesisti: Costantino Mastrangelo e Michele Marangolo, ottenendo 48 interviste, di cui 8 ai soci fondatori e 40 ai membri del GAS, della durata media di 20 minuti, che hanno consentito di approfondire il fenomeno già descritto dai risultati del questionario. Tutte le interviste sono state registrate su nastro, le quali, successivamente, sono state ascoltate e trascritte interamente.

Le interviste semi-strutturate sono così suddivise (Tab. 3.2.):

<i>Tab. 3.2. INTERVISTE</i>			
Intervistatore	Numero Interviste		Totale
	Soci Fondatori	Membri del GAS	
Michele	2	15	17
Cecilia	2	9	11
Costantino	4	16	20
<b>Totale</b>	<b>8</b>	<b>40</b>	<b>48</b>
<i>Fonte propria</i>			

Le interviste semi-strutturate sono articolate su tre macro-categorie che riprendono ed approfondiscono sostanzialmente gli argomenti trattati nel questionario; infatti lo scopo di queste interviste è verificare se ci siano o meno ulteriori argomenti da trattare che non siano stati presi in considerazione con questionario on-line.

<sup>5</sup> In Appendice 2 sono presenti le interviste semi-strutturate

Anche se le domande delle interviste sono differenti, a seconda che l'intervistato sia un partecipante al GAS, oppure sia un socio fondatore, le tematiche trattate sono le medesime cioè:

- a) Modalità e motivazioni di costituzione/ingresso nel GAS;
- b) Aspetti organizzativi e di governance;
- c) Attività svolte sia all'interno che all'esterno del GAS.

La strutturazione dell'intervista e le domande che sono state effettuate ai soggetti intervistati sono indicate in modo schematico in Tabella 3.3. e 3.4.

**Tab. 3.3. Interviste ai gasisti partecipanti al GAS**

<b>Modalità e condizioni di ingresso nel GAS</b>	<b>Aspetti organizzativi e di governance del GAS</b>	<b>Attività svolte all'interno ed all'esterno del GAS</b>
Da quanto tempo fa parte del GAS? Come è venuto a conoscenza del GAS?	Qual è la struttura del suo GAS? Com'è la suddivisione dei compiti?	Svolgete ulteriori attività oltre al GAS?
Quali sono i motivi per cui partecipa a questo gruppo? È riuscito a coinvolgere altre persone?	Come prendete le decisioni? Vi sono delle assemblee o decide un unico soggetto?	Quali attività svolge nel suo tempo libero? Sono sempre inerebri all'ecosostenibilità? Ce ne sono alcune che hanno avuto inizio o fine a seguito del suo ingresso nel GAS?
	Quali sono gli argomenti trattati durante le assemblee? Riguardano solo gli ordini da effettuare?	Cosa pensa di questo fenomeno che si sta ampliando? Pensa che con una maggiore diffusione informativa si possa affermare come un fenomeno di massa?

*Fonte Propria*

<i>Tab. 3.4. Interviste ai soci fondatori del GAS</i>		
<b>Modalità e condizioni di ingresso nel GAS</b>	<b>Aspetti organizzativi e di governance del GAS</b>	<b>Attività svolte all'interno ed all'esterno del GAS</b>
Mi racconti la storia del tuo GAS	Quanti partecipanti avete? Come li avete contattati? Esiste una sorta di selezione?	Organizzate altre attività o manifestazioni a sfondo etico e solidale? Perché avete scelto di organizzarle?
Quali sono state le motivazioni principali che l'hanno spinto a costituire un GAS?	Quali sono le basi di scelta per scegliere i vostri fornitori?	Cosa pensa di questo fenomeno che si sta ampliando? Pensa che con una maggiore diffusione informativa si possa affermare come un fenomeno di massa?
	Come è organizzato il vostro GAS? Come vengono gestiti gli ordini?	
	Come e quanto spesso vengono attuate le assemblee? Chi le organizza e chi decide quali siano gli argomenti del giorno? Avete tutti la stessa voce in capitolo?	
<i>Fonte Propria</i>		

Le interviste sono state svolte da Giugno a Settembre; in quest'ultimo è stata fatta un'ulteriore tipologia di intervista, cioè quella in profondità<sup>6</sup>. Tramite questa tipologia l'intervistato è più libero di esprimersi e trattare in maniera più dettagliata gli argomenti proposti; difatti queste interviste di media sono durate un'ora e ne sono state raccolte 6. L'obiettivo di questo strumento qualitativo è quello di individuare, se esistono, dei vari profili che caratterizzano i gasisti sulla base delle loro modalità di ingresso nel gruppo, le motivazioni che hanno portato un soggetto ad entrare nel GAS ed infine obiettivi ed aspirazioni connesse alla partecipazione nel GAS. È stata creata un'intervista con domande più ampie, cercando di ottenere risposte più specifiche; l'intervistato poteva spaziare anche su argomenti non richiesti dall'intervista ed approfondire queste nuove tematiche per rilevare potenziali nuovi aspetti non presi precedentemente in attenzione. Le macro-categorie trattate sono state:

a) Condizioni e modalità di ingresso nel GAS;

<sup>6</sup> In Appendice 3 sono presenti le interviste in profondità

- b) Fattori motivazionali della partecipazione al GAS;
- c) Obiettivi ed aspirazioni connessi al GAS.

I soggetti che hanno partecipato a questa tipologia d'intervista erano soprattutto coordinatori, soci fondatori ed esperti del fenomeno.

Anche queste interviste sono state registrate su dispositivo elettronico e riportate integralmente su un documento scritto.

Le domande dell'intervista in profondità sono schematizzate in Tabella 3.5.

<b>Tab. 3.5. Interviste in Profondità</b>		
<b>Modalità e condizioni di ingresso nel GAS</b>	<b>Fattori motivazionali della partecipazione al GAS</b>	<b>Obiettivi ed aspirazioni connessi al GAS</b>
Secondo la sua esperienza quali sono i modi attraverso cui si entra in un GAS?	Secondo lei quali sono le principali motivazioni per cui si entra in un GAS?	Quali sono se ci sono i difetti del GAS? Secondo le nostre ricerche sono: 1)modesta varietà di prodotti; 2)prodotti non omologati e sporchi; 3) problemi logistici; 4) prezzi elevati. Considera questi aspetti come dei problemi?
Dall'analisi precedente si è riscontrato che un soggetto entra a far parte di un GAS in due modi: 1) spinta di una motivazione individuale; 2) tramite il coinvolgimento da parte di amici e parenti. Vee queste due modalità come separate ed indipendenti?	Le motivazioni principali individuate sono: 1)Relazioni sociali; 2) Caratteristiche dei prodotti; 3) Solidarietà con i piccoli produttori. Le sembra che siano diffuse tra le persone? Coesistono o sono una indipendente dalle altre?	Secondo lei c'è un obiettivo o un'aspirazione di ampio respiro che si intende perseguire partecipando al GAS? Ad esempio ridurre il potere della grande distribuzione a favore della filiera corta; che istituzioni occorre coinvolge?
Ritiene che la modalità di accesso influisca sul modo di intendere il GAS e sulla partecipazione? La modalità di accesso influisce sul profilo e sul percorso che andrà ad intraprendere il gasista?	Secondo lei la prevalenza di una di queste motivazioni rispetto alle altre identifica profili di gasisti differenti?	Crede che il sistema GAS possa evolvere e sostituire la distribuzione tradizionale? A quali condizioni? Cosa possiamo fare per procedere in questa direzione?
	Quali sono secondo lei le caratteristiche essenziali dei prodotti che si acquistano tramite il GAS? In riferimento al km 0 le capita di acquistare prodotti forniti da produttori locali di altre regioni? Come si gestisce il compromesso tra solidarietà e compatibilità ambientale?	
<i>Fonte Propria</i>		

Tutte e due le tipologie d'intervista sono state utilizzate per creare un modello descrittivo che verrà analizzato nel capitolo successivo. Questo modello descrittivo è costruito sulla base delle 48 interviste brevi, mentre le interviste in profondità hanno consentito di validare e confermare quanto scritto nel modello.

## 4. ANALISI DEI RISULTATI

### 4.1. Analisi del questionario

#### 4.1.1. Il Campione

I GAS in Italia sono 1444, distribuiti in modo non perfettamente uniforme, infatti, per il 55% sono presenti al Nord, al Centro vi è una concentrazione del 27%, infine il restante 18% è presente al Sud e nelle Isole. Dai risultati ottenuti è possibile sostenere che all'interno di ogni Gruppo di Acquisto sono presenti in media 10-20 persone ed ognuna di queste rappresenta un nucleo familiare, affermando così che la popolazione bersaglio, cioè i membri che aderiscono al fenomeno dei GAS sono circa 70.000 persone. I soggetti che hanno partecipato all'indagine tramite questionario on-line sono 829, ma i questionari realmente utilizzabili sono 704, poiché 125 hanno ottenuto risposte incomplete. Il suddetto campione è distribuito in Italia come mostra la Tab. 4.1.

<b>Regioni</b>	<b>Num. Campione</b>	<b>% Campione</b>	<b>Num. Popolazione</b>	<b>% Popolazione</b>
Nord	293	41,6	792	54,8
Centro	284	40,4	389	26,9
Sud e Isole	127	18,0	263	18,2
<b>Totale</b>	<b>704</b>	<b>100,0</b>	<b>1444</b>	<b>100,0</b>
Risposte incomplete	125			
<b>Totale</b>	<b>829</b>			

*Fonte propria*

Il campione è costituito per il 70% da donne e per il restante 30% da uomini; come mostra la Tab 4.2. la maggior parte di questi ha un'età compresa tra i 46 ed i 65 anni: infatti il 19% rientra nella fascia di età tra il 26 ed i 35 anni, il 31% tra i 36 ed i 45, mentre il 45% tra i 36 e 65; il restante 2% e 3% rappresentano la popolazione con un'età inferiore ai 25 anni o superiore ai 65. Rispetto alla popolazione italiana rilevata dai dati ISTAT, i partecipanti dei GAS sono relativamente giovani, difatti in Italia la fascia di età maggiormente diffusa è

quella che va dai 46 ai 65 (33%) ed dai 66 ai 100 (24%), in Italia essendoci un basso numero di nascite è naturale che la popolazione sia spostata verso le fasce alte di età, ciò che sorprende è che siano proprio i giovani a voler cambiare il sistema tradizionale ed acquistare beni di consumo rivolti al rispetto dell'ambiente, dei lavoratori e solidali nei confronti dei piccoli produttori.

**Tab. 4.2. Distribuzione età**

	<b>Num. Campione</b>	<b>% Campione</b>	<b>Num. Popolazione</b>	<b>% Popolazione</b>
<b>Tra i 18 e i 25 anni</b>	14	2,0%	4868814	9,9%
<b>Tra i 26 e i 35 anni</b>	133	18,9%	7326674	14,8%
<b>Tra i 36 e i 45 anni</b>	220	31,3%	9457471	19,1%
<b>Tra i 46 e i 65 anni</b>	317	45,0%	16125362	32,6%
<b>Oltre i 65 anni</b>	20	2,8%	11618114	23,5%
<b>Totale</b>	<b>704</b>	<b>100,0%</b>	<b>49396435</b>	<b>100,0%</b>

Fonte Propria

Come mostrato dalla Tab. 4.3. oltre il 50% dei rispondenti vive nelle città, il 25% nelle campagne ed il restante 22% nelle zone periferiche delle medie e grandi città.

**Tab. 4.3. Distribuzione del campione nella tipologia di centro abitativo**

	<b>Num. Campione</b>	<b>% Campione</b>
<b>Città</b>	375	53,3%
<b>Campagna</b>	176	25,0%
<b>Zone limitrofe alla città</b>	153	21,7%
<b>Totale</b>	<b>704</b>	<b>100,0%</b>

Fonte Propria

Coloro che acquistano tramite i Gruppi di Acquisto hanno un elevato grado d'istruzione rispetto alla media generale della popolazione italiana; infatti, il 41% degli intervistati ha una laurea, il 38% il diploma di scuola media superiore, il 17% ha un dottorato, master o altre specializzazioni post- laurea, e il restante 3% possiede un diploma di scuola media inferiore, mentre nessun intervistato ha solamente la licenza di scuola elementare, questi dati sono rappresentati in Tab 4.4. Mentre i dati corrispondenti alla popolazione italiana, ricavati dal censimento del 2011 attuato ISTAT, sono i seguenti: solamente il 12% degli

italiani possiede un titolo di laurea o post- laurea, mentre il 35% un diploma di scuola media superiore e ben il 32% un diploma di media inferiore, infine rispetto allo 0,1% riscontrato nel campione il 22% ha solamente una licenza di scuola elementare. Questi dati dimostrano come l'informazione ed una maggiore conoscenza, che si ottiene principalmente tramite l'istruzione, porta ad avere una maggiore consapevolezza e quindi a modificare le proprie abitudini di consumo che consentono di ottenere uno stile di vita più sano.

<b>Tab. 4.4. Tipologia d'istruzione</b>				
	<b>Num. Campione</b>	<b>% Campione</b>	<b>Num. Popolazione</b>	<b>% Popolazione</b>
<b>Laurea</b>	292	41,5%	4080	7,8%
<b>Diploma di scuola media superiore</b>	269	38,2%	18137	34,9%
<b>Dottorato, master o altri corsi post laurea</b>	118	16,8%	2040	3,9%
<b>Diploma di scuola media inferiore</b>	24	3,4%	16459	31,7%
<b>Scuola elementare</b>	1	0,1%	11279	21,7%
<b>Totale</b>	<b>704</b>	<b>100,0%</b>	<b>51995</b>	<b>100,0%</b>

*Fonte Propria*

Come mostra la Tab. 4.5., le professione svolte in prevalenza, tra i soggetti intervistati sono: impiegato 34,8%, a seguire il libero professionista con una percentuale del 10,5 ed infine l'insegnante con il 9,2%. La parte restante si distribuisce tra vari profili come quadro, casalinga, pensionato, operaio... È interessante notare come all'interno dei Gruppi di Acquisto solo una piccola parte è in certa di occupazione, cioè solamente il 3,6% rispetto al tasso di disoccupazione che nel luglio 2013, secondo i dati ISTAT, si aggira intorno al 12,0%.

<i>Tab. 4.5. Occupazione Gasisti</i>		
<b>Professione</b>	<b>Num. Campione</b>	<b>% Campione</b>
<b>Impiegato</b>	245	34,8%
<b>Libero Professionista</b>	74	10,5%
<b>Insegnante</b>	65	9,2%
<b>Quadro</b>	36	5,1%
<b>Pensionato</b>	32	4,5%
<b>Casalinga</b>	30	4,3%
<b>Medico</b>	26	3,7%
<b>In cerca di Occupazione</b>	25	3,6%
<b>Studente</b>	23	3,3%
<b>Operaio</b>	18	2,6%
<b>Artigiano</b>	15	2,1%
<b>Commerciante</b>	12	1,7%
<b>Imprenditore</b>	12	1,7%
<b>Dirigente</b>	9	1,3%
<b>Altro</b>	82	11,6%
<b>Totale</b>	<b>704</b>	<b>100,0%</b>
<i>Fonte Propria</i>		

La distribuzione del reddito annuo, come mostra la Tab. 4.6. è molto eterogenea.

<i>Tab. 4.6. Distribuzione reddito tra i gasisti</i>		
<b>Reddito</b>	<b>Num. Campione</b>	<b>% Campione</b>
<b>Meno di 12.000 euro</b>	137	19,5%
<b>Tra 12.000 e 24.000 euro</b>	274	38,9%
<b>Tra 24.000 e 36.000 euro</b>	190	27,0%
<b>Tra 36.000 e 48.000 euro</b>	53	7,5%
<b>Più di 48.000 euro</b>	50	7,1%
<b>Totale</b>	<b>704</b>	<b>100,0%</b>
<i>Fonte Propria</i>		

Si può affermare che il numero prevalente di gasisti è concentrato nella fascia intermedia tra i 12.000 e i 36.000 euro.

L'ultima informazione reperita dal questionario che consente di concludere il profilo socio-demografico dei gasisti è la composizione del nucleo familiare, come mostra la Tab. 4.7. , vi è una forte diffusione di famiglie con 3 o più membri al suo interno, infatti rappresentano circa il 61,5% del totale, tale dato è fortemente superiore rispetto ai dati ISTAT relativi alla popolazione italiana infatti le famiglie censite, con questo numero di membri, sono il 46,2% rispetto



al totale. Vi è discrepanza invece con le famiglie mono-persona, ai gruppi vi partecipa un 11,1% rispetto al censimento ISTAT che rivela che in Italia il 26,4% di famiglie sono composte da un unico soggetto; infine la presenza di famiglie con due membri coincide sostanzialmente sia nel campione che nella popolazione poiché abbiamo rispettivamente il 24,4% e il 28,2%.

**Tab. 4.7. Composizione nucleo familiare**

<b>Composizione</b>	<b>% Campione</b>	<b>% Popolazione</b>
<b>1 persona</b>	11,1%	26,4%
<b>2 persone</b>	24,4%	28,2%
<b>3 persone</b>	31,5%	40,1%
<b>Più di 4 persone</b>	33,0%	6,1%
<b>Totale</b>	100,0%	100,0%

*Fonte Propria*

#### 4.1.2. Condizioni e modalità d'ingresso nel GAS

Le modalità con cui un soggetto entra in contatto con la realtà dei GAS sono sostanzialmente due, come mostra la Fig. 4.5., cioè:

- a) Tramite il coinvolgimento da parte di amici e parenti;
- b) Spinta di una motivazione individuale

Dalla Tab. 4.8. si può notare chiaramente che il modo prevalente con cui si entra a conoscenza di un GAS è tramite il passaparola di amici e conoscenti, rappresentato dal 72,7% delle risposte. Mentre i soggetti che conoscono il fenomeno del GAS, poiché hanno una forte motivazione individuale, si informano per il 3,6% attraverso la stampa, per il 2,1% attraverso il produttore locale, infine il mezzo più utilizzato per approfondire la propria conoscenza è il web usato da il 10,2% dei soggetti intervistati. Questa prevalenza di una modalità rispetto all'altra può essere spiegata dal fatto che i soggetti con il GAS cercano di instaurare nuove relazioni sociali e per questo motivo il contatto e la socializzazione con gli individui è molto ricercata sia da coloro che già partecipano al gruppo sia da quelli che hanno intenzione di entrarvi a far parte. Si può concludere affermando che per i consumatori critici è fondamentale creare

contatti sociali per divulgare le informazioni inerenti al consumo etico e solidale e coinvolgere un numero maggiore di soggetti.

<i>Tab. 4.7. Come si viene a conoscenza del GAS</i>		
	<b>Num. Campione</b>	<b>% Campione</b>
<b>Passaparola di amici e conoscenti</b>	512	72,7%
<b>Altro</b>	80	11,4%
<b>Internet</b>	72	10,2%
<b>Stampa</b>	25	3,6%
<b>Produttore locale</b>	15	2,1%
<b>Totale</b>	<b>704</b>	<b>100,0%</b>
<i>Fonte Propria</i>		

Le risposte ottenute ricalcano le condizioni e modalità d'ingresso in un GAS sottolineate nella letteratura. Come ha evidenziato Forno (2009) anche i rispondenti del questionario hanno affermato che la loro rete di amici e conoscenti è stata il principale fattore che ha condizionato l'ingresso nel gruppo. In secondo luogo vi è corrispondenza anche con la seconda modalità di ingresso, infatti, la percentuale di coloro che si informano individualmente è inferiore ma comunque sostanziale, circa il 16%, ed il canale informativo maggiormente utilizzato è il web. Infine le ulteriori modalità d'ingresso messe in evidenza da IRES Piemonte (2011, p.35), tramite il questionario non sono emerse, potendo così affermare che le condizioni e modalità di ingresso più diffuse all'interno di questo mercato alternativo sono sostanzialmente due: la rete di amici e conoscenti ed la volontà individuale di ricercare informazioni per avere una maggiore conoscenza e consapevolezza del fenomeno.

Una volta entrati a conoscenza del Gruppo di Acquisto Solidale, la maggior parte dei soggetti, il 78%, raccoglie informazioni sulle attività che il GAS svolge prima di iscriversi, le informazioni raccolte, come mostra la Tab. 4.9. sono di due tipologie: informazioni inerenti al GAS a cui il soggetto vuole iscriversi e informazioni comparative sui vari GAS presenti nelle vicinanze del quartiere.

<i>Tab. 4.9. Tipologia d'informazione raccolte sul GAS prima dell'iscrizione</i>		
	<b>Num. Campione</b>	<b>% Campione</b>
<b>Nessuna</b>	154	21,9%
<b>Informazioni comparative sui GAS della zona</b>	142	20,2%
<b>informazioni solo sul GAS prescelto</b>	408	58,0%
<b>Totale</b>	<b>704</b>	<b>100,0%</b>
<i>Fonte Propria</i>		

Il restante 22% non raccoglie nessuna tipologia d'informazione, tale percentuale è comunque molto significativa, sottolineando come un numero elevato di persone che partecipano al GAS, vi aderiscono con il solo scopo di affermare e mettere in partica i propri ideali e le proprie convinzioni.

In riferimento alle possibili motivazioni che portano un soggetto ad entrare all'interno di un gruppo di acquisto, ne sono state individuate sette come mostra la Fig. 4.1. Sulla base della scala valutativa, inserita nel questionario e suddivisa in sette punti (1 fortemente in disaccordo e 7 fortemente in accordo), è stato possibile individuare l'ordine d'importanza delle motivazioni, in base a quanto forte era l'accordo dei soggetti per ognuna di esse. L'ordine d'influenza delle motivazioni nei soggetti è indicato in Tab. 4.10.:

**Tab. 4.10. Motivazioni d'ingresso nel GAS**

MOTIVAZIONI	Fortemente d'accordo	In Accordo	Lievemente in Accordo	Indifferente	Lievemente in Disaccordo	In Disaccordo	Fortemente in Disaccordo	Totale	Totale Accordo
Il desiderio di sostenere i piccoli produttori	61,9%	32,4%	3,7%	1,3%	0,1%	0,0%	0,6%	100,0%	<b>98,0%</b>
La preoccupazione rispetto alla qualità/provenienza/salubrità dei prodotti che consumo	68,2%	24,4%	5,3%	0,7%	0,4%	0,3%	0,7%	100,0%	<b>97,9%</b>
La volontà di contribuire a combattere i problemi ambientali	59,8%	29,8%	7,5%	1,8%	0,1%	0,3%	0,7%	100,0%	<b>97,1%</b>
Il bisogno di fare qualcosa per cambiare il contesto in cui vivo	41,2%	44,9%	8,7%	3,3%	0,4%	0,6%	1,0%	100,0%	<b>94,7%</b>
Il bisogno di ridurre il potere della grande distribuzione organizzata	49,0%	32,0%	11,4%	4,5%	0,9%	1,4%	0,9%	100,0%	<b>92,3%</b>
La possibilità di acquistare prodotti di qualità ad un prezzo contenuto	39,1%	35,5%	12,4%	6,8%	2,8%	2,3%	1,1%	100,0%	<b>86,9%</b>
<i>Fonte Propria</i>									

Nella scala valutativa, alla posizione numero quattro vi è la voce “indifferente”, è da sottolineare che sia per la motivazione riguardante l’instaurazione di relazioni sociali, sia l’acquisto dei prodotti ad un prezzo contenuto hanno ricevuto un rilevante punteggio in questa posizione rispettivamente il 9,5% ed il 6,8%.

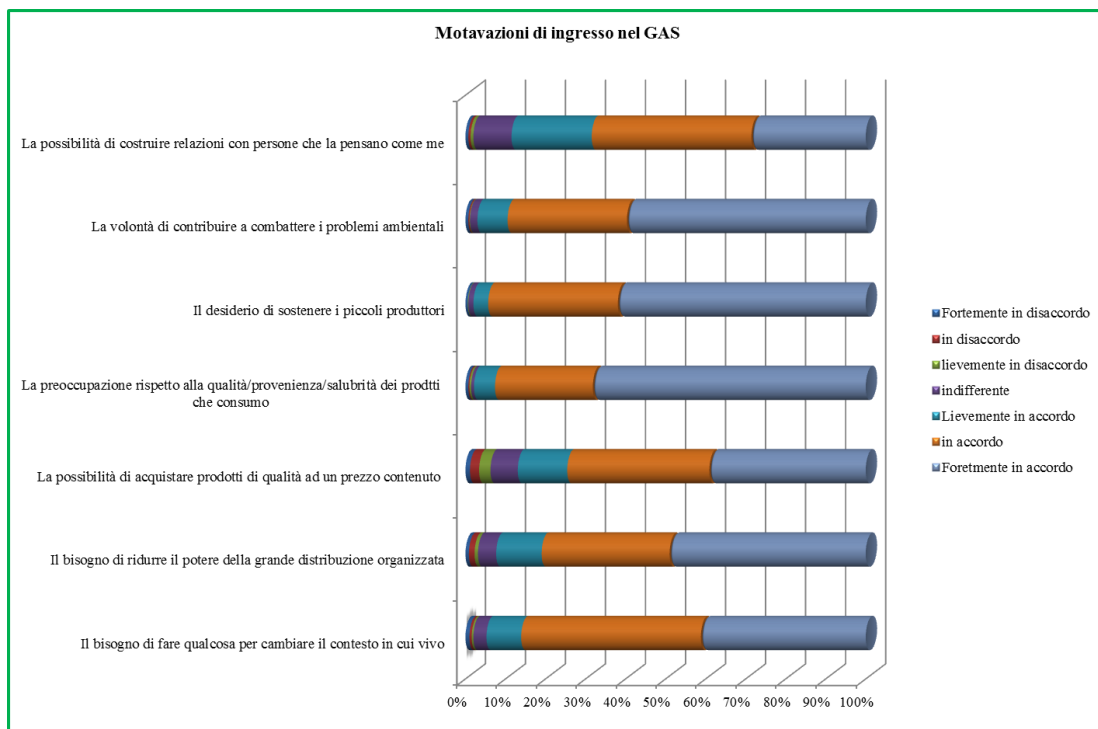


Fig. 4.1. Motivazioni che portano ad entrare in un GAS

Fonte Propria

Le motivazioni che portano un soggetto ad entrare a far parte del GAS sono sostanzialmente le stesse elencate nella letteratura, anche nel sondaggio attuato da Coscarello (2010), la motivazione più diffusa tra i gasisti è la solidarietà nei confronti dei piccoli produttori, mentre a differenza di quanto sostenuto da Papaioikonomou et al. (2011) la costruzione ed ampliamento delle relazioni sociali non è una tra le motivazioni più rilevanti, infatti dal questionario, è risultato che solo il 69% è particolarmente attento a questo aspetto. Bavone e Mora (2007) identificano due motivazioni distinte: la prima, la responsabilità verso se stessi, cioè la ricerca di un'alimentazione sana e corretta ed una trasparenza nei rapporti sia con i fornitori che con gli altri membri, mentre la seconda la ricerca della salubrità nel cibo; i risultati ottenuti dimostrano invece, che vi è un'unica motivazione che comprende le precedenti enucleate dai due autori, cioè la preoccupazione rispetto alla qualità/provenienza/salubrità dei

prodotti che i soggetti consumano, nella quale si rispecchia la quasi totalità del campione italiano.

Forno (2009) sostiene che una larga percentuale di gasisti aderisce al gruppo per una motivazione ideologica e politica, in questo caso, dai risultati ottenuti, si riscontra che la motivazione politica è delineata su due fronti che consentono di ottenere due motivazioni differenti: la prima è la volontà da parte dei soggetti di fare qualcosa per modificare il contesto in cui vivono, e la seconda è l'azione politica (in senso lato) di cercare di ridurre al minimo il potere della Grande Distribuzione Organizzata. Come evidenziato da Coscarello (2010), anche dal sondaggio risulta che la ricerca di convenienza in termini di prezzo negli acquisti attuati tramite il GAS è una motivazione esistente ma che ottiene un bacino molto basso di consensi. Infine l'unica motivazione non emersa dall'intervista tramite questionario, e invece approfondita nella letteratura, è la mera utilità (Papaoikonomou et al., 2011, p. 21), cioè quando un soggetto entra nel gruppo con il solo scopo di acquistare i prodotti.

I criteri di scelta del Gruppo di Acquisto, all'interno della città in cui vivono i soggetti interessati all'adesione, sono molteplici e riguardano: la numerosità dei GAS e la loro posizione geografica all'interno della città, la qualità dei prodotti, la qualità delle relazioni umane, la presenza di amici o conoscenti all'interno del GAS, le attività svolte oltre al mero acquisto dei prodotti, la dimensione e la struttura organizzativa del GAS, le caratteristiche relazionali dei membri del Gruppo. In Tab. 4.11. in ordine di frequenza, sono elencati i criteri che condizionano la scelta di un GAS rispetto ad un altro.

<i>Tab. 4.11. Criteri di scelta del GAS</i>		
<b>Criteri</b>	<b>Num. Campione</b>	<b>% Campione</b>
<b>E' più vicino all'abitazione o alla sede lavorativa</b>	319	31,4%
<b>Non esistono altri GAS nella zona</b>	158	15,5%
<b>Oltre all'acquisto dei prodotti offre attività diverse a cui è possibile partecipare</b>	158	15,4%
<b>La scelta di questo GaS è stata casuale</b>	102	9,9%
<b>Offre una varietà di prodotto più ampia rispetto ad altri GAS</b>	85	8,3%
<b>Sono stato uno tra i soci fondatori del nostro GAS</b>	59	5,7%
<b>La qualità dei prodotti è più elevata rispetto agli altri GAS</b>	49	4,8%
<b>Amici e/o parenti erano già iscritti a questo GAS</b>	49	4,8%
<b>Quando mi sono iscritto era l'unico GAS nella mia zona</b>	13	1,3%
<b>L'ho scelto sulla base delle sue dimensioni e della sua struttura organizzativa</b>	12	1,2%
<b>E' il più economico</b>	11	1,1%
<b>Qualità dei rapporti umani con i membri del gruppo</b>	5	0,5%
<b>E' nato all'interno della struttura in cui lavoro</b>	4	0,4%
<b>Faccio parte di più GAS</b>	3	0,3%
<b>Vi è la condivisione di scelte etiche</b>	2	0,2%
<b>Totale</b>	<b>1029</b>	<b>100,0%</b>
<i>Fonte Propria</i>		

Si può affermare che i criteri riguardano sostanzialmente: la vicinanza del GAS ai luoghi maggiormente frequentati dai membri, le attività svolte dal Gruppo che consentono di avere una partecipazione maggiormente attiva nei riguardi delle tematiche ambientali, sociali e di solidarietà, infine si riferiscono alla qualità e alla maggior varietà dei prodotti offerti dai vari produttori locali.

L'ultima variabile da analizzare è da quanto tempo questi soggetti partecipano al gruppo (Tab. 4.12.), con lo scopo di capire quanto negli ultimi anni questo fenomeno sia cresciuto. Quasi la metà dei gasisti (45,6%) fa parte dei Gruppi di acquisto da un tempo superiore a 3 anni, questo consente di sostenere che il GAS è un fenomeno ormai diffuso e conosciuto da un lungo periodo di tempo, ma che sta continuando ad espandersi; infatti il 35,5% degli intervistati partecipa attivamente da 1 a 3 anni, infine coloro che si sono avvicinati a questa realtà nell'ultimo anno sono il 18,9%, una percentuale comunque rilevante a dimostrazione del fatto che il fenomeno dei GAS sta coinvolgendo un numero sempre maggiore di persone.

**Tab. 4.12. Da quanto tempo i gasisti partecipano al GAS**

	<b>Num. Campione</b>	<b>% Campione</b>
<b>Meno di 1 anno</b>	133	18,9%
<b>Più di 3 anni</b>	321	45,6%
<b>Tra 1 e 3 anni</b>	250	35,5%
<b>Totale</b>	<b>704</b>	<b>100,0%</b>
<i>Fonte Propria</i>		

#### *4.1.3. Modalità e tipologia di prodotti acquistati all'interno del GAS*

All'interno del questionario vi è un'intera sezione dedicata alla modalità ed alla tipologia di prodotti acquistati dai vari gasisti, con lo scopo di capire ed approfondire le varie abitudini di acquisto e di consumo di questi soggetti. Soprattutto capire quanto i gasisti dipendono dai GAS per i loro acquisti oppure se si avvalgono di altri circuiti tradizionali come ad esempio la Grande Distribuzione Organizzata; per quest'ultimo aspetto è molto interessante verificare quanti soggetti ne usufruiscono poiché l'81% degli intervistati ha dichiarato di voler ridurre il potere della GDO.

Partendo dalla tipologia di prodotti, agli intervistati è stata presentata una lista con un numero svariato di beni alimentari, per capire quali tra questi la maggior parte dei gasisti li acquista o meno attraverso il gruppo (Tab. 4.13.). Analizzando i beni alimentari acquistati si può capire a quali tipologie di questi, le famiglie prestano maggiore attenzione, in relazione al km 0 e al biologico, e quindi, quali alimenti secondo gli intervistati sono necessari per avere un'alimentazione sana e corretta.



**Tab. 4.13. Tipologia di Prodotti**

<b>Tipi Prodotti</b>	<b>% Si Campione</b>
<b>Frutta</b>	91,0%
<b>Verdure</b>	86,7%
<b>Formaggi</b>	80,1%
<b>Legumi</b>	72,7%
<b>Farina</b>	71,3%
<b>Riso</b>	66,2%
<b>Spalmabili dolci</b>	56,5%
<b>Olio</b>	52,8%
<b>Uova</b>	48,6%
<b>Carne</b>	48,6%
<b>Vino</b>	39,4%
<b>Pane</b>	35,1%
<b>Salumi</b>	27,4%
<b>Pasta Fresca</b>	25,3%
<b>Aceto</b>	17,6%
<b>Latte</b>	17,0%
<b>Pizza e focacce</b>	10,1%
<i>Fonte Propria</i>	

Dai dati ottenuti è possibile notare come gli alimenti più acquistati all'interno del GAS sono frutta (91%) e verdura (86,7%); a seguire abbiamo i formaggi stagionati e freschi (80,1%), i legumi (72,7%), la farina (71,3%) ed infine il riso (66,2%). Mentre i prodotti che in maniera rilevante risultano i meno acquistati sono: la pizza e le focacce (89,9%), l'aceto (82,4%), la pasta fresca (74,7%) ed infine i salumi (72,6%).

In Tab. 4.14. è possibile osservare dove i consumatori critici acquistano più frequentemente i loro prodotti, il mercato rionale (3,8%) e il negozio specializzato biologico (9,4%) non sono frequentati assiduamente dai gasisti. Coerentemente da quanto affermato nelle motivazioni che portano all'ingresso nel GAS, cioè cercare di ridurre il potere della GDO, gli ipermercato riscuotono una percentuale bassa solo il 10,2% acquista all'interno di essi. Quindi i quattro luoghi dove i gasisti acquistano prevalentemente sono:

- a) Supermercato (24%);
- b) GAS (20,3%);

c) Piccolo negozio al dettaglio (16,4%);

d) Direttamente dal produttore (15,9%)

I Gruppi di Acquisto Solidale, sono quindi, una tra le fonti primarie per acquistare i beni alimentari, non stupisce il fatto che molti consumatori acquistano anche dal piccolo negozio al dettaglio, questo rientra in uno dei principi filosofici del gasista, cioè quello di essere solidale, poiché al giorno d'oggi i piccoli negozi di quartiere tendono a sparire. In più un'altra motivazione è che i gasisti vivono molto la propria zona abitativa, per questa ragione è intuitivo pensare che i soggetti acquistano presso le botteghe che popolano il proprio quartiere. Infine è plausibile che molti consumatori critici acquistano direttamente dal produttore, presumibilmente perché con il GAS determinati prodotti non si ordinano, per tale ragione il gasista sostiene ugualmente l'agricoltore locale acquistando tali prodotti direttamente in loco.

**Tab. 4.14. Dove vengono acquistati i prodotti?**

	Supermercato	GAS	Piccolo negozio al dettaglio	Direttamente dal produttore	Ipermercato	Negozio specializzato (bio)	Mercato rionale	Totale	Non acquisto
<b>Olio</b>	16,4%	26,2%	2,6%	41,2%	7,4%	5,3%	1,2%	<b>100,0%</b>	7,8%
<b>Aceto</b>	41,5%	10,9%	8,0%	7,3%	18,1%	13,5%	0,7%	<b>100,0%</b>	13,5%
<b>Pane</b>	15,5%	12,5%	40,9%	12,0%	6,1%	10,1%	3,0%	<b>100,0%</b>	17,3%
<b>Pizza e focacce</b>	13,1%	5,1%	51,1%	14,4%	6,4%	7,4%	2,5%	<b>100,0%</b>	30,4%
<b>latte</b>	41,1%	6,5%	14,8%	9,4%	17,1%	10,6%	0,5%	<b>100,0%</b>	15,6%
<b>Riso</b>	25,5%	36,2%	5,8%	5,1%	10,8%	16,3%	0,4%	<b>100,0%</b>	2,0%
<b>Pasta Fresca</b>	25,7%	14,8%	27,4%	12,9%	9,1%	7,8%	2,4%	<b>100,0%</b>	36,4%
<b>Uova</b>	24,7%	20,7%	8,4%	23,2%	10,0%	8,6%	4,4%	<b>100,0%</b>	8,5%
<b>Farina</b>	25,4%	33,2%	7,7%	8,8%	10,4%	13,2%	0,8%	<b>100,0%</b>	2,7%
<b>Formaggi</b>	21,7%	24,4%	13,4%	15,9%	10,1%	7,3%	7,0%	<b>100,0%</b>	4,8%
<b>Spalmabili Dolci</b>	25,1%	24,6%	5,8%	16,3%	10,9%	15,3%	2,1%	<b>100,0%</b>	15,5%
<b>Salumi</b>	31,3%	10,4%	21,7%	14,3%	13,5%	4,2%	4,5%	<b>100,0%</b>	22,0%
<b>Carne</b>	24,0%	20,8%	23,6%	12,8%	11,0%	5,9%	1,9%	<b>100,0%</b>	15,2%
<b>Verdura</b>	15,7%	26,4%	12,5%	16,9%	7,3%	8,3%	12,9%	<b>100,0%</b>	2,8%
<b>Frutta</b>	17,5%	25,1%	13,2%	15,0%	7,3%	9,0%	12,9%	<b>100,0%</b>	1,7%
<b>Legumi</b>	21,5%	29,9%	9,1%	11,6%	9,3%	13,2%	5,5%	<b>100,0%</b>	4,0%
<b>Vino</b>	22,0%	17,1%	12,5%	33,0%	9,2%	4,6%	1,6%	<b>100,0%</b>	19,0%
<b>Media</b>	<b>24,0%</b>	<b>20,3%</b>	<b>16,4%</b>	<b>15,9%</b>	<b>10,2%</b>	<b>9,4%</b>	<b>3,8%</b>	<b>100,0%</b>	<b>12,9%</b>

*Fonte Propria*

Tramite il questionario è stato possibile capire i motivi per cui i vari consumatori acquistano al di fuori del GAS, come ad esempio al Supermercato, solamente un 11% dichiara di acquistare esclusivamente all'interno del Gruppo di Acquisto Solidale. Le motivazioni principali, che portano ad un acquisto esterno dal GAS, sono:

- Il GAS non rifornisce tutte le tipologie di prodotto;
- Il prodotto è terminato prima dell'arrivo del nuovo ordine;
- Il GAS non può rifornire una quantità sufficiente per il fabbisogno familiare;
- Necessità di prodotti fuori stagione;
- Tempi lunghi di consegna, poiché molti GAS effettuano il ritiro della merce una volta alla settimana o una volta ogni 15 giorni;
- Convenienza ed offerte;
- Comodità e Praticità;
- Urgenza di acquistare un dato prodotto.

È da notare che molti intervistati hanno affermato che anche al supermercato e all'ipermercato ricercano e acquistano principalmente prodotti biologici ed a km 0.

Agli intervistati è stato inoltre chiesto di esprimere il loro grado di accordo e disaccordo (tramite una scala valutativa basata su 7 punti, 1 corrisponde a "Fortemente in disaccordo" e 7 a "Fortemente d'accordo") in relazioni ai motivi che portano all'acquisto dei prodotti tramite il GAS. In Fig. 4.2. sono indicate le percentuali di accordo e disaccordo delle sette motivazioni principali indicate nel questionario, con i punteggi ottenuti, in Tab. 4.15., è possibile osservare l'ordine dei principali motivi che spingono un soggetto ad acquistare i prodotti all'interno del GAS.

	Fortemente d'accordo	In accordo	Lievemente in accordo	Indifferente	Lievemente in disaccordo	In disaccordo	Fortemente in disaccordo	Totale	Totale Accordo
Sono di stagione	59,4%	33,4%	5,4%	1,3%	0,3%	0,0%	0,3%	100,0%	<b>98,2%</b>
Sono prodotti rispettando l'ambiente	51,8%	39,1%	6,5%	1,4%	0,6%	0,1%	0,4%	100,0%	<b>97,4%</b>
Sono più buoni e genuini	45,17%	44,03%	7,95%	1,56%	0,57%	0,28%	0,43%	100,0%	<b>97,2%</b>
Sono più salutari	43,3%	42,0%	11,8%	1,8%	0,4%	0,1%	0,4%	100,0%	<b>97,2%</b>
Sono prodotti vicino	43,9%	40,9%	9,8%	3,6%	0,3%	0,9%	0,7%	100,0%	<b>94,6%</b>
Sono prodotti da persone che conosco e che voglio aiutare	32,5%	36,9%	18,2%	9,4%	0,7%	1,1%	1,1%	100,0%	<b>87,6%</b>
Sono più convenienti	9,9%	22,9%	32,0%	14,6%	11,8%	6,0%	2,8%	100,0%	<b>64,8%</b>

*Fonte Propria*

L'ultima motivazione ha una percentuale di accordo molto bassa, questo consente di capire che i gasisti non acquistano per una maggiore convenienza di

prezzo, bensì per sostenere i produttori locali che producono rispettando l'ambiente ottenendo così prodotti che rispettano la stagionalità e quindi più gustosi e buoni, le solite motivazioni elencate anche nel Documento di Base dei GAS.

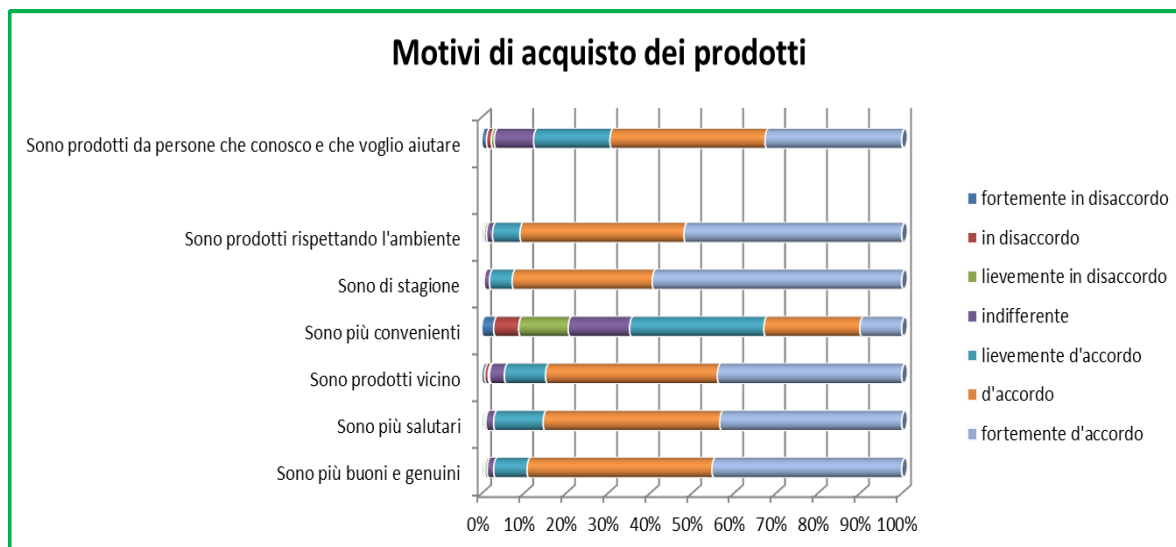


Fig.4.2. Motivi di acquisto di un prodotto all'interno del GAS

Fonte Propria

Per i consumatori etici i prodotti acquistati non presentano particolari difetti, come mostra la Fig. 4.3., anzi le peculiarità delle merci sono viste come pregi e sono molto apprezzate dai gasisti, questo si può osservare dalle basse percentuali ottenute nel sondaggio, ad eccezione della disponibilità non giornaliera dei prodotti che porta i soggetti ad acquistare ed integrare la spesa anche in altre distribuzioni organizzate. I consumatori critici hanno espresso il loro accordo, nei riguardi dei difetti dei prodotti come mostra la Tab. 4.16.

**Tab. 4.15. Difetti dei prodotti acquistati nel GAS**

	Fortemente d'accordo	In accordo	Lievemente in accordo	Indifferente	Lievemente in disaccordo	In disaccordo	Fortemente in disaccordo	Totale	Totale Accordo
<b>Disponibilità non giornaliera</b>	11,4%	24,7%	19,7%	14,8%	8,2%	12,5%	8,7%	100,0%	<b>55,8%</b>
<b>Vi è poca varietà di prodotto</b>	3,0%	13,8%	23,9%	13,9%	13,1%	20,7%	11,6%	100,0%	<b>40,6%</b>
<b>I prezzi sono elevati</b>	1,70%	8,95%	26,14%	16,48%	13,78%	22,73%	10,2%	100,0%	<b>36,8%</b>
<b>L'impegno all'acquisto è costante</b>	2,6%	9,5%	13,1%	20,6%	5,8%	27,1%	21,3%	100,0%	<b>25,1%</b>
<b>La scelta di acquisto è condizionata dalle decisioni del produttore</b>	2,0%	8,2%	14,1%	19,2%	12,5%	26,3%	17,8%	100,0%	<b>24,3%</b>
<b>I prodotti richiedono tempo nella preparazione</b>	1,3%	4,7%	7,2%	22,3%	8,4%	28,3%	27,8%	100,0%	<b>13,2%</b>
<b>Vi è l'obbligo di restituzione degli imballaggi</b>	2,4%	3,4%	3,4%	23,6%	5,3%	29,5%	32,4%	100,0%	<b>9,2%</b>

Fonte Propria

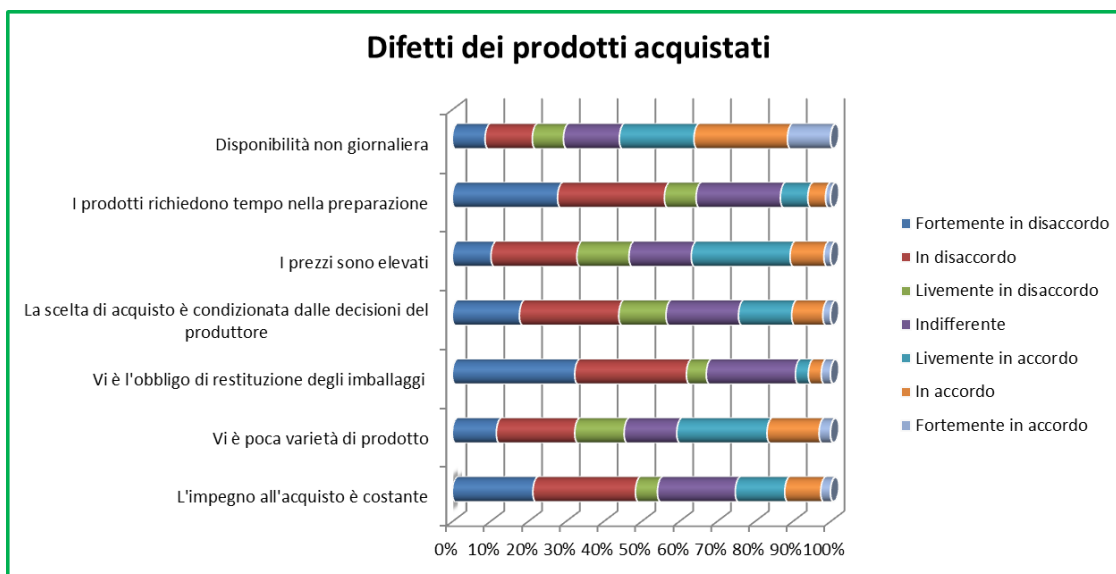


Fig.4.3. Difetti relati ai prodotti acquistati all'interno del GAS

Fonte Propria

Questi difetti sono del tutto differenti rispetto a quelli identificati dall'IRES Piemonte (2011), la cui ricerca sottolineava che all'interno del GAS le maggiori problematiche si riscontrano in relazione ai prezzi talvolta elevati che possono portare a scegliere fornitori non più sul criterio della qualità, ma del risparmio. In secondo luogo se il GAS non ha una sede fissa vi sono problemi per l'organizzazione delle riunioni, dello stoccaggio e del ritiro della merce; infine per alcuni la dimensione del gruppo è un difetto che può portare alla gemmazione del GAS (cioè il gruppo principale viene suddiviso in nuovi gruppi autonomi e indipendenti).

Un aspetto rilevante, è che i soggetti che entrano nel Gruppo di Acquisto, come mostra la Tab. 4.17., nell'82,8% dei casi modifica le proprie abitudini di consumo e d'acquisto e solamente il 17,2% continua a comprare e consumare nella medesima maniera antecedente all'ingresso nel GAS. Nel 44,2% dei casi i soggetti sono più attenti agli aspetti ambientali in relazione solamente alle categorie di beni alimentari, che si ripercuotono su una maggiore salubrità di prodotto; il 34,7% ha modificato le sue abitudini di acquisto e di consumo non solo nel campo alimentare, ma anche in altri ambiti come ad esempio l'utilizzo di energia rinnovabile, finanza etica, turismo responsabile... Infine solamente il 3,9% ha modificato radicalmente le sue abitudini di consumo, ad esempio

convertendosi allo stile alimentare vegano o vegetariano, per avere un pieno rispetto dell'ambiente e degli animali.

<b>Tab. 4.17. Cambiamento della abitudini di acquisto e consumo</b>		
	<b>Num. Campione</b>	<b>% Campione</b>
<b>No, continuo a comprare e consumare allo stesso modo</b>	121	17,2%
<b>Si, sono più attento agli aspetti di salute e ambientali ma solo con riferimento a specifiche categorie di alimenti</b>	311	44,2%
<b>Si, ho cambiato le mie abitudini di consumo sia in campo alimentare che in altri ambiti</b>	244	34,7%
<b>Si, ho cambiato radicalmente il mio modello alimentare (vegetariano, vegano, etc.)</b>	28	3,9%
<b>Totale</b>	<b>704</b>	<b>100,0%</b>

*Fonte Propria*

Mentre riferendosi alla quantità di beni alimentari acquistati, come mostra la Tab. 4.18., i soggetti non hanno modificato il quantitativo di spesa nel 58,7% dei casi, mentre il 33,3% ha diminuito notevolmente il numero di prodotti acquistati, infine solamente per un 8% il quantitativo è addirittura aumentato.

<b>Tab. 4.18. Quanto è cambiato il quantitativo di spesa entrando nel GAS</b>		
	<b>Num. Popolazione</b>	<b>% Campione</b>
<b>No, il quantitativo di spesa è rimasto invariato</b>	413	58,7%
<b>Si, il quantitativo di spesa è diminuito</b>	235	33,4%
<b>Si, il quantitativo di spesa è aumentato</b>	56	8,0%
<b>Totale</b>	<b>704</b>	<b>100,0%</b>

*Fonte Propria*

In media i gasisti per l'acquisto dei prodotti, spendono alla settimana, come mostra la Tab 4.19. meno di 15 euro fino ad arrivare ad un massimo di 60 euro. Si tocca l'apice della fascia tra i 30 ed i 60 euro per l'acquisto settimanale dei beni alimentari in generale, mentre per la sola frutta e verdura effettuano una spesa media settimanale tra i 15 ed i 30 euro.

<i>Tab. 4.19. Spesa media % nel GAS</i>			
<b>Spesa Media</b>	<b>Acquisti</b>	<b>Prodotti alimentari</b>	<b>Frutta e verdura</b>
<b>Meno di 15 euro</b>	30,3%	3,8%	26,8%
<b>Tra 15 e 30 euro</b>	45,5%	21,7%	54,5%
<b>Tra 30 e 60 euro</b>	20,3%	37,9%	16,1%
<b>Tra 60 e 100 euro</b>	3,6%	28,8%	1,7%
<b>Più di 100 euro</b>	0,4%	7,7%	0,9%
<b>Totale</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

*Fonte Propria*

Solitamente tali acquisti vengono effettuati con una cadenza settimanale, che consente di coprire il fabbisogno dell'intero nucleo familiare. I gasisti che acquistano una o più volte alla settimana sono il 42,6%, coloro che acquistano 3 volte in un mese sono il 15,8%, la percentuale di coloro che si riforniscono al GAS ogni quindici giorni è del 20,5%, infine coloro che acquistano mensilmente sono il 21,2%.

L'ultimo argomento trattato nel questionario è l'incidenza percentuale della spesa effettuata all'interno del GAS rispetto agli acquisti alimentari in generale, e successivamente in relazione agli acquisti relativi alla frutta ed alla verdura. Solamente un 32% dei soggetti acquista prevalentemente nel GAS per far fronte a tutte le necessità alimentari che ci sono all'interno della famiglia, mentre un dato rilevante è che un 15,3% ha un'incidenza percentuale solo del 10%. Per quanto riguarda la frutta e la verdura, che sono i beni alimentari prevalentemente acquistati tramite il Gruppo, il 45,3% acquista prevalentemente tramite il GAS, ma ancora una volta un dato sostanziale riguarda coloro che la spesa per la frutta e la verdura, acquistata con il GAS, incide solamente per il 10%; tali soggetti sono ben il 20,7%. Questi dati sono mostrati in Tab. 4.20.

**Tab. 4.20. Incidenza percentuale degli acquisti nel GAS rispetto agli acquisti totali**

<b>Incidenza %</b>	<b>GAS vs Acquisti Alimentari</b>	<b>GAS vs Frutta e Verdura</b>
<b>10</b>	15,34%	20,74%
<b>20</b>	14,06%	9,94%
<b>30</b>	18,47%	8,38%
<b>40</b>	10,51%	5,26%
<b>50</b>	9,66%	10,37%
<b>60</b>	8,24%	6,68%
<b>70</b>	10,09%	7,10%
<b>80</b>	7,53%	11,08%
<b>90</b>	5,11%	11,22%
<b>100</b>	0,99%	9,23%
<i>Fonte propria</i>		

Questo significa che spesso i soggetti integrano i propri acquisti effettuati all'interno del GAS, con spese attuate in altre tipologie di distribuzioni organizzate.

#### *4.1.4. Attività ed impegni sociali svolti dai membri del GAS*

Il 63,8% dei gasisti oltre ad acquistare e consumare i prodotti del GAS svolge ulteriori attività all'interno del Gruppo, tra le principali, come indicato in Tab. 4.21., vi sono:

- Gestione degli ordini;
- Attività organizzative, in relazione alle assemblee;
- Attività di consegna dei prodotti;
- Attività di carico e scarico dei prodotti.

È da sottolineare che tutti i partecipanti al questionario, e quindi deducibilmente la maggior parte dei gasisti, svolge almeno un'attività all'interno del proprio Gruppo di Acquisto, proprio per dimostrare ed affermare il senso di solidarietà e la forte volontà di creare e consolidare vecchie e nuove relazioni sociali, proprio quelle motivazioni che spingono i gasisti ad entrare a far parte del GAS. Un numero consistente dei gasisti non si limita ad ordinare solamente i prodotti che



successivamente andrà ad acquistare, bensì partecipata attivamente alla vita del Gruppo.

<i>Tab. 4.21. Attività svolte nel GAS</i>		
	<b>Num. Popolazione</b>	<b>% Campione</b>
<b>Gestione degli ordini</b>	271	22,3%
<b>Attività organizzative (assemblee)</b>	270	21,8%
<b>Attività di consegna dei prodotti</b>	248	20,1%
<b>Attività di carico e scarico dei prodotti</b>	166	13,4%
<b>Attività formative</b>	115	9,3%
<b>Attività di trasporto dei prodotti</b>	92	7,4%
<b>Organizzazione di eventi e feste volte alla sensibilizzazione</b>	22	1,8%
<b>Attività di accoglienza e informazione</b>	7	0,6%
<b>Attività di coordinamento Inter-GAS</b>	6	0,5%
<b>Attività di promozione e volantinaggio</b>	5	0,4%
<b>Presidente/Responsabile</b>	5	0,4%
<b>Organizzazione visite ai produttori</b>	4	0,3%
<b>Altro</b>	51	1,8%
<b>Totale</b>	<b>1262</b>	<b>100,0%</b>
<i>Fonte propria</i>		

La maggior parte dei soggetti che entra a far parte di un Gruppo di Acquisto Solidale, oltre ad acquistare i prodotti alimentari a km 0 ed avere una partecipazione attiva nel gruppo, cercano di avere un comportamento etico e sostenibile anche nella vita quotidiana cercando di avere uno stile di vita che riduce al minimo gli sprechi e gli inquinamenti ambientali. Per questo motivo svolgono attività sostenibili, le più frequenti, come mostra la Tab. 4.8.: sono la raccolta differenziata in tutte le sue forme possibili, la riduzione di spreco nell'utilizzo dell'acqua, ad esempio chiudono il rubinetto durante il lavaggio dei denti, oppure bevendo l'acqua proveniente da fonti cittadine o depurando l'acqua del rubinetto. Un'ulteriore atteggiamento attuato da tali soggetti è il risparmio energetico, infatti, utilizzano lampadine a basso impatto, si riforniscono di energia elettrica che ha quote derivanti da energia rinnovabile. Un numero elevato di consumatori solidali utilizza sia il riscaldamento nella stagione invernale che l'aria condizionata durante l'estate in maniera responsabile cercando di ridurre al minimo l'impatto ambientale. Infine tali soggetti in percentuali elevate, nelle loro argomentazioni trattano spesso l'argomento

relativo alle problematiche ambientali, cercano di ridurre al minimo l'utilizzo delle automobili e infine usano saponi bio.

<b>Tab. 4.8. Attività sostenibili svolte dai gasisti</b>	
	<b>% Campione</b>
<b>Raccolta differenziata</b>	96,0
<b>Uso dell'acqua in modo responsabile</b>	92,1
<b>Uso di lampadine a basso impatto energetico</b>	89,6
<b>Risparmio energetico</b>	89,6
<b>Uso dell'aria condizionata in modo responsabile</b>	87,5
<b>Uso del riscaldamento in modo responsabile</b>	86,7
<b>Non uso di prodotti con confezioni difficili da smaltire</b>	75,9
<b>Nelle discussioni uso frequente dell'argomento relativo alle problematiche ambientali</b>	71,5
<b>Basso utilizzo dell'auto</b>	67,9
<b>Uso di saponi Bio</b>	67,8
<b>Azione di boicottaggio nei confronti dell'impresa non etiche</b>	66,1
<b>Nei viaggi maggior utilizzo di mezzi di trasporto a basso impatto ambientale</b>	45,7
<b>Acquisto di energia elettrica in cui una parte di quota deriva da energia rinnovabile</b>	26,7
<b>Attività politica per promuovere la salvaguardia dell'ambiente</b>	21,7
<b>Iscrizione ad associazioni ambientaliste</b>	19,2
<b>Uso di pannelli solari</b>	15,9
<b>Uso di abiti costituiti da materiali ecologici e riciclabili</b>	14,0
<b>Partecipazione alle giornate di salvaguardia per l'ambiente</b>	11,9
<i>Fonte Propria</i>	

#### *4.2. Analisi delle interviste*

Le interviste sono state raccolte in tutta Italia sia attraverso la partecipazione attiva ai Gruppi di Acquisto Solidale sia attraverso la partecipazione a convegni e feste della rete GAS presenti sul territorio, ad esempio come GASFesta che è stata organizzata dai Gruppi di Bergamo e Provincia, la prima festa dell'Economia Solidale organizzata dal DES di Livorno ed il XIII° Incontro Nazionale dell'Economia Solidale svolto a Monopoli (BA). Gli intervistati variavano per genere, età, impegno, attivismo nel fenomeno... ma non ci sono differenze significative tra i dati ottenuti dai vari contesti partecipativi e dalle varie regioni.

Dopo aver trascritto le varie interviste, i dati sono stati estrapolati, analizzati e codificati, al fine di affrontare ed approfondire tre livelli fondamentali di conoscenza:

- a) I fattori che determinano l'ingresso nel GAS;
- b) Le motivazioni che spingono un individuo ad entrare nel GAS;
- c) Gli obiettivi e le aspirazioni di più ampio respiro collegate all'ingresso del GAS.

Esistono diversi elementi che sono strettamente correlati tra di loro che appartengono a questi tre livelli e possono essere descritte secondo il seguente modello descrittivo (Fig. 4.4.):

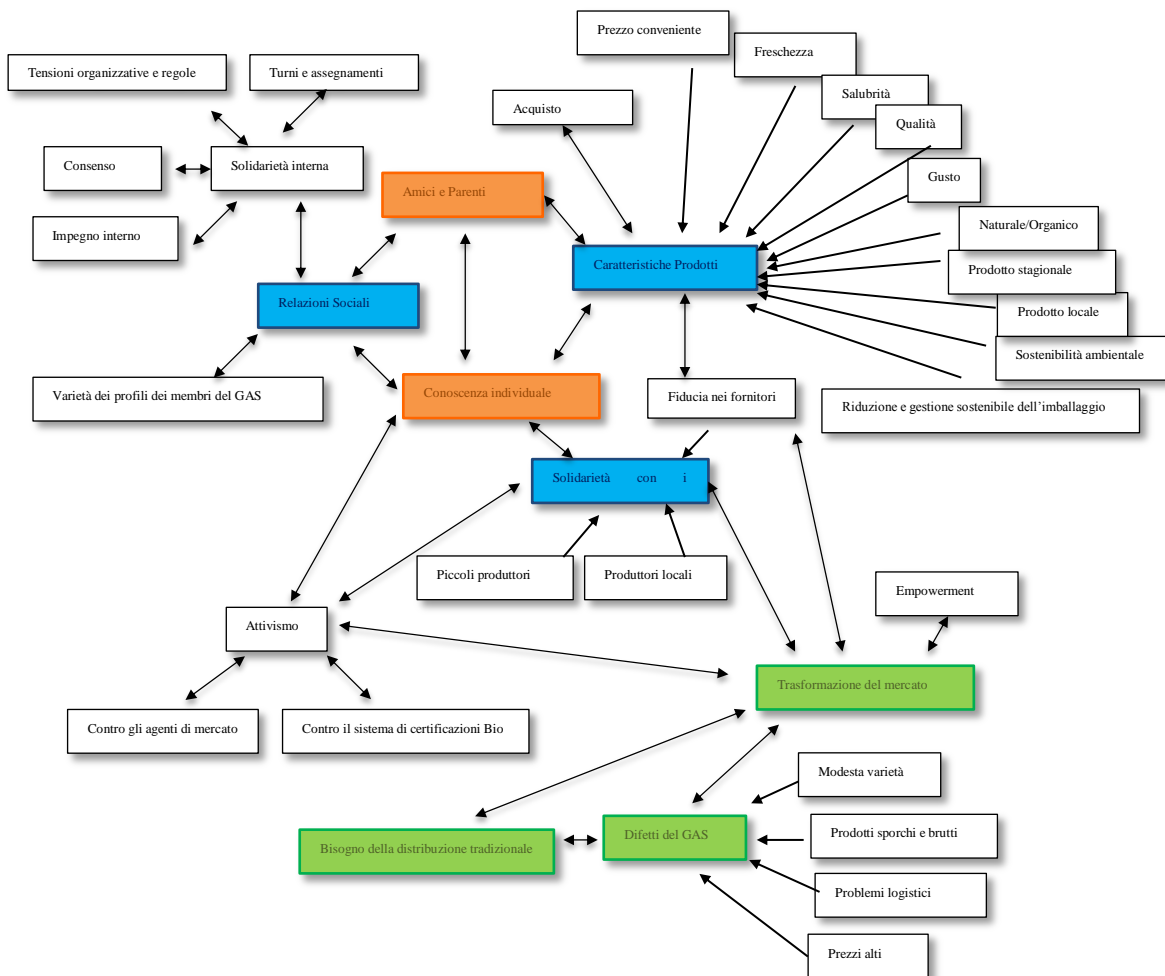


Fig. 4.4. Modello Descrittivo

Fonte Propria

I fattori, in Fig. 4.4., evidenziati di arancione sono le condizioni e modalità d'ingresso riscontrate dalle interviste, come noto dalla mappa le condizioni sono due:

- Spinta di una motivazione individuale, che porta il soggetto ad informarsi e conoscere il fenomeno;
- Il coinvolgimento da parte di amici e parenti

In blu invece, sono rappresentate le tre motivazioni principali che portano un soggetto ad entrare nel GAS e sono:

- Le relazioni sociali;
- Caratteristiche dei prodotti;
- Solidarietà nei confronti dei piccoli produttori.

Infine, in verde, è rappresentata l'aspirazione principale e di fondo che i gasisti intendono perseguire, cioè la modifica e trasformazione del mercato, ma ad oggi

questo non è ancora attuabile al 100%, perché vi è sempre la necessità della Grande Distribuzione tradizionale ed occorre superare determinati difetti del GAS (anch'essi evidenziati di verde) per raggiungere l'obiettivo prefissato.

Successivamente verrà approfondito, grazie alle interviste ottenute, ciascun livello della mappa, per capire come i gasisti si avvicinano al fenomeno dei Gruppi di Acquisto e all'Economia Solidale, quali motivazioni portano al loro ingresso e quali aspirazioni obiettivi cercano di raggiungere, poiché tale mercato alternativo si sta diffondendo a macchia d'olio su tutto il territorio e coinvolge un numero sempre crescente di individui.

#### *4.2.1. I fattori che determinano l'ingresso al GAS*

Tramite le interviste è stato possibile confermare ciò che era già emerso dalle risposte ottenute dal questionario, cioè i soggetti entrano a far parte di un GAS, essenzialmente attraverso due modi: tramite il passaparola e nel secondo caso attraverso una spinta d'interesse interna all'individuo che porta questo a ricercare informazioni sul fenomeno e sui Gruppi presenti nella sua zona.

Il passaparola è la modalità di ingresso prevalente, infatti, come sostengono molti soggetti intervistati il contatto relazionale è fondamentale per coinvolgere nuove persone e far conoscere il fenomeno, spesso tale coinvolgimento è attuato da amici e parenti che durante le conversazioni informali spiegano che cosa è il Gruppo di Acquisto e che prodotti sono acquistati, poiché presi dall'entusiasmo cercano di avvicinare ad una scelta più sana le persone a cui tengono.

*“...attraverso conoscenza diretta di amici, che facevano parte di un GAS e avevano un negozio bio vegetariano... io ci sono arrivato tramite la conoscenza di persone che facevano già parte di un gruppo di acquisto, e generalmente avviene un po' questo, di solito presi dall'entusiasmo c'è la volontà di coinvolgere in questo tipo di scelte le persone a cui tieni...” (Gerardo GAS Livorno)*

*“Passaparola naturalmente, esclusivamente passaparola...” (Lorenzo GAS MoVa)*

*“Per conoscenza, cioè se conosci qualcuno che ne fa già parte...” (Fabrizio GAS Bergamo Centro.*

In questo caso il soggetto in primis sviluppa la volontà d'ingresso al gruppo, una volta che questo è entrato si possono sviluppare due comportamenti differenti:

- Rimanere indifferenti al fenomeno e attuare un comportamento di mero acquisto, in questo caso dopo un periodo il soggetto, non avendo una motivazione molto forte, esce dal GAS;
- Il Gruppo e le varie tematiche sviluppate nel corso delle assemblee sensibilizzano il soggetto portandolo ad acquisire maggiori informazioni per approfondire la sua conoscenza diventando così, come piace sottolineare ai gasisti, attivo all'interno del GAS.

*“Poi però, nel tempo cambiano le cose, perché il GAS non è limitato solamente all'acquisto ma anche creare nuove relazioni, attraverso le riunioni si fanno delle scelte, attraverso le scelte si conoscono produttori... Da quel momento in poi è nata la voglia di partecipare attivamente al Gruppo ed alle iniziative...” (Gerardo GAS Livorno)*

*“...io conosco tante persone che sono entrate tramite amici, però quelle veramente digiune di questi tipi di argomenti sembra che bo, anche a contatto con il Gruppo di Acquisto non cambia tanto il loro comportamento. Cioè mi viene in mente, per fare un esempio nel dettaglio, una mia ex compagna di università, tramite me è venuta a conoscenza dei GAS e adesso fa parte di un GAS vicino al centro. Sua sorella non è nello stesso GAS ma acquista in un altro, però dice “che buoni i lamponi” però non è che dice “perché li prendi qui e non altrove?”, si è vero sono più buoni ma non sta lì a pensare che se li prendo al GAS il produttore è vicino perché così si fa una scelta etica...solo il comportamento di acquisto, dopo un po', secondo me, l'entusiasmo iniziale scende” (Alessandra GAS Bo.Bo.)*

*“Poi la consapevolezza e tale sensibilità può venire dal contatto con altre persone che ce l'hanno, te ne parlano, ti convincono o ti introducono, però ci*

*deve essere il percorso e solo dopo diventi una persona convinta che agisce in modo attivo.” (Vincenzo GAS Dalmine)*

*“...perché quando poi gli spieghiamo come è il meccanismo di un GAS si spaventa... In effetti spaventa molto questo sistema delle ricadute di gruppo, sottogruppo... però è più difficile raccontarlo che farlo, insomma.” (Antonella GAS Bo.Bo.)*

La seconda modalità d'ingresso è la voglia di approfondire la conoscenza del fenomeno, poiché il soggetto è già sensibile a determinate tematiche, ed ha sviluppato la sua consapevolezza circa i fattori etici, ambientali, di salute connessi che hanno portato a un cambiamento nel comportamento di consumo e acquisto. Spesso l'informazione primaria viene ricercata sul web, anche dopo aver letto determinati articoli oppure dopo aver visto programmi alla televisione che parlavano dei GAS. Questo porta tali soggetti motivati a conoscere maggiormente il fenomeno, informarsi sui GAS presenti nella zona, scegliere il più idoneo a loro ed infine iniziare il percorso interno al gruppo, in questo caso l'attivismo è immediato, poiché coloro che entrano non sono digiuni dalle modalità di partecipazione al GAS.

*“...io sono sempre stata molto sensibile alla tematiche della difesa dell'ambiente, per cui tramite letture piuttosto che, sono venuta a conoscenza dell'esistenza del Gruppo di Acquisto Solidale, tramite il sito Internet di ReteGAS nazionale ho preso l'e-mail del coordinatore ed ho fatto richiesta di entrare nel GAS del mio quartiere.” (Alessandra GAS Bo.Bo.)*

*“Per la mia esperienza, le persone che entrano in un GAS hanno fatto un percorso personale di consapevolezza legato all'alimentazione, alla vita sostenibile, all'economia...Quindi queste persone che hanno questo tipo di sensibilità contattano altre persone che si riuniscono” (Vincenzo GAS Dalmine)*

*“Mediamente se uno è interessato riesce cercando su internet ad ottenere in qualche modo delle informazioni...”(Antonella GAS Bo.Bo.)*

Una condizione d'ingresso intermedia tra le due è la venuta a conoscenza dell'esistenza dei Gruppi d'Acquisto Solidale tramite la partecipazione di eventi o fiere. In questo caso vi è sia un contatto relazionale, cioè i gasisti cercano di coinvolgere ed ampliare il movimento dei GAS, sia l'informazione, perchè coloro che partecipano a tali manifestazioni, spesso e volentieri conoscono la realtà dell'economia solidale; infine in altri casi i soggetti partecipano spinti dalla curiosità di conoscere una nuova realtà, poiché lo scopo primario è aprire nei confronti della cittadinanza il tema dell'Economia Solidale e dei Gruppi di Acquisto. Queste fiere, in cui partecipano i vari produttori, consentono appunto di far conoscere i prodotti, farli provare e mostrare che dietro la qualità esiste un mondo diverso, un'economia alternativa che rispetta e tutela l'ambiente. Tali eventi possono essere organizzati dal singolo GAS nel proprio quartiere, a livello di cittadinanza dalla ReteGAS del Comune e della Provincia, infine annualmente sono organizzati dei convegni a livello nazionale.



*Fig. 4.5. GASFesta Bergamo, Festa dove produttori, gasisti e cittadinanza si incontrano*

*Fonte Propria*

Un secondo scopo di queste manifestazioni, è quello di far conoscere tra di loro i vari gasisti dei vari GAS, per poter costruire delle relazioni più solide ed avviare una collaborazione, per i vari progetti, più intensa; infatti, all'interno di questi eventi si sviluppano dibattiti ed incontri a cui partecipano gasisti, produttori e tutti coloro che sono interessati a capire il mondo solidale.





Fig.4.6. Momento di incontro tra produttori di arance e gasisti, GASFesta Bergamo

Fonte Propria

*“...abbiamo portato a Livorno Francuccio Gesualdi che fa parte del “Nuovo Modello di Sviluppo”, è l’autore del consumo critico e di altre pubblicazioni a livello nazionale. Lo abbiamo portato qui a Livorno ed è stato un incontro importante dove abbiamo radunato altre realtà che ruotano intorno ai GAS. Col coordinamento si è rafforzata la rete dei GAS così che siamo stati più collaborativi con i produttori, infatti è nata l’iniziativa di proporre una fiera come momento di incontro per conoscere meglio noi stessi e creare una cassa di risonanza per queste tematiche verso la cittadinanza, per coinvolgere altre persone...La fiera non è semplicemente un momento per fare un mercatino, questo non ci interessa, ma ci interessa far conoscere il prodotto, farlo provare e far vedere che la qualità è vincente e dietro la qualità si nasconde un mondo diverso. Inoltre creare con la fiera situazioni per spiegare, interagire, fare conferenza con chi partecipa alla fiera e con un taglio anche artistico.”*  
(Cristiano GAS Il Gabbiano)

*“Poi ad esempio anche quando ci sono i mercatino e c’è il gazebo della Rete Gas, la gente chiede... un’altra modalità è anche il contatto e-mail, ma comunque il primo contatto è quello relazionale quasi tutti sono entrati dopo una serata, che abbiamo organizzato per la cittadinanza, alla biblioteca del quartiere. Abbiamo organizzato la presentazione*

*dei Gruppi di Acquisto Solidale in cui due dei nostri, diciamo, due persone che sono all'interno dei GAS da tanto tempo, hanno spiegato un po' che cosa sono in GAS, che cosa si fa, che cosa non si fa... Tante persone del quartiere sono venute e poi da lì sono entrate” (Alessandra GAS Bo.Bo.)*

*“Oppure queste manifestazioni cercare anche di rendersi visibili e non restare sempre a nicchia, in un mondo parallelo che non incrocia mai il mondo normale, quindi mettendoci un po' la faccia noi fuori, e un po' di curiosità degli altri...” (Antonella GAS Bo.Bo.)*

Infine tutti gli intervistati sostengono che qualsiasi sia stata la modalità di ingresso al GAS, queste interagiscono tra di loro e sono correlate. Inizialmente, può verificarsi che chi è entrato per una volontà interna, sia più attivo, ma solo nei primi momenti, poiché anche coloro che sono stati coinvolti da amici e parenti, se hanno una sensibilità a queste tematiche diventano attivi, intraprendendo il medesimo comportamento dei primi, poiché si intende nella medesima maniera la funzionalità del GAS, non riscontrando tipologie differenti di gasisti derivanti dalle differenti modalità d'ingresso.

*“...per me sono unite queste due modalità...” (Gerardo GAS Livorno)*

*“Beh, sicuramente se una persona si informa, la motivazione di fondo di porta ad essere anche più attivo. Quelli che sono entrati tramite amici, se poi si appassionano e sono interessati a queste tematiche continuano e sono attivi, però non è così facile. Deve esserci comunque un interesse di fondo verso queste tematiche.” (Alessandra GAS Bo.Bo.)*

*“Allora le due modalità si fondono certamente in proporzione variabile da persona a persona, da famiglia più che altro, perché si parla di famiglie non di persone. Una volta che uno fa parte di un GAS, si scambia il modo di vedere le cose dal confronto con altre famiglie, alle riunioni, agli incontri che ci possono essere sporadici, diciamo che tutto confluisce in un unico calderone, tutti i punti di vista e tutti i modi di approccio alla fine ne risentiamo gli uni degli altri” (Lorenzo GAS MoVa)*

*“Boh, secondo me all’inizio magari sì è diverso, però alla lunga non influisce, perché se entri proprio nel gruppo del GAS, ti puoi ambientare o non ambientare, sono comunque gruppi aperti, non firmi un contratto, se non ti trovi, se non ti piace, se pensi che non ti convenga, se non hai tempo o comunque se non ti trovi puoi benissimo uscire.” (Fabrizio GAS Bergamo Centro)*

*“si quello che ti dicevo molte attività di rete con le realtà del bolognese tipo incontri sull’accesso alla Terra, la questione dei semi anche con la consulenza di agronomi su proprio un’analisi rispetto alla decrescita, rispetto alla transazione invitando anche persone come Bonaiuti che era qua che abita nella Valle del Reno dove c’è Marzabotto; a queste iniziative partecipano molte persone, non solo gasisti.” (Marta GAS GasBotto)*

Con le interviste è stato possibile affermare le tesi della letteratura, nella quale sia Forno (2009) che IRES Piemonte (2011, p.35), sostenevano che le principali modalità attraverso cui si entra in un GAS sono la rete amicale e la ricerca d’informazione soprattutto attraverso il web.

#### *4.2.2. Le motivazioni d’ingresso al GAS*

Esistono tre motivi principali che portano un soggetto ad entrare nel GAS e ad acquistare i prodotti:

- Relazioni sociali, cioè la voglia di condividere il proprio tempo con altri soggetti con aspirazioni simili;
- Caratteristiche dei prodotti, cioè la ricerca di prodotti con caratteristiche definite;
- Solidarietà nei confronti dei piccoli produttori, cioè la decisione di proteggere alcune categorie di piccole imprese dalla concorrenza, dalla globalizzazione e dalle piattaforme della grande distribuzione.

Qui di seguito, i tre motivi, saranno analizzate singolarmente, ma tutti gli intervistati sostengono che nella maggior parte dei casi anche se un soggetto entra nel GAS per un motivo o per un altro, col passare del tempo, acquisendo

così una maggiore conoscenza, le tre motivazioni si fondono in ciascun gasista, anche se in proporzioni diverse.

*“Allora sono tutte e tre motivazioni importantissime, faccio anche fatica a distinguere l’una dall’altra, perché comunque ho notato che c’è un forte legame, non so come dire però, tra tutte e tre queste condizioni, non si potrebbe stare in un GAS, dove non c’è gente aperta ad essere in un GAS, non si potrebbe stare in un GAS dove i produttori non rispettano certe regole ed allo stesso tempo in un GAS dove un produttore vale l’altro, insomma, quindi, direi che sono tre valori importanti, diciamo che ogni gasista ha queste tre motivazioni.” (Antonella GAS Bo.Bo.)*

*“...secondo me la motivazione primaria, visto che si tratta di un Gruppo di Acquisto e quindi l’acquisto, è le caratteristiche dei prodotti, si aderisce ad un GAS per fare degli ordini ed acquistare dei prodotti di qualità. Naturalmente da questa derivano tutte le altre che sono compresenti, cioè quella di sviluppare una serie di relazioni umane che nel mondo di oggi non ci sono più, dove il consumatore è un consumatore nel senso più brutto del termine ed è solamente un numero di statistica ed economica, mentre col GAS ci si ritrova...” (Cristiano GAS Il Gabbiano)*

*“Io credo tutte e tre a pari merito. Allora forse nella città di Bergamo, non so se perché siamo a nord..., la relazione si cerca meno. Infatti vabbè uno di motivi per cui si è organizzata la festa che ci sarà domenica (FestaGAS) è anche per conoscersi tra noi gasisti, poiché magari, chi viene da fuori fa fatica ad entrare nei Gruppi di Acquisto del proprio luogo. Per cui la nostra idea era quella di “farci vedere” per poter far accedere più persone possibili.” (Alessandra GAS Bo.Bo.)*

1. Relazioni Sociali: i gasisti ritengono che entrare in un GAS per cercare di fare nuove amicizie e conoscenze, quindi creare nuove relazioni sociali in senso stretto, è un motivo secondario. Infatti, inevitabilmente, se entri all’interno di un gruppo e sei un gasista attivo alla partecipazione e all’organizzazione interna ed

esterna al GAS conosci ed entri in contatto sia con altri gasisti che con i produttori che condividono le stesse aspirazioni e ideologie generando nuove relazioni che possono diventare delle solide amicizie. Ma entrare esclusivamente per questo motivo è raro, o meglio vi può essere la volontà, per esempio se un soggetto si è trasferito in un'altra città, di entrare in un Gruppo d'Acquisto Solidale per ambientarsi e fare nuove conoscenze ma occorre che esista di fondo una sensibilità ed un'attenzione a queste tematiche.

*“...magari qualcuno entra nel GAS per conoscere gente nuova, io stamani ho incontrato una persona che mi ha detto “guarda mi sono appena trasferito, mi interessava entrare in un GAS” però faceva già parte di uno, conosceva cos'erano i GAS da un'altra parte, e mi faceva “sai sono appena arrivato da queste parti, in città non conosco nessuno”, entrare a far parte comunque di un gruppo consente di espandere le amicizie, è un bellissimo punto anche questo però per me è in ordine d'importanza il terzo.” (Fabrizio GAS Bergamo Centro)*

*“...Anche il motivo della socializzazione è importante poiché nascono nuove relazioni, amicizia, ovviamente quando si conoscono delle persone con le stesse finalità ed ideali nascono delle buone socializzazioni, anche questo è un punto importante...”(Marco GAS Verrata)*

Mentre se le relazioni sociali sono intese in senso ampio è una motivazione molto forte, poiché i membri del gruppo assegnano una rilevanza esplicita alla dimensione relazionale sia tra membri che tra membri e fornitori. La dimensione sociale implica un elevato livello di solidarietà interna, che significa rispetto, impegno verso la collettività, responsabilità, svolgimento di attività nel GAS... Ci sono compiti specifici da svolgere e ad esempio non si può pensare che, lo scarico e la consegna possano essere effettuate dalle stesse persone ogni settimana, per questo a livello organizzativo si ripartiscono i vari compiti. Per questo motivo, in alcune occasioni si creano delle tensioni a livello di gruppo, poiché ci sono alcune persone che s'impegnano di più nello svolgimento di attività ed altre meno, occorre perciò creare azioni di negoziazione e persuasione da parte di più membri esperti al fine di ottenere il consenso e la partecipazione

da tutti, dato che il GAS è realizzato da profili diversi, alcuni più impegnati e responsabili, mentre altri meno interessati alla dimensione etica, e più orientati verso le caratteristiche del prodotto. Al fine di gestire in modo efficace il GAS tutte queste azioni devono essere coordinate: di solito, il consenso (ottenuto con il criterio di maggioranza attraverso la discussione in assemblee o via web) e l'uguaglianza sono criteri importanti per affrontare le decisioni GAS.



Fig. 4.7. Discussione durante l'assemblea del GAS Bo.Bo.

Fonte Propria

*“Su per giù siamo sulle 20 famiglie non siamo tanto grandi ma siamo attivi, la regola principale è che se uno entra nel gas deve fare qualcosa di utile per esempio c'è una ragazza che si occupa della pulizia del frigorifero che accoglie i prodotti reperibili, un'altra si occupa della pulizia del fondo, noi avendo un furgone andiamo a prendere la verdura dal fornitore che non ha mezzo, ognuno ha un ruolo nel Gas non è regolamentato però ognuno si impegna di fare qualcosa di utile per tutto il Gas.” (Caterina GAS Montignoso)*

*“...perché si è gemmato, cioè si è diviso, era una realtà molto grossa, sui 300 nuclei. Inizialmente, anch'io, non volevo fare questa gemmazione perché in realtà è una cosa tipica dei Gas, che quando arrivano ad un certo numero si dividono, però noi eravamo una realtà un po' particolare, ma non c'è stato verso perché principalmente ci sono state una serie di conflitti interni relazionali e*

*quindi ci siamo trovati di fronte a creare una realtà nuove, quindi persone nuove, problemi nuovi, problemi da risolvere (quelli che hanno causato la gemmazione). Per questi motivi ci sono state molte assemblee... ci interessava di più una struttura orizzontale”(Martina GAS GasBo)*

*“...col GAS ci si ritrova, abbiamo una sede, abbiamo delle responsabilità e si ripartiscono, ci scambiamo dei numeri di telefono, fare le viste alle aziende, scegliere dei prodotti insieme, fare delle degustazioni.. già questo è un modo per fare fratellanza, unire persone diverse intorno ad un unico obiettivo. Poi ci sono pensionati o persone che hanno molto tempo libero ed allora si buttano a capofitto su questo, a loro piace gestire, essere il referente di questo o quel prodotto, chi ha meno tempo naturalmente questo non lo fa, ma partecipa comunque attivamente perché il principio di collaborazione esiste e si sente se no si trasformerebbe in un mero acquisto creando un mercato parallelo uguale a quello convenzionale.”(Gerardo GAS Livorno)*

*“...chi acquista deve anche darsi da fare e quindi in genere è il referente, cioè colui che organizza un qualcosa, quindi tutti quanti all'interno del GAS devono fare qualcosa e l'impegno è richiesto a tutti nello stesso modo, poi ovvio c'è chi è più attivo e chi meno a seconda delle capacità e delle possibilità, che so tecniche o tecnologiche. Nel momento in cui il GAS approccia alla rete delle relazioni sociali ecco che le persone che sono interessate anche in altri aspetti si impegnano anche su altri fronti...” (Vincenzo GAS Dalmine)*

*“...Dall'anno scorso il GAS si è rifondato dandosi delle regole un po' più strette in merito al numero di turni che gli associati dovevano svolgere, ed in merito ai rapporti da gestire coi produttori e relativi ordini. Questo è stato fatto perché c'erano le solite 5 - 6 persone che si occupavano di tutto e gli altri facevano ben poco. Questo non andava bene, soprattutto in un GAS che esprime solidarietà, oltre che verso i produttori, ma anche fra consumatori. Quindi nuove regole; non tutti hanno accettato ed attualmente siamo circa 35 persone...”(Andrea GAS SanZeno)*

*“Le decisioni per quanto riguarda i nuovi produttori vengono prese a livello assembleare, poi però il rapporto col singolo produttore viene portato avanti dal referente.”(Sabrina GAS Filo di Paglia)*

2. Caratteristiche dei prodotti: la quasi totalità dei soggetti che partecipano al GAS, entrano in questo movimento per cercare ed acquistare prodotti con specifici attributi. Alcuni di queste caratteristiche sono intrinseche al prodotto, altre sono legate alle procedure di produzione, trasformazione e di distribuzione o anche a caratteristiche soggettive ad esempio, i legami personali con un determinato produttore, oppure se l'attività produttiva è svolta da soggetti disagiati o con condizioni difficili. Queste motivazioni sono condivise tra i diversi profili dei membri del GAS: infatti, per coloro che partecipano attivamente è una motivazione che si lega con le altre, mentre per coloro che sono entrati per il mero acquisto è la motivazione primaria. Le caratteristiche che i soggetti cercano in maniera prevalente sono:

- a. Qualità del prodotto;
- b. Freschezza del prodotto rispetto alla filiera di massa;
- c. Salubrità, cioè ricerca di prodotti sani e salutari;
- d. Gusto inteso attraverso due dimensioni, la prima si riferisce al gusto intrinseco, quindi prodotti più buoni e saporiti, la seconda si riferisce al gusto tradizionale ed originale di prodotti non modificati;
- e. Stagionalità;
- f. Prodotto naturale e biologici;
- g. Prodotto locale e a km 0, cioè il prodotto deve provenire dagli operatori locali della zona del GAS;
- h. Sostenibilità ambientale, cioè che sia prodotto in modo naturale con il minor uso possibile di pesticidi e diserbanti;
- i. Imballaggio ridotto;
- j. Prezzo conveniente.



Secondo gli intervistati le prime 10 caratteristiche hanno tutte la medesima importanza, e su una scala valutativa, sarebbero tutte posizionate al primo posto; mentre il prezzo conveniente è un aspetto secondario. Infatti, i partecipanti al GAS sono consapevoli che i prodotti acquistati con il gruppo hanno un prezzo superiore del discount o del supermercato, ma inferiore rispetto ai prodotti biologici venduti dalle botteghe o dalla Grande Distribuzione. Il prezzo più conveniente, rispetto agli stessi prodotti venduti nelle botteghe equo e solidali o al supermercato, è ottenuto dall'acquisto collettivo, poiché i gasisti acquistano grandi partite così che il produttore concede degli sconti sulla merce. È stato sottolineato più volte però, che un prodotto è scelto sulla base delle sue caratteristiche intrinseche, quindi se un prodotto a parità di altri della medesima categoria ha caratteristiche intrinseche maggiori ma anche un prezzo leggermente superiore, viene scelto ugualmente. I gasisti sostengono che il prezzo deve essere "giusto", cioè il produttore deve avere un minimo di guadagno ma non deve approfittarsi del fatto che i suoi acquirenti sono gasisti e quindi disposti a pagare di più rispetto ai consumatori tradizionali, poiché nei prodotti riconoscono un valore aggiunto, così che tra gasisti e produttori spesso viene avviata una trattazione di prezzo finché non si arriva ad un prezzo adeguato per ambedue le parti.

Un altro aspetto rilevante è il prodotto biologico, infatti i GAS acquistano sia da produttori che hanno certificazioni che attestano che il prodotto sia biologico, ma se il produttore è piccolo tale certificazione non esiste poiché ha costi elevati, ma non è un fattore discriminante, poiché i membri del GAS conoscono i loro produttori e sono consapevoli di come coltivano e producono la loro terra, in questo caso la fiducia nel fornitore prevale sul certificato. La fiducia nei fornitori è riconosciuta come una caratteristica di questi prodotti, nel senso che il rapporto di fiducia con i produttori dà una sorta di extra-valore ai prodotti. Fiducia significa che il fornitore sia affidabile ed onesto, che coltivi la terra con metodi naturali, rispettando la stagionalità e non sfruttando i lavoratori. Per verificare

questo, i membri del GAS organizzano delle viste per controllare direttamente in azienda il processo produttivo.



Fig. 4.8. Consegna prodotti dalla coltivatrice locale presso la sede del GAS, GAS Livorno

Fonte Propria

*“secondo me la caratteristica fondamentale è la genuinità, genuinità intesa come metodo di coltivazione, come stagionalità del prodotto, naturalmente per verificarla il prodotto va assaggiato, però già dall’aspetto in molti casi si può riconoscere... Il prezzo va contestualizzato, i GAS presentano vantaggi rispetto al biologico e spesso non rispetto al tradizionale, i gasisti vi pongono molta attenzione perché il GAS lo ha come obiettivo se ci si pensa l’unione fa la forza sul prezzo, perché se io vado in un negozio a km 0 se lo acquisto lo pago un tot, mentre se ci andiamo in tanti salto l’intermediario e vado direttamente dal produttore lo acquisto ad un prezzo inferiore. Diciamo che però non è l’aspetto primario.”(Cristiano GAS Il Gabbiano)*

*“...vi sia una scelta di salute, perché comunque i prodotti che si acquistano direttamente dal produttore seguono la stagionalità e già questo è un segno, per l'alimentazione è già un gesto forte, e anche l'agricoltura biologica o comunque non intensiva incide sulla salute...sicuramente la qualità del prodotto, che non va solo a comprendere il biologico, infatti tanti produttori non hanno il marchio di Biologico Certificato, però sappiamo che vengono prodotti in una determinata maniera..., soprattutto negli ultimi anni si fa sempre più attenzione al prezzo, vabbè sia per una situazione di crisi economica, ma anche per una questione di trasparenza, è vero che il piccolo produttore ha più costi però anche vero che non può alzare il prezzo a dismisura perché noi siamo gasisti. Quindi cerchiamo sempre di dare una certa importanza anche al prezzo.”(Alessandra GAS Bo.Bo.)*

*“...come gasisti cerchiamo normalmente oltre al km 0 che per certi prodotti non è possibile, e quindi si tenta comunque di acquistare i ceci appena passato il Po invece che comprarli in Sicilia, perché naturalmente anche a occhio un ceci che ti arriva dalla Sicilia ti fa spendere di più per il corriere e si paga di più in termini di inquinamento, perché la quantità di gasolio che te lo porta è diversa.”(Lorenzo GAS MoVa)*

*“...le motivazioni sicuramente non solo quelle di fare una spesa consapevole ed accedere a prodotti “naturali” più che biologici...”(Alessio GAS L'altra metà del cielo)*

Negli ultimi anni sta crescendo la percentuale di coloro che stanno particolarmente attenti alle caratteristiche del prodotto poiché hanno scelto di seguire un'alimentazione vegana o vegetariana, quindi cibandosi sostanzialmente di frutta e di verdura ricercano dei prodotti genuini e sani.

*“Ecco, una forte motivazione per entrare a far parte di un GAS è stata la mia scelta di mangiare vegetariano, quindi la necessità di nutrirmi evitando carne dovevo mangiare cibo di qualità.”(Gerardo GAS Livorno)*

*“Sono un gasista da un paio d’anni e sono entrato a far parte di questo GAS nel momento in cui ho deciso di cambiare il mio modello di alimentazione. Grazie alla mia ragazza sono diventato un vegano...” (Cristiano GAS Newroz)*

In relazione alle caratteristiche del prodotto, l’ultimo aspetto rilevante è l’acquisto di prodotti da parte dei gasisti in altre regioni o addirittura in altre parti del mondo, come ad esempio cioccolato, spezie, caffè... anche in questo caso le modalità di produzione, trasformazione e la qualità in senso lato del prodotto viene controllata da RetiGAS situate nella regione di provenienza della merce, da Enti e Associazioni riconosciute a livello internazionale, oppure tramite la conoscenza diretta degli agricoltori da parte del GAS. Agli intervistati è stato chiesto come viene gestito il trade-off tra acquisto di prodotti e sostenibilità ambientale, sostanzialmente le modalità di trasporto sono due. Nel primo caso se non vi è conoscenza diretta con il produttore ma ci si affida alla ReteGAS che cercano di rifornire del medesimo prodotto tutti i GAS della zona, così che il TIR riduce l’inquinamento poiché attua un unico trasporto, oppure se ci si rifornisce attraverso le Botteghe equo e solidale per comprare prodotti che provengono ad esempio dall’Africa o dall’ Asia cercano di compensare il maggior trasporto con la scelta etica e di solidarietà nei confronti di questi produttori; nel secondo caso, dove vi è la conoscenza diretta, il gasista che per lavoro o per necessità familiari va in altre regioni, prende direttamente il prodotto in azienda rifornendo così i membri del proprio GAS.

*“...ad esempio prendiamo i lamponi dalla Verbania e li portiamo insieme al pesce al ritorno, al posto di portare il nostro camion del pesce vuoto portiamo i lamponi sia per noi che per il nostro Gas, prendiamo il formaggio a Parma...” (Caterina GAS Montignoso)*

*“Generi voluttuari come il caffè la cioccolata saremmo disposti a rinunciarvi? No.. ormai il consumatore è abituato a questi prodotti, allora se sono di commercio equo e solidale li accettiamo di più, quindi accettiamo un maggiore trasporto perché è impossibile importare piantagioni di caffè nei nostri climi, però compensiamo con una scelta etica, ecco che nei negozietti di agricoltura*

*naturale e talvolta nei GAS si prendono prodotti che vengono da lontano, come arance, fichi d'india.. e nei negozietti c'è anche il caffè, lo zucchero di canna... quindi chiudiamo un occhio ma compensiamo con una scelta etica.” (cristiano GAS Livorno)*

*“Beh, noi come Bergamo, siamo organizzati per le arance, ci siamo riuniti, nel senso che non fa un acquisto solo il GAS Bo.Bo., ma 25 GAS della Provincia fanno l'ordine, trattiamo soprattutto con ResSud, che è una Rete del sud Italia, per cui noi facciamo a loro l'ordine in contemporanea. In modo tale che l'ordine arriva una sola volta al mese ma per tutti e 25 i GAS, arriva un camion interno che ammortizza i mille km che ci separano dalla Sicilia. La solita cosa la facciamo per il pesce, non siamo riusciti ad essere così tanti, ma mi sembra che una decina di GAS lo prendano insieme, io non mangio pesce perché sono vegana, ma mi sembra che il pesce sia siciliano, anche in questo caso l'ordine sia un tot di volte, così che il camion che è refrigerato fa un viaggio solo e cerca ad esempio se viene a Bergamo e non ha il camion pieno va anche a Brescia; cerca di ammortizzare il viaggio in tutti i sensi.” (Alessandra GAS Bo.Bo.)*

*“...quello che facciamo noi è quello di acquistarle da Rosarno dove ci sono state varie difficoltà, ma le acquistiamo da un produttore che conosciamo, attraverso una conoscenza diretta.” (vinvenzo GAS Dalmine)*

*“Si tenta di fare la camionata quando è possibile, quando non è possibile si fa perlomeno un tot di bancali, poi ci sono alcuni produttori che ci pensano loro a fare le spedizioni cercando il camion adatto, con il posticino adatto per metterci il bancale che fa all'incirca la stessa strada di altra merce. Non è km 0 però comunque è un compresso, un occhio a non inquinare ulteriormente, non è che non si inquina, non si inquina ulteriormente in quel caso lì.” (Lorenzo GAS Mova)*

*“Per quanto riguarda l'olio ogni GAS lo gestisce separatamente, l'olio ad esempio noi, siccome abbiamo 4-5 gasisti che hanno parenti che lo fanno, abbiamo la marchetta, siamo raccomandati, magari uno che va a trovare i parenti si carica il lattone di olio, allora facciamo una volta quello, una volta quell'altro.” (Fabrizio GAS Bergamo Centro)*

3. Solidarietà nei confronti dei piccoli produttori: significa che l'acquisto per certi prodotti tramite il GAS è volto a sostenere piccoli produttori biologici locali. Tale solidarietà può essere osservata anche nella cessione di micro-crediti da parte dei gasisti nei confronti dei piccoli produttori, per aiutare questi ultimi in momenti di difficoltà oppure per modificare la struttura in vista di conversione nel biologico, e che gli enti creditizi non finanziano tali soggetti oppure pretendono alti tassi d'interesse insostenibili per i piccoli coltivatori. Diversamente da quanto sopra citato con "fiducia nei fornitori", si indica la solidarietà che implica un impegno di supporto attivo dei membri del gas nei riguardi dei fornitori, senza scopi secondari, come ad esempio la qualità o l'affidabilità dei prodotti. Ciò significa accettare prezzi più alti e alcuni costi più elevati per la gestione e l'utilizzo di prodotti provenienti dai GAS per offrire ai produttori la possibilità di lavorare in modo etico e sostenibile.

Questo vale in particolare per i produttori locali e piccoli infatti, questo impegno non si verifica con i produttori di medie o grandi dimensioni che si trovano al di fuori della zona circostante. Questa motivazione, come hanno indicato gli intervistati è tra le più sentite da parte dei gasisti, poiché come indica il nome, si tratta di Gruppi di Acquisto Solidale.



Fig. 4.9. Produttore locale al XII° Incontro Nazionale dell'Economia Solidale "IO SBARCO", Monopoli (BA)

Fonte Propria

*"...i gruppi di acquisto si chiamano gruppi di acquisto SOLIDALI, quindi per definizione c'è l'importanza della solidarietà con il produttore in quanto piccolo, in quanto in un momento che non gli girano tanto bene gli affari, c'è l'esempio dei produttori di parmigiano reggiano terremotati..."* (Lorenzo GAS MoVa)

*"Mah guarda soprattutto, il sostenere a volte anche delle produzioni, adesso non dico che sopravvivono solo col GAS però insomma fa la differenza. Ad esempio ci sono state delle esperienze, non so se ne hai sentito parlare di questa azienda che si è trasformata in biologica di latticini, in provincia di Brescia, però è qui vicino a noi ed è un nostro fornitore, si chiama Tommasoni. Quando lui ha cercato delle banche per avere un sostegno economico, se l'è visto rifiutare ha chiesto alla rete GAS di aiutarlo, tutti i GAS della Lombardia hanno dato una quota di circa 100€ a gasista e lui in un anno e mezzo ha restituito la somma, è riuscito a superare il problema iniziale del finanziamento e adesso è una solida azienda biologica che rifornisce il GAS. Anche queste cose ti fanno piacere, perché alcune piccole aziende riescono comunque ad avere la motivazione a continuare, altre a farsi conoscere, perché poi diventa la goccia nel mare magari, e poi un po' di porta a farti conoscere anche da chi non fa parte del*

*GAS e riuscire magari ad entrare anche in giri più importanti. Questa è la motivazione principale...” (Antonella GAS Bo.Bo.)*

*“...aiutare le piccole realtà...Creare un legame di fiducia che crea una sorta di fidelizzazione che è importante sulla garanzia del prodotto che è molto importante per me.” (Marco GAS Verrate)*

*“...una volta all’interno del Gas c’è stata anche un’attenzione solidale ai produttori, e tutto ciò che c’è intorno ai Gas.” (Mauro GAS AnaxaGas)*

*“...per finanziare i produttori locali a km0...” (Martina GAS GasBo)*

*“Poi tra l’altro nel parlare mi viene in mente che verso di lui lo abbiamo finanziato per indirizzarlo in un’altra linea di produzione il suo piccolo locale dove produceva aveva necessità di fare investimento, e noi lo abbiamo finanziato, anche questo supporto con il micro-credito consentono di aumentare la fiducia e la collaborazione. Se non si fosse aiutato si sarebbe dovuto rivolgere ad altri enti come le banche che li avrebbero proposto tassi allucinanti e che quindi, forse, avrebbe aumentato i prezzi dei prodotti per far fronte all’investimento attuato. Si crea un’alleanza, le mele lui le produce ma è anche mia.”(Gerardo GAS Livorno)*

I criteri di scelta dei fornitori sono: la vicinanza rispetto alla sede del GAS per avere il più possibile prodotti a km 0, la modalità di produzione e trasformazione dei prodotti che devono seguire la naturalità e stagionalità del prodotto, un uso ridotto di pesticidi e diserbanti, ciò consente di ottenere prodotti biologici nel caso in cui l’azienda abbia la certificazione o in caso contrario prodotti naturali e salutari, il produttore deve aver assunto tutti i lavoratori regolarmente e rispettare i diritti ambientali e umani, infine sono inseriti in rosa anche quei produttori che aiutano persone in difficoltà, come ad esempio l’inserimento in azienda di ex tossicodipendenti, ex carcerati...

Alcuni GAS sottopongono i propri fornitori a un questionario affinché attestino che tali requisiti siano presenti; oppure come avviene per la totalità dei Gruppi di Acquisto, i gasisti effettuano visite dirette in azienda per controllare e verificare le modalità di produzione e trasformazione; infine una volta verificata l’eticità



nella produzione, un fornitore viene scelto rispetto ad un altro dopo l'assaggio del prodotto che consente di capire quale sia il migliore per il GAS. Una volta che i gasisti scelgono i propri produttori, sarà nominato un referente per ciascun prodotto che porterà avanti il rapporto diretto con il fornitore in relazione agli ordini e alla consegna della merce. Per coinvolgere tutti i membri del gruppo, se non vi è un prodotto per ciascuna persona dopo un periodo di tempo, solitamente 6 mesi/1 anno, tale incarico di referenza viene attribuito ad un soggetto differente.



Fig. 4.10. Assaggio prodotti del fornitore locale durante il XIII° Incontro Nazionale dell'Economia Solidale, Monopoli (BA)

Fonte Propria

*“Io volevo sottolineare una cosa in relazione alla scelta dei produttori, (di cui parlavamo prima) li scegliamo in base al km0, alla filiera corta, intorno al territorio, andando a fare le visite noi nel tempo sulla stessa tipologia di prodotti...”(Cristiano GAS Il Gabbiano)*

*“In ultima parte, non che sia meno rilevante, tanti produttori hanno dei progetti sociali, non so il nostro produttore di verdura è una struttura della diocesi di Bergamo che accoglie le persone povere o tossicodipendenti e questa struttura ha preso in carico un terreno appena fuori da Bergamo, e coltivano verdura. Noi acquistiamo li, da un lato c'è l'agricoltura biologica, dall'altra si sta dando supporto ad un'attività che dà impiego a persone svantaggiate.” (Alessandra GAS Bo.Bo.)*

*“Noi proponiamo a tutti i nostri produttori una specie di “codice etico”, è un questionario a cui loro devono rispondere secondo il loro modello di produzione. A noi serve per valutare se inserire tra i nostri, appunto, produttori.”(Antonella GAS Bo.Bo.)*

*“le certificazioni biologiche abbiamo scelto che siano la base di partenza di qualsiasi ragionamento e noi trattiamo sia beni food che no food. Stiamo un passetto per volta cercando di conoscere direttamente tutti i produttori da cui ci riforniamo, con alcuni di loro in particolare stiamo sviluppando dei progetti sul prezzo, la ricerca del prezzo giusto; sono dei progetti in cui i produttori e consumatori si siedono intorno ad un tavolo e definiscono assieme dei criteri e dei valori per definire un prezzo che sia riconosciuto dignitoso da entrambe le parti e quindi dia dignità al lavoro del produttore ma allo stesso tempo non sia così esoso.”(Andrea GAS BioRek)*

*“Perché conosciamo i produttori, per noi l'importante è soprattutto per i produttori vicini, li andiamo a trovare, ci facciamo spiegare come producono, perché magari non hanno il marchio, perché sì, perché no...Perché spesso sono piccoli produttori, noi abbiamo a Bergamo tre Valli nei dintorni, che racchiudono tanti piccoli produttori, c'è la Val Brembana, la Val Seriana e la Valle Magna. Sono tre valli ricche di produttori ma molto piccoli, per cui penso che magari tanti hanno poco prodotto servono solo uno o due GAS che si fidano di loro e non c'è bisogno di avere la spesa della certificazione. Sicuramente, soprattutto per il nostro GAS è importante la questione etica dell'assunzione del lavoratore, perché comunque, il problema dell'assunzione irregolare dei lavoratori non c'è solo nel sud Italia, ma c'è tanto lavoro nero anche qui al Nord, per cui per noi... Se veniamo a sapere che un produttore assume in nero uno dei suoi lavoratori, cerchiamo di convincerlo a non farlo o comunque non acquistiamo più da lui. Perché per noi il rispetto delle regole deve essere al 100%, è assurdo pensare che si rispetti l'ambiente e poi non si rispettano le persone.” (Alessandra GAS Bo.Bo.)*

Il rapporto con il fornitore non è infinito, infatti, in determinati casi può sciogliersi, sostanzialmente per due motivi:

- Il produttore non riesce più a garantire le ordinazioni del GAS;
- Viene a mancare la fiducia instaurata tra gasista e produttore, poiché quest'ultimo cerca di ingannare i membri del GAS sui prodotti.

Quest'ultimo caso è rischiosissimo per il produttore, proprio perché i Gruppi d'Acquisto Solidale si fondano sulla fiducia e sulle relazioni sociali, la voce si diffonde sul territorio e tale fornitore viene escluso, non potendo così più rifornire questo mercato alternativo.

*“...Proprio su questa fiducia alcuni fornitori sono stati allontanati, ad esempio un produttore di orto frutta in un momento di difficoltà, al posto di manifestarcela ha pensato di soddisfare comunque le nostre richieste andando però ad acquistare i prodotti bio da un'altra azienda che oltretutto non erano nemmeno locali ma provenivano dall'Egitto. E chi lo sa che bio è!! Questa cosa ha lasciato molte perplessità c'è stato un periodo di valutazione, alla fine abbiamo deciso di eliminare questo produttore dal nostro GAS perché la fiducia era stata incrinata, se ci avesse palesato le sue difficoltà, tranquillamente, avremmo detto ok, le prendiamo da un altro produttore e l'anno prossimo le prenderemo di nuovo da te. Perché comunque si crea realmente una famiglia, un'alleanza tra GAS e produttori.” (Gerardo GAS Livorno)*

*“...quando un prodotto non risponde o non risponde più a certe caratteristiche viene abbandonato, ovviamente i produttori che riforniscono un GAS lo sanno, nella loro gestione del rischio aziendale tengono conto di questo.” (Vincenzo GAS Dalmine)*

*“Il nostro produttore storico è come detto prima Colombini. Poi c'è stato un momento di crisi multipla, legato alla fiducia. Scoppiò lo scandalo del pollo AIA e delle patate egiziane biologiche, che comprò Colombini ma non le distribuì direttamente. Una piccola leggerezza, un fraintendimento diciamo così. Una piccola parte dei nostri gasisti decise di affiancarsi ad un altro fornitore ossia la fattoria di Corazzano.” (Andrea GAS Zeno)*

Dalle interviste, come mostrato in precedenza, risulta che i membri del GAS sono solidali con i produttori di altre regioni, sia per poter ampliare la propria offerta che per sostenere produttori che nella propria regione hanno subito dei disastri, come ad esempio il terremoto in Emilia Romagna. Naturalmente anche in questo caso se i gasisti scoprono che il fornitore non rispetta le regole di eticità e sostenibilità sarà escluso dalla rosa, il controllo è attuato dai GAS o RetiGAS che si trovano nella medesima regione del fornitore ed in caso di incorrettezze lo comunicano direttamente ai Gruppi interessati.

*“...quello che facciamo noi è quello di acquistarle da Rosarno dove ci sono state varie difficoltà, ma le acquistiamo da un produttore che conosciamo, attraverso una conoscenza diretta. Sappiamo che, se dovessimo scoprire che non è così vale quello che dicevo prima, cioè si tagliano i rapporti...” (Vincenzo GAS Dalmine)*

*“È, le arance di Sicilia sono un esempio in piccolo di quello che dicevo prima delle banane. Dunque lì naturalmente il km 0 funziona meno, funziona invece la solidarietà col produttore che c’ha tutti i registri in ordine, tutti i dipendenti assunti regolarmente, che magari sono cooperative che attuano reinserimento sociale. Lì il km 0 pace, non le importiamo né dalla Spagna né tantomeno dalla California, e quindi è km poco più di 0 rispetto che importarle dall’estero.” (Lorenzo GAS MoVA)*

*“Poi c’è quello che acquistiamo anche dalla Sicilia o dalla Calabria, insomma, dipende, e anche da loro chiediamo lo stesso rispetto del protocollo... Non riusciamo a fare la verifica diretta, però è proprio la Rete dei GAS che in questo caso ci aiuta, perché come sono qui sono là e quindi riusciamo ad avere le informazioni che ci mancano.” (Antonella GAS Bo.Bo.)*

*“. Ad esempio però, il parmigiano reggiano in Lombardia non lo facciamo, quindi non lo compriamo qui, in più quando c’è stata la richiesta del parmigiano terremotato abbiamo acquistato quello che siamo riusciti a prendere, anche attualmente prendiamo ancora del parmigiano terremotato, anche ultimamente.” (Fabrizio GAS Bergamo Centro)*

La motivazione di solidarietà nei confronti dei piccoli produttori è più comune tra i soggetti, attivisti e più impegnati. Per alcuni di loro questo è il fattore più importante per la partecipazione GAS. Questo è il motivo per cui il codice di "attivismo" è stato collegato alla "coscienza individuale": più spesso si tratta di coloro che sviluppano una motivazione individuale verso le questioni etiche e sostenibili che generano un'attenzione particolare alla solidarietà per le realtà più piccole. Ciò avviene anche per i gasisti occasionali e/o coloro che entrano poiché seguono il suggerimenti di amici o parenti, ma tale motivazione si manifesta dopo un periodo di partecipazione alle assemblee ed interessamento a tematiche solidali che consentono di ottenere una maggiore consapevolezza e coscienza del fenomeno. Molti intervistati dichiarano che hanno specifici ed espliciti atteggiamenti attivisti contro la Grande Distribuzione, le multinazionali, il mercato tradizionale, così come le istituzioni e i partecipanti al processo di certificazione biologica / bio che sfruttano i piccoli produttori e schiacciano queste realtà poiché sono spinti da una logica di ottenere il maggior profitto. Infine tali agenti di mercato trattano chimicamente i vari prodotti affinché questi siano perfetti e standardizzati andando così a perdere la genuinità e la tradizione legata al territorio. Queste azioni attiviste cercano di modificare, almeno in parte il mercato tradizionale, creando un circuito alternativo in cui vige la regola della trasparenza e solidarietà.

*“Se può essere definita una variabile il fatto di non condividere i modi di fare della grande distribuzione allora eccone una!! Una cosa particolare, oltre al fatto che la roba che mangiamo è scadente, una cosa particolare che mi colpisce è sapere come stanno messe le condizioni dei lavoratori in queste fabbriche! Vedi, non so se poterle chiamare variabili ma ci stanno tantissimi motivi, sempre per me parlo, che ti fanno aderire al gas o ad altre iniziative solidali... Sicuramente! Vedi viviamo nel, come si dice oddio, ah nel consumismo, oggi fanno di tutto per vendere!! Ma è sbagliato, perché se tu puoi pure vendere quanto ti pare però almeno vendi roba genuina, non sfruttare lavoratori, pure bambini a volte come in Cina e Vietnam per esempio no, pure i giocattoli dei bambini oggi*

*so pericolosi. Fanno schifo e quetso la gente lo deve capire!!” (Chiara GAS RivoluzioMario)*

*“Sono un gasista da un paio d’anni e sono entrato a far parte di questo GAS nel momento in cui ho deciso di cambiare il mio modello di alimentazione. Grazie alla mia ragazza sono diventato un vegano. Il tutto parte da una consapevolezza personale o meglio da una cultura personale, che avviene in modi e tempi diversi per ciascun gasista. In passato mangiavo anche io della carne, dopodiché nel momento in cui vai a vedere i meccanismi con il quale si produce del cibo da un essere vivente ti assicuro che perdi l’appetito. Maiali allevati in gabbie piccolissime per limitare i movimenti e farli ingrassare, oppure i c.d. polli in batteria vengono messi in delle gabbie tutti insieme, gli tagliano il becco... insomma uno schifo!”(Cristiano GAS Newroz)*

*“Allora nel 2009, quando partecipavo al mio primo gas, entrai a farne parte dopo che venni a scoprire certe cose che non sapevo. Vidi una puntata di Report in cui spiegavano qual’era il vero costo del cibo, nel senso di costo ambientale e da allora ho deciso che assolutamente per quanto riguarda il mangiare di non voler più essere schiavo della Grande Distribuzione e delle loro ingiustizie verso i produttori. Da allora ho cercato subito su internet i gas, perché nella puntata parlarono di questa possibilità, e ho aderito subito.” (Alfonso GAS Testaccio Meticcio)*

*“Sono le motivazioni di tutta la mia attività politica che sono legate ad una critica al sistema capitalistico in cui siamo ormai inseriti ed il tentativo di costruire ed organizzare dei circuiti di produzione e distribuzione alternativa in cui ci sia una reale partecipazione e conoscenza degli attori che ne fanno parte.” (Marta GAS GasBotto)*

*“Il Gas ormai ha 10 anni, le motivazioni principali sono state di voler approfondire cosa c’è dietro i prodotti che portiamo sulle nostre tavole, e voler appoggiare e sostenere chi ancora fa agricoltura e commercio con una certa etica e una certa filosofia, che non sia quella consumistico classica che sta devastando società e territorio.” (Andrea GAS BioRek)*

*“Ci sono invece persone che partano da un concetto di sostenibilità dell’ambiente, dell’economia, che vede il territorio trasformato in modo insostenibile con la cementificazione, le aziende chiudono, i produttori fanno fatica e sono strozzati dalla GDO che quindi approccia a questo diverso modo di concepire un’economia e un mondo dall’alto, cioè da una visione più ampia.”*  
(Vincenzo GAS Dalmine)

*“I motivi sono stati legati proprio a un discorso di coscienza politica, quindi di lettura del mondo e volontà di avviare circuiti differenti. In più la possibilità di sostenere produttori alternativi e quindi di dare forza a quest’altra economia.”*  
(Sabrina GAS Filo di Paglia)

Attraverso le interviste si sono avvalorate tutte le motivazioni riscontrate nella letteratura, il risparmio e il sostegno nei confronti dei piccoli produttori come affermato da Coscarello (2010) nella sua recente indagine, la responsabilità verso se stessi e la salubrità del cibo individuate da Mora e Bovone (2007), la motivazione politica emersa anche dal sondaggio attuato da Forno nel 2009, infine sono state riscontrate anche la motivazione delle relazioni sociali e della mera utilità, come sostengono Papaoikonomou et al. (2011), infatti a differenza del questionario alcuni intervistati hanno affermato che vi sono soggetti che entrano nel GAS col solo obiettivo di acquistare prodotti buoni. La differenza con la letteratura è che queste sette motivazioni, tramite le interviste, sono state raggruppate in tre macro-categorie: relazioni sociali, caratteristiche del prodotto e solidarietà nei confronti dei piccoli produttori.

#### *4.2.3. Obiettivi e aspirazioni di più ampio respiro connessi all’ingresso nel GAS*

I risultati attesi e obiettivi di partecipazione al GAS sono identificati con i vari aspetti della trasformazione del mercato, considerato come lo stadio finale, ottenuto dopo un lungo processo di “lotta” contro il sistema tradizionale. Questo circuito alternativo tratta l’economia, il marketing, la fornitura e l’interazione della domanda con modalità diverse, dando sostegno a soggetti deboli che sono i

consumatori ed i piccoli produttori, cercando di ostacolare le grandi aziende in quanto considerate troppo potenti e oppressive. Trasformando il mercato può essere mantenuta l'identità e la conoscenza dei soggetti che giocano un ruolo fondamentale, permettendo così di creare rapporti duraturi e trasparenti. Per raggiungere quest'aspirazione comune che appartiene alla maggioranza dei gasisti, occorre che i soggetti prendano una posizione dura e critica nei confronti del mercato: quest'ultimo è considerato come un male che distrugge la nostra società, ciò significa che deve essere modificato e vincolato. Il processo di trasformazione è strettamente correlato ai concetti di fiducia e di solidarietà nei confronti dei piccoli produttori, inoltre per raggiungere l'obiettivo occorrerà che i gasisti si comportino in modo attivo tramite ad esempio azioni di boicottaggio o buycottaggio. Per attivare questo processo di trasformazione occorre sensibilizzare le istituzioni, anche se in alcune regioni non sono molto collaborative, ed in secondo luogo sensibilizzare il maggior numero di consumatori tramite appunto manifestazioni, feste, convegni... affinché il fenomeno dei GAS abbracci il maggior numero possibile di soggetti.

*“Allora le motivazioni e le aspirazioni sono alte e sono sostanzialmente queste, cioè quelle di favorire un'economia differente. Per fare questo c'è dibattito con le istituzioni, c'è chi sostiene che siamo una forza in quanto organizzati e distinti dalle istituzioni, e che quindi riusciamo ad influire comunque sulle scelte delle istituzioni, a sensibilizzare i cittadini verso certi aspetti. Non credo che ci sia qualcuno tra di noi che pensa di poter sostituire un'economia di mercato, però di creare un'economia alternativa, magari di nicchia, noi pensiamo appunto di fare opinione e cambiare.” (Vincenzo GAS Dalmine)*

*“Allora in teoria ogni GAS dovrebbe compiere delle battaglie in quest'ottica qua sociale, ad ampio raggio ed a lungo termine, in pratica dipende quanto è attivo ciascun GAS, perché come dicevo prima il mondo è bello perché siamo tutti diversi...I consumatori andrebbero sensibilizzati tutti, poiché noi siamo tutti consumatori e c'è da sensibilizzarsi a vicenda sempre con il passaparola, della serie, “senti com'è buono il parmigiano che compro, mi costa meno di quello del supermercato e lo prendo da un ragazzo che gli è crollato il tetto per il*



*terremoto, e anche del parmigiano l'ha dovuto buttar via"... per quanto riguarda le istituzioni a mio modesto parere, la sensibilizzazione deve comunque partire dal basso, quindi prima di tutto le istituzioni locali e poi piano piano quelle regionali e statali. Lì man mano che è più solito il movimento, saremo anche più in grado di influenzare di più le istituzioni più alte..." (Lorenzo GAS MoVa)*

*"...cercare di modificare un po' il mercato, io credo che sia il principale scopo di chi appartiene al GAS. Nel suo piccolo, comunque, se non può modificarlo di non essere complice diciamo così. Cercare di acquistare il più possibile tramite il GAS. Anche le istituzioni sono fatte da persone, purtroppo devo dire che in questi anni di esperienza è trasversale il disinteresse delle istituzioni, qui da noi è, rispetto a questa cosa, cioè ti tollerano ma l'importante è che non rompi tanto le scatole. Tutto sommato il mercato cittadinanza è riuscito a fare tanto, quindi direi che ci vuole tempo e bisogna fargliela capir bene, sappiamo che in altre realtà ci sono ben altre collaborazioni. Cioè in altre regioni il Comune collabora con questi gruppi di acquisto." (Antonella GAS Bo.Bo.)*

Un altro risultato di quest'orientamento è l'"empowerment" che i membri del GAS possono raggiungere sia attraverso la partecipazione al gruppo sia attraverso il ruolo che il GAS ha nella società. L'empowerment passa in primo luogo attraverso la conoscenza, infatti, essere esposti in maniera crescente a numerose informazioni affidabili, permette di creare consumatori più consapevoli e indipendenti nelle decisioni d'acquisto. Inoltre, lo sforzo collettivo impiegato nelle attività dei GAS consente di ottenere maggiori possibilità nell'influenzare il sistema di mercato rispetto alla semplice somma dei comportamenti individuali.

*"Sicuramente sono obiettivi che un gasista tendenzialmente cerca di perseguire, appunto come dicevo prima, magari non tramite le azioni del GAS, nel senso, già l'acquisto porta ad un desiderio di cambiamento, per azioni più grosse che possono essere sensibilizzare le istituzioni, lì magari invece al posto di fare un'azione di GAS singolo, ci inseriamo in associazioni, reti di economia solidale, reti di gruppi di acquisto solidale che sono più soggetti e quindi hanno più*

*impatto. A Bergamo c'è la rete GAS che ha dei coordinatori che gestiscono alcuni progetti per i gasisti, mentre c'è una RES che è "Cittadinanza sostenibile" che è un gruppo di associazioni del territorio bergamasco che oltre alla rete dei GAS c'è anche Lega Ambiente, Slow Food, la Banca del tempo, Banca etica... ci sono tutti una serie di attori del territorio che perseguono sostanzialmente questi obiettivi comuni che possono essere un favoreggiamento dei piccoli produttori contro la GDO che tendono a rendere l'individuo e il produttore delle personalità anonime o altri obiettivi come i mercati all'interno del territorio, possibilità di incontro tra i cittadini... quindi tali aspirazioni si raggiungono con le reti e non tramite i GAS singoli." (Alessandra GAS Bo.Bo.)*

*"Per quanto mi riguarda la mia spesa al supermercato, non è cambiata molto da quando frequento i GAS, anche per il mestiere che faccio. E' cambiata invece per la mia famiglia, ma non saprei dirti quanto ha inciso il GAS. La mia famiglia vuole mangiare del cibo buono, salutare, con più gusto. L'insalata che compri alla COOP, non si può paragonare a quelle che acquistiamo nel GAS; per non parlare della frutta. Quando ero piccolo c'era un contadino vicino casa che ci forniva le pesche, le ciliegie, le albicocche...quindi ne mangiavo a tonnellate; poi il contadino è andato in pensione ed abbiamo iniziato a comprare la frutta al supermercato...il sapore era diverso, abbiamo smesso di comprarla. Poi ho deciso di investire insieme ad un contadino della zona in un frutteto, ed allora abbiamo ricominciato a mangiare la frutta. Per esempio mia figlia è molto più attenta all'alimentazione, abbiamo ridotto molto i consumi di carne, mia moglie sta quasi diventando vegetariana. Stiamo attenti ai sapori, alla qualità, alla provenienza. Io ero già molto attento, ma la mia famiglia ha cambiato abbastanza radicalmente." (Andrea GAS San Zeno)*

*"...qui nel GAS, fornendo esclusivamente prodotti di stagione, ti incentivano a conoscere e migliorare la tua educazione alimentare." (Dorotea GAS Newroz)*

*"Diciamo che mi sentirei in questa situazione se vedessi che le persone seguissero in numero sempre maggiore i gas e i loro progetti, magari anche finanziando la cosa, naturalmente per chi ne ha le possibilità. Acquistare prodotti etici da solo ti rende consapevole di quello che si sta facendo ma in*

*fondo sei un ago in una pagliaio, non cambi nulla, anzi ti danno del pazzo, del fesso. Diventiamo tutti un po' più maturi e magari le cose cambiano davvero! Io credo che con tutte le malattie che ci sono oggi, che tra l'altro non esistevano cinquanta anni fa, con la crisi e i malumori generali della gente, come posso spiegarmi, le persone dovrebbero accorgersi che c'è bisogno della svolta, di un colpo netto a tutte quelle piccole cose, le piccole routine che ci fanno davvero servi del sistema, sistema malato, mal gestito e spesso illegale.” (Andrea GAS Testaccio Meticcio)*

Per molti gasisti, con il termine trasformazione di mercato, non s'intendono una rivoluzione radicale o l'abbattimento dei sistemi tradizionali di mercato, poiché quest'ultimi sono ancora considerati necessari, infatti, il sistema dei GAS non può essere considerato come una valida alternativa nel presente e forse nemmeno nel futuro. Eppure, alcuni sostengono che il sistema dei GAS potrebbe essere considerato come una prospettiva di lungo periodo (uno stato finale di lungo periodo) che potrebbe sostituire la distribuzione tradizionale. Inoltre, anche il sistema GAS presenta inconvenienti e questo impedisce effettivamente individui di aggirare il mercato e conferma chiaramente il ruolo necessario della distribuzione tradizionale. Il motivo prevalente per cui la maggior parte dei gasisti sostiene che vi è la necessità della GDO, è che l'offerta dei prodotti del GAS non è varia e vasta come vorrebbero i consumatori, infatti molti di loro anche se sono attivisti, necessitano di completare la loro spesa con l'acquisto al supermercato. Tale acquisto però è riferito, nella maggior parte dei casi, ai prodotti biologici che si trovano nella distribuzione tradizionale, con lo scopo di sostenere i principi di eticità e sostenibilità anche attraverso la GDO. In percentuale minore gli intervistati hanno ritenuto che prodotti del GAS fossero più sporchi e brutti, ma la quasi totalità dei gasisti sostiene che questi non siano difetti bensì pregi che identificano la salubrità, naturalità e genuinità del prodotto a differenza di quelli trovati al supermercato che sono asettici e standardizzati. Dalle interviste è stato possibile notare che il principale motivo per cui i gasisti utilizzano i supermercati è il prezzo elevato dei prodotti rispetto al canale

tradizionale. Eppure, ci sono alcuni soggetti che parlano di prezzi in termini di costi / benefici, ritengono che i prodotti del GAS non siano così costosi poiché hanno maggiori benefici e qualità rispetto a quelli che si trovano sul mercato di massa. Infine vi è discordanza anche per quanto riguarda l'aspetto logistico ed organizzativo, per alcuni il dover ritirare i prodotti in posti differenti è un problema, per altri invece è un motivo che consente di abbattere la pigrizia e consolidare le relazioni sociali.

Comunque nella maggioranza delle interviste i gasisti sostengono che in futuro i GAS non potranno andare a sostituire la Grande Distribuzione, ma potranno influenzare l'offerta di questa, basta pensare che fino a qualche anno fa era difficile trovare i prodotti biologici o le persone con le borsine di tela utilizzabili per più di un'occasione di acquisto. Questo perché la mentalità dei consumatori si sta modificando, hanno una maggiore sensibilità e una maggiore consapevolezza; se l'informazione e la sensibilizzazione continua ad andare in questa direzione, secondo i gasisti ci sarà la possibilità di avere un sistema migliore dove le distribuzioni convivono ma attuano pratiche corrette e sostenibili. Così da poter ottenere una vasta gamma di prodotti salutari, genuini e di qualità e magari, in qualche occasione anche ad un minor prezzo.

*“...se la verdura arriva con un po' di terra non c'è nessun problema. Se ogni tanto il pomodoro è un po' schiacciato non c'è nessun problema, per me che ho una forte motivazione, e per me è il modo per cambiare il mondo. Se voglio solo contenere i costi, la motivazione è bassa e quindi ogni pretesto diventa un modo per creare criticità... Il consumo alternativo a bisogno di tutte le componenti come i negozi bio, le botteghe del commercio equo e solidale, i GAS... al fine di poter sopraffare la grande distribuzione. Potrebbe diventare un fenomeno di masse, io lo auspico, c'è chi crede che la produzione bio non riesca a reggere... dio lo volesse che non ci fosse più la GDO...” (Gerardo GAS Livorno)*

*“Mah, allora, si ovviamente sono dei problemi ma assolutamente risolvibili, nel senso che.. per esempio anche da noi c'era stata una discussione animata sul fatto che noi prendiamo questa cassetta di verdure, però ovviamente in inverno non c'è molta verdura; considerando che siamo in Italia e il clima italiano*

*permette solo una certa tipologia di varietà di verdura, però alla fine tra quello e scegliere prodotti da serra è il male minore. Ci si abitua, sono aspetti non fastidiosi. Io ad esempio devo andare anche alla Coop o Esselunga per alcuni prodotti che tramite il GAS non riesco a reperire... Sicuramente al supermercato si cerca di prendere il prodotto bio perché almeno si sa o almeno si spera che dovrebbe avere determinate caratteristiche, dalla bottega non è obbligatorio prenderlo biologico... ma è poco applicabile che tutte le persone acquistino direttamente dal GAS, ma anche per una questione matematica di numeri, nel seno che comunque noi tante volte alcuni prodotti, soprattutto i freschi, alcuni produttori non hanno abbastanza per noi che siamo pochi, per cui è un obiettivo un po'... però credo che sensibilizzando le persone si può andare a cambiare la modalità di offerta della GDO. Nel senso che magari, anche negli ultimi cinque anni trovi molto più green, bio, questo vuol dire che questi comportamenti di acquisto stanno influenzando un po' la Grande distribuzione. Anche il fatto della borsettina di tela.. penso che questo arrivi da persone che si comportano nella nostra stessa maniera, che magari non ha tempo di far parte di un GAS, ma va al supermercato e sceglie bio e porta la borsettina di tela. GDO e GAS andranno a convivere, forse, spero che la tendenza sia di diffondere le buone pratiche e diventano la prassi, cioè non devi scegliere tra 10 produttori e informarti quali di loro assume regolarmente, sarebbe bello che tutti assumessero regolarmente così che i consumatori non avrebbero più dubbi. La speranza è che la "cattiva produzione" non dovrebbe esserci. Più che togliere la GDO che è un cambiamento troppo radicale la speranza è cerchiamo magari di rendere più etico anche una multinazionale. Io nei cambiamenti radicali non ci credo molto." (Alessandra GAS Bo.Bo.)*

*"...Ma penso che si debba convivere, non credo che si sostituirà la grande distribuzione, possiamo influenzarla dal punto di vista qualitativo e fare in modo che anche nella GDO ci siano prodotti di qualità e magari anche offerti, ben venga, però non lo so..." (Vincenzo GAS Dalmine)*

*"... Ma è una piccola parte di prodotto rispetto a quello che prendiamo, per cui prezzo elevato no, per quello che ho detto prima, secondo me non è vero, certo è*

*più elevato rispetto al prezzo del discount o del supermarket, senza voler togliere niente al supermarket o discount, ma in questo periodo la gente fa i conti con le proprio tasche e prende le cose dove vuole. Ad esempio io e mia moglie la carta igienica e la carta casa e i detersivi li compriamo al discount, qualcosa lo prendiamo biologico e qualcosa tradizionale, dipende...La modesta varietà secondo me non è vero io con il GAS trovo un sacco di cose, certo quelle che mi mancano le prendo al supermercato, quindi se uno mi dice “no io voglio entrare nel GAS, solo che compro tutto con il GAS”, forse è difficile, se uno riesce a convivere col fatto che compri anche qualche cosa al supermarket è meglio.”(Fabrizio GAS Bergamo Centro)*

*“Noi speriamo che questa cosa contagi, non perché vogliamo far guerra alla grande distribuzione...” (Antonella GAS Bo.Bo.)*

*“La grande distribuzione attualmente è indispensabile. All’interno ci sono diverse logiche operative, diverse sensibilità.”(Andrea GAS San Zeno)*

*“Rispetto ad un supermercato, per forza di cose, il GAS offre meno varietà di prodotti. Nel supermercato si trova tutto...tutto l’anno, qui si trova d’inverno il cavolo (in abbondanza) e quindi c’è una sorta di “adattamento voluto” alla stagionalità dei prodotti... In merito al supermercato me ne servo ancora in larga parte. Intanto perchè, per motivi di tempo non riesco ad essere sempre presente, mi riferisco a tipologia di prodotto/consegna in un giorno della settimana. Uso quindi ancora molto il supermercato, però con un occhio diverso rispetto a qualche anno fa. Prima compravo qualsiasi cosa, ora invece sto attenta agli imballaggi, alla stagionalità...in generale agli sprechi... Il contro del GAS è che a volte nelle verdure trovi un po’ di terriccio o addirittura delle lumachine, il che comporta più tempo per lavarle e pulirle, ma insomma....poca cosa!”(Claudia GAS Rebeldia)*

*“In realtà se ti rifornissi da più GAS potresti trovare più o meno tutto... ma i prezzi, almeno per noi che siamo studentesse, non sarebbero proponibili. Quindi diciamo che il supermercato, in termini di convenienza e comodità, resta il canale di distribuzione principale.. La pecca di questo canale, almeno ad oggi, è la varietà di scelta che non offre.” (Dorotea GAS Newroz)*

*“Avendo dei bimbi, e non potendo reperire tutti i prodotti che mi servono nel GAS, ci devo andare per forza. La grande distribuzione, comunque sia, alle famiglie serve sempre. Cerco di scegliere supermercati come la COOP, o la CONAD, in quanto so che cercano di favorire produttori locali, sono attenti alla qualità del cibo ed alla provenienza. Per ora i GAS non sono ad un livello tale, da poter minimamente sostituire il supermercato; però in zone tipo l’Emilia Romagna, ci sono dei GAS che forniscono tutto, veramente tutto!”(Elena GAS Nido d’Ape)*

*“La fatica diciamo è semplicemente è quella di doversi appoggiare alla persona che fa da referente e raccoglie tutti gli ordini dei vari prodotti, è un po’ un “casino”, c’è un po’ di lavoro da fare per smistare i prodotti.”(Anna GAS RivoluzioMario)*

Sostanzialmente anche in letteratura l’obiettivo principale ed i correlati che intendono perseguire i gasisti, sono i medesimi espressi dagli intervistati. Il primario è quello di incidere sui modelli di consumo prevalente (Carrigan et al. 2004), questo viene raggiunto attraverso l’empowerment, cioè tramite quel processo che conduce i membri allo sviluppo di una maggiore consapevolezza e quindi una maggiore capacità di perseguire decisioni autonome come sostiene Zimmerman (2000) e Martini e Sequi (1999); cercando di far emergere il proprio pensiero e la propria filosofia di vita attraverso i consumi ottenendo un’auto-realizzazione (Shaw et al. 2007). Attraverso la trasformazione del mercato, e l’utilizzo di un’economia alternativa, si torna al contatto diretto con i produttori facendo così riemergere i valori e le tradizioni del passato (Papaoikonomou et al. 2011). A differenza degli autori però, le interviste sono riuscite a far emergere quei piccoli difetti dei prodotti dei GAS come la modesta varietà, l’elevato prezzo e il maggior tempo dedicato alla preparazione degli alimenti, che fanno sì che molti gasisti utilizzano ancora i canali tradizionali.

#### **4.3. *Analisi quantitativa e qualitativa a confronto***

Sia nelle interviste che attraverso il questionario, i soggetti hanno dichiarato che i principali modi con cui si viene a conoscenza del fenomeno dei GAS, sono:

- Passaparola con amici e parenti;
- Una conoscenza individuale mossa da un orientamento etico e sostenibile nei confronti dell'ambiente e delle persone, tale conoscenza si approfondisce soprattutto attraverso il canale internet;
- Una modifica delle abitudini alimentari, ad esempio diventando vegetariano o vegano, che porta il soggetto a ricercare prodotti di maggiore qualità e quindi informarsi sui GAS.

Mentre per quanto riguarda le motivazioni che portano un soggetto ad entrare nel GAS, in ambedue le ricerche sono:

- Solidarietà nei confronti dei piccoli produttori;
- Caratteristiche dei prodotti.

In questo ambito però, vi è una differenza, infatti, i soggetti che hanno compilato il questionario ne hanno individuata un'ulteriore, cioè acquistare i prodotti in modo collettivo per ottenere dei prezzi vantaggiosi. Secondo gli intervistati quest'ultima motivazione non può essere ritenuta tale, poiché, secondo loro è un aspetto secondario che deriva dalla solidarietà e dal rapporto di fiducia che si instaura con i fornitori.

Le aspirazioni che si intendono perseguire aderendo ad un GAS in entrambe le ricerche sono:

- Trasformare il mercato;
- Cercare di ridurre il potere della Grande Distribuzione Organizzata;
- Cercare di combattere i problemi ambientali collegati ad un uso minore d'imballaggio e trasporto, poiché la maggior parte dei prodotti è acquistata da fornitori locali.

Oltre ai Gruppi di Acquisto Solidale, dove i consumatori acquistano prevalentemente beni alimentari, i soggetti sia della ricerca quantitativa che qualitativa affermano di utilizzare anche i canali tradizionali come i Supermercati



e le Piccole botteghe di quartiere, gli intervistati però sostengono di usare anche il canale dei piccoli negozi biologici e le botteghe equo e solidali. I principali motivi che giustificano l'acquisto dei prodotti anche nella GDO sono differenti, gli intervistati hanno dichiarato che utilizzano questo canale perché:

- I prodotti acquistati sono terminati prima del nuovo ordine;
- Il GAS non rifornisce tutte le tipologie di prodotto necessarie.

Mentre i soggetti che sono stati sottoposti al questionario hanno dichiarato che acquistano nei canali tradizionali perché:

- Hanno la necessità di prodotti che sono fuori stagione;
- Gli acquisti al GAS non sono sufficienti per soddisfare l'intero nucleo familiare.

In ambedue le ricerche vi è un motivo comune, cioè la ricerca nei supermercati di offerte o prodotti che hanno un prezzo conveniente, si può notare però che un altro aspetto comune è la ricerca anche nei canali tradizionali di prodotti biologici, almeno nella maggior parte dei casi.

Infatti tutti i gasisti che hanno partecipato hanno ritenuto che le caratteristiche essenziali che un prodotto deve avere sono:

- Stagionalità;
- Sostenibilità;
- Salubrità;
- Locale;
- Gusto;
- Freschezza.

Gli intervistati hanno sottolineato che i produttori devono usare un imballaggio ridotto, mentre coloro che hanno partecipato al questionario ritengono che un aspetto importante sia quello di prediligere agricoltori che conoscono per poterli aiutare.

In ambedue le ricerche la modesta varietà, il prezzo più elevato rispetto alla GDO e l'acquisto di prodotti che hanno la necessità di essere lavati e puliti, non sono ritenuti aspetti negativi o comunque vincolanti poiché se si sceglie di entrare in un GAS, questi sono piccoli difetti con i quali convivere.

Infine tutti i soggetti concordano che le principali attività svolte all'interno del GAS sono:

- La referenza di un prodotto;
- La gestione degli ordini;
- L'organizzazione di feste ed eventi;
- L'organizzazione di attività organizzative;
- Carico e scarico dei prodotti.

La solidarietà interna, e la partecipazione attiva al GAS e quindi la suddivisione dei compiti sono ritenute dai soggetti aspetti fondamentali per partecipare a questo fenomeno.

## **BIBLIOGRAFIA**

- *Andorfer, Liebe, Research on fair trade consumptio, 2012.*
- *Audebrand, Iacobu, Avoiding potential traps in fair trade marketing: a social representation perspective, 2008.*
- *Bagozzi, Dholakia, Goal setting and goal striving in consumer behavior, 1999.*
- *Ballantine, Creery, The consumption and disposition behaviour, 2010.*
- *Bartels, Hoogendam, The role of social identity and attitudes toward sustainability brands in buying behaviors for organic products, 2011.*
- *Birchall, Simmons, What motivates membres to participate in cooperatives and mutual business? A theoretical model and some findings, 2004.*
- *Bovone, Mora, La spesa responsabile, 2007.*
- *Brown, Miller, The impacts of local markets: a review of research on farmers markets and community supported agriculture (CSA), 2008.*
- *Carrigan et al., Shopping for better world? An interpretive study of the potential for ethical consumption within the older market, 2004.*
- *Cembalo et al., The Beauty Of The Commons, 2012.*
- *Cembalo et al., Sustainability and new models of consumption: the solidarity purchasing groups in Sicily, 2012.*
- *Cherrier, Becoming sensitive to ethical consumption, 2005.*
- *Choi, Ng, Environmental and economic dimensions, 2011.*
- *Coenen et al., Toward a spatial perspective on sustainability transitions, 2012.*
- *Colombo, The GAS as laboratories of civil economy, 2013.*
- *Coscarello, Consumo critico, nuovi stili di vita, gruppi di acquisto solidale: verso un'altra agricoltura, 2010.*
- *Cova et al., Global brand communities across border: The Wharhammer case, 2007.*
- *Crane, Facing the backlash: green marketing and strategic reorientation in the 1990s, 2000.*
- *Crane, Meeting the ethical gase: challenges for orientating to the ethical market, 2005.*
- *Dickson, Utility of no sweat labels for apparel consumers: profiles users and predicting their purchases, 2001.*
- *Essoussi, Zahaf, Decision making process of community organic food consumers: an exploratory study, 2008.*
- *Farla et al., Sustainability transitions in the making, 2012.*
- *Forbord et al., Stability and variety, 2012.*

- *Forno, Il consumo critico come forma di cittadinanza attiva per il cambiamento sociale, 2009.*
- *Fritz, Schiefer, Food chain management for sustainable food system development: a european research agenda, 2011.*
- *Holzer, Political consumerism, 2006.*
- *Hornsey et al., Why do people engage in collective action? Revisiting the role of perceived effectiveness, 2006.*
- *Handelman, Kozinets, Adversaries of consumption: consumer movements, activism, and ideology, 2004.*
- *Langeland, On communicating the complexity of a green message, 1998.*
- *Leonini, Sassatelli, Il consume critic, 2008.*
- *Low, Davenport, Organizational Leadership, Ethics, 2009.*
- *Markard et al., Sustainability transitions, 2012.*
- *Martini, Sequi, Il lavoro nella comunità, 1999.*
- *McEachern et al., Thinking locally, acting locally? Conscious consumers and farmers' markets, 2010.*
- *McMurtry, Ethical Value-Added, fair trade, 2009.*
- *Megicks et al., Influences on ethical and socially responsible, 2008.*
- *Memery et al., Understanding the older shopper: a behavioural typology, 2012.*
- *Minton, Rose, The effects of environmental concern on environmentally friendly consumer behavior: an exploratory study, 1997.*
- *Moraes et al., Living production-engaged alternatives: an examination of new consumption communities, 2010.*
- *Morrel, Jayawardhena, Fair trade, ethical decision, 2010.*
- *Newholm, Shaw, Studying the ethical consumer, 2007.*
- *Nicholls, Strategic options in fair trade retailing, 2002.*
- *Nuttin, The respective roles of cognition and motivation, 1987.*
- *Oates et al., Marketing sustainability, 2008.*
- *Obi-one, Primo rapporto nazionale sull'altra economia in Italia, 2009.*
- *Ozcaglar-Toulouse et al., in search of fair trade; ethical consumer decision-making in France, 2006.*
- *Papaoikonomou et al., Articulating the meanings of collective experiences of ethical consumption, 2011.*
- *Pino et al., Determinants of regular and occasional consumers' intentions to buy organic food, 2012.*

- *Shaw et al., Intending to be ethical: an examination of consumer choice in sweatshop avoidance, 2007.*
- *Strong, Features contributing to the growth of ethical consumerism: a preliminary investigation, 1996.*
- *Szmigin et al., The conscious consumer: taking a flexible approach to ethical behavior, 2009.*
- *Thompson, Casnuker-Balli, Countervailing Market Responses, 2007.*
- *Tosi, Il consumo critico, 2010.*
- *Valentine, Ethics training, ethical context, and sales and marketing, 2009.*
- *Wang et al., Team purchase, 2011.*
- *Wheale, Hinton, Ethical Consumers in Search, 2007*
- *White\_et al., Belief in a Just World.Consumer, 2012.*
- *Yang et al., It's not whether you win or lose, it's how you play the game? The role of process and outcome in experience consumption, 2012.*
- *Zimmerman, Empowement Theory. Psychological,Organizational and Community Levels of Analysis, 2000.*

## **SITOGRAFIA**

- [dspace.unitus.it/bitstream/2067/548/1/mgaito\\_tesid.pdf](http://dspace.unitus.it/bitstream/2067/548/1/mgaito_tesid.pdf)
- [saperi.forumpa.it/story/64477/reti-e-rivoluzione-il-modello-res-reti-di-economia-solidale](http://saperi.forumpa.it/story/64477/reti-e-rivoluzione-il-modello-res-reti-di-economia-solidale)
- [www.agriregionieuropa.univpm.it/pdf.php?id\\_articolo=1019](http://www.agriregionieuropa.univpm.it/pdf.php?id_articolo=1019)
- [www.biobank.it](http://www.biobank.it)
- [www.economia-solidale.org](http://www.economia-solidale.org)
- [www.regione.piemonte.it/informaconsumatori/dwd/cons\\_critico.pdf](http://www.regione.piemonte.it/informaconsumatori/dwd/cons_critico.pdf)
- [www.respuglia.org](http://www.respuglia.org)
- [www.retecosol.org/docs/CartaRes0703.pdf](http://www.retecosol.org/docs/CartaRes0703.pdf)
- [www.retecosol.org/docs/RedattoreSociale0403.pdf](http://www.retecosol.org/docs/RedattoreSociale0403.pdf)
- [www.retegas.org](http://www.retegas.org)
- [www.retegas.org/upload/dl/doc/GASDocumentoBase.PDF](http://www.retegas.org/upload/dl/doc/GASDocumentoBase.PDF)
- [www.sinab.it/share/img\\_lib\\_files/2290\\_bio\\_in\\_cifre\\_2012\\_anticipazioni.pdf](http://www.sinab.it/share/img_lib_files/2290_bio_in_cifre_2012_anticipazioni.pdf)
- [www.solidariusitalia.it/2012/04/carta-per-la-rete-italiana-di-economia-solidale-res/](http://www.solidariusitalia.it/2012/04/carta-per-la-rete-italiana-di-economia-solidale-res/)
- [www.unimondo.org](http://www.unimondo.org)

## *APPENDICE 1*

### **IL QUESTIONARIO**

Siamo dei Ricercatori dell'Università di Pisa e dell'Università LUISS Guido Carli di Roma.

Stiamo conducendo un'indagine sul fenomeno dei Gruppi di Acquisto Solidale (GAS), in Italia.

Riteniamo che questa realtà debba essere valorizzata e rappresentata in modo più incisivo ed efficace nel nostro Paese, in quanto costituisce un importante elemento di innovazione e di civiltà in una economia che oggi mostra diversi difetti, in primis quello di comprimere il ruolo delle relazioni umane e sociali. A tal fine, le chiediamo di compilare il questionario che segue. La compilazione del questionario dura circa 10 minuti.

- La preghiamo di rispondere a tutte le domande fino alla fine. Un questionario con domande in bianco non è valido.
- La preghiamo di rispondere sinceramente a tutte le domande. Non ci sono risposte giuste o sbagliate.
- Il questionario è in forma strettamente anonima e i dati verranno trattati in modo aggregato a norma della Legge sulla Privacy n. 196/2003. La ringraziamo fin da ora per la sua gentile collaborazione.

#### ***Informazioni GAS***

1. Come è venuto a conoscenza del GAS?

- Internet
  - Stampa
  - Passaparola di amici e conoscenti
  - Produttore locale
  - Altro (indicare):
-

2. Prima di iscriversi al Gas, ha raccolto informazioni sulle attività che svolge?

- No
- Sì, mi sono informato solo sul GAS dove attualmente acquisto i prodotti
- Sì, mi sono informato e ho fatto una valutazione comparativa tra diversi GAS

3. In base a cosa hai scelto il GAS a cui sei iscritto?

- Non esistono altri GAS nella mia zona
- E' più vicino di altri rispetto a dove abito o lavoro
- E' il più economico
- Offre una varietà di prodotti più ampia di altri GAS
- La qualità dei prodotti è più elevata rispetto ad altri
- Oltre all'acquisto dei prodotti, offre attività diverse a cui è possibile partecipare
- La scelta di questo GAS è stata casuale
- Altro (indicare)

4. Da quanto tempo acquista prodotti al GAS?

- Meno di 1 anno
- Tra 1 e 3 anni
- Più di tre anni

5. Acquista i seguenti prodotti al GAS?

	sì	no
Olio		
Aceto		
Pane		
Pizze e focacce		
Latte		
Riso		
Pasta fresca		
Uova		
Farine		
Formaggi (freschi e/o stagionati)		
Spalmabili dolci (ad es., confetture, marmellate, miele)		
Salumi		
Carne (bianca e/o rossa)		
Verdura		
Frutta		
Legumi		
Vino		

6. Dove fa la spesa per i prodotti che non trova nel GAS? (Può indicare più canali distributivi contemporaneamente)

	ipermercato	supermercato	piccolo negozio al dettaglio	negozio specializzato (prodotti biologici)	li acquisto solo al GAS	in generale, non acquisto questa categoria di prodotto
Olio						
Aceto						
Pane						
Pizze e focacce						
Latte						
Riso						
Pasta fresca						
Uova						
Farine						
Formaggi						
Spalmabili dolci						
Salumi						
Carne (bianca e/o rossa)						
Verdura						
Frutta						
Legumi						
Vino						

7. Indichi il suo grado di accordo o disaccordo con l'affermazione che segue. La scala va da 1 a 7 (1= completamente in disaccordo, 7= completamente d'accordo).

Acquisto i prodotti del GAS perché:

- sono più buoni e genuini
- sono più salutari
- sono prodotti qui vicino
- sono più convenienti
- sono di stagione
- sono prodotti rispettando l'ambiente
- sono prodotti da persone che conosco e che voglio aiutare



8. Ti capita di comprare un prodotto (ad es. un tipo di frutta o di verdura) sia al GAS che al supermercato?

- Sì, perché (indicare):
- 

- No, perché (indicare):
- 

9. Quali sono i principali difetti dell'acquisto dei prodotti al GAS?

- Non posso fare la spesa quando voglio perché gli ordini sono periodici
  - Non vengono trattate tutte le categorie merceologiche
  - Spendo troppo tempo per fare gli ordini ed andare a ritirare i prodotti
  - Devo restituire gli imballaggi al produttore (se riciclabili)
  - Altro (indicare):
- 

10. Il suo modo di comprare e consumare è cambiato da quando si serve al GAS?

- Sì, faccio più attenzione a quello che acquisto (etichetta, provenienza, controlli, ecc.)
  - Sì, acquisto ora solo prodotti "etici"
  - Sì, acquisto solo i prodotti trattati dal GAS
  - No, quando mi capita consumo ancora nei negozi convenzionali
  - Altro (indicare):
- 

### ***Comportamenti***

11. Il suo modo di comprare e consumare è cambiato da quando si serve al GAS?

- No, continuo a comprare e consumare allo stesso modo
- Sì, sono più attento agli aspetti di salute e ambientali ma solo con riferimento a specifiche categorie di alimenti (ad esempio, frutta e verdura, prodotti freschi, carni).
- Sì, ho cambiato radicalmente il mio modello alimentare (vegetariano, vegano, etc.)
- Sì, ho cambiato le mie abitudini di consumo sia in campo alimentare che in altri ambiti (ad esempio, energia rinnovabile, finanza etica, risparmio sul consumo d'acqua)

12. Le sembra di comprare più o meno cose rispetto a prima?

- No, il quantitativo di spesa è rimasto invariato
- Sì, il mio quantitativo di spesa è aumentato
- Non so

13. In media, quanto spende per l'acquisto di prodotti alimentari alla settimana?

- Meno di 15 euro
- Tra 15 e 30 euro
- Tra 30 e 60 euro
- Tra 60 e 100 euro
- Più di 100 euro

14. In media, quanto spende per l'acquisto di frutta e verdura alla settimana?

- Meno di 15 euro
- Tra 15 e 30 euro
- Tra 30 e 60 euro
- Tra 60 e 100 euro
- Più di 100 euro

15. In media, quanto spende per gli acquisti al GAS alla settimana?

- Meno di 15 euro
- Tra 15 e 30 euro
- Tra 30 e 60 euro
- Tra 60 e 100 euro
- Più di 100 euro

16. In percentuale, quanto spende per gli acquisti al GAS alla settimana rispetto al totale degli acquisti alimentari?

\_\_\_\_\_ % alimentari (circa)

17. In percentuale, quanto spende per gli acquisti al GAS alla settimana rispetto al totale degli acquisti di frutta e verdura?

\_\_\_\_\_ % frutta e verdura (circa)

18. Generalmente, quante volte al mese fa la spesa al GAS?

- Meno di una volta al mese
- Da 1 a 2 volte al mese
- Da 2 a 3 volte al mese
- Da 3 a 4 volte al mese
- Da 4 a 5 volte al mese
- Più di 5 volte al mese

19. Nell'ambito del GAS, oltre ad acquistare prodotti, è coinvolto in altre attività?

- No
- Sì

20. Se sì, in quali attività:

- attività di carico e scarico dei prodotti
- attività di trasporto dei prodotti
- attività di consegna dei prodotti
- attività organizzative (assemblee)
- gestione degli ordini online
- altre attività formative del GAS (ad esempio, corsi formativi)

21. La preghiamo di indicare se attua i seguenti comportamenti.

	No	Sì, saltuariamente	Sì, spesso	Sì, Sempre
Ho sostituito la maggior parte delle lampadine con lampadine a basso consumo energetico				
Faccio la raccolta differenziata				
Acquisto saponi biodegradabili				
Ho installato in pannelli solari				
Sono iscritto ad una o più associazioni ambientaliste (ad es. Legambiente)				
Partecipo alle giornate dedicate alla salvaguardia dell'ambiente (ad es. per la pulizia dei parchi)				
Acquisto l'energia elettrica con una tariffa che prevede una quota da energia rinnovabile				
Evito i prodotti che hanno confezioni eccessive e difficili da smaltire				
Utilizzo l'acqua in modo parsimonioso e cerco di non sprecarla				
D'estate regolo l'aria condizionata a una temperatura non troppo fredda				
Parlo regolarmente con altre persone delle problematiche ambientali				
I miei vestiti sono fatti con materiali ecologici e riciclabili				
D'inverno regolo il riscaldamento a una temperatura non troppo calda				
A casa cerco di consumare meno energia elettrica possibile				
Quando viaggio, ove possibile, opto per mezzi di trasporto a minore impatto ambientale (ad esempio, il treno invece che l'aereo o l'automobile)				
Svolgo attività politica attiva per promuovere la salvaguardia dell'ambiente				
Boicotto le imprese che non rispettano l'ambiente e adottano condotte eticamente discutibili				
Quando possibile, evito di prendere la macchina				

### *Socio-Demografiche*

La preghiamo di rispondere a queste ultime domande.

22. In quale Regione d'Italia vive?

- Abruzzo
- Basilicata
- Calabria
- Campania
- Emilia-Romagna
- Friuli-Venezia Giulia
- Lazio
- Liguria
- Lombardia
- Marche
- Molise
- Piemonte

- Puglia
- Sardegna
- Sicilia
- Toscana
- Trentino-Alto Adige
- Umbria
- Valle d'Aosta
- Veneto

23. In che tipologia di centro abitativo abita?

- Campagna
- Città
- Zone limitrofe alla città

24. Genere

- Maschio
- Femmina

25. Età

- 18-25
- 26-35
- 36-45
- 46-65
- >65

26. Istruzione

- Scuola elementare
- Diploma di scuola media inferiore
- Diploma di scuola media superiore (es. liceo, istituto tecnico, ragioneria)
- Laurea
- Dottorato, master o altri corsi di specializzazione post laurea

27. Professione

- Operaio
- Impiegato
- Quadro
- Dirigente
- Insegnante
- Medico

- Libero Professionista
- Studente
- Stagista
- Altro
- Casalinga
- In cerca di Occupazione
- Imprenditore
- Commerciante
- Artigiano
- Pensionato

28. Reddito annuo:

- meno di 12.000 euro
- tra 12.000 e 24.000 euro
- tra 24.000 e 36.000 euro
- tra 36.000 e 48.000 euro
- più di 48.000 euro

29. Da quante persone è composto il suo nucleo familiare?

- 1 persona
- 2 persone
- 3 persone
- più di 4 persone

## APPENDICE 2

### LE INTERVISTE SEMI-STRUTTURATE

#### INTERVISTE DEL CONVEGNO NAZIONALE DEI GAS “IO SBARCO”

##### Marta Emilia Romagna GAS GasBotto

*Tempo di permanenza nel Gas: da quanto tempo ne fa parte? Come ne è venuto a conoscenza?*

S1: Faccio parte del Gas da quando è nato, che era luglio di 2 anni fa; ne sono venuta a conoscenza perché mi sono trasferita a Marzabotto e faccio parte di “Campi Aperti” che è un’associazione nel bolognese che organizza mercati di vendita diretta, e mi interessava poter fare altri acquisti di prodotti a lunga conservazione, sapevo che esisteva questo gruppo che voleva far nascere un Gas, allora, nella giornata in cui hanno iniziato a fare tesseramenti per lanciarlo sono andata al banchetto e mi sono iscritta

*Il tuo Gas tratta solo prodotti food o anche no food?*

Guarda io mi rifornisco soprattutto per prodotti alimentari, però tramite l’ordine Intergas di cui facciamo parte c’è la possibilità di acquistare prodotti come assorbenti, prodotti per l’igiene.. queste cose qua..

*Le motivazioni che ti hanno spinto a partecipare a questo gruppo: etici, risparmio, socializzazione, ce ne sono altre?*

Sono le motivazioni di tutta la mia attività politica che sono legate ad una critica al sistema capitalistico in cui siamo ormai inseriti ed il tentativo di costruire ed organizzare dei circuiti di produzione e distribuzione alternativa in cui ci sia una reale partecipazione e conoscenza degli attori che ne fanno parte. Il risparmio non è il mio motivo è solo una questione etica, infatti così so che do i soldi a qualcuno che lavora in un determinato modo per salvaguardare sia l’ambiente che il rispetto dei lavoratori, e per non andare al supermercato. È questo

l'obiettivo, perché se poi vai al supermercato do i soldi a delle multinazionali che insomma....

*Sei riuscita a coinvolgere altri soggetti?*

Si sì, non posso quantificarli, ma tutte le persone che conosco tramite passaparola cerco di coinvolgerli sicuramente.

*Qual è la struttura del suo Gas? Quanti siete e come vi suddividete i compiti?*

La struttura del Gas, ci sono delle persone un po' più attive mentre altre vengono solo per acquistare.. saremo su per giù un centinaio di soci. I compiti sono suddivisi così: i più attivi cercano di coinvolgere altre persone anche se loro si sobbarcano di molti più compiti rispetto agli altri.

*Questi 100 soci acquistano regolarmente?*

Si sì. Perché poi questo Gas funziona così, una volta a settimana c'è l'ordine che inviano tramite e-mail, il martedì sera c'è la distribuzione, tutti i produttori si recano nel posto dove c'è la distribuzione che è vicino alla stazione di Marzabotto. Spesso portano anche prodotti in più di quelli ordinati, quindi funziona anche un po' a livello sotterraneo come un mercatino.

*Come prendete le decisioni: assemblee o un unico soggetto che decide?*

Questo è il punto critico dal mio punto di vista perché non c'è un assemblea che funziona realmente sia con i produttori che con gli organizzatori del Gas, ma è sempre questo gruppo che si sobbarca di tutti i compiti che tende a prendere le decisioni, quindi anche i produttori chiedono a loro per gli eventuali nuovi prodotti che vogliono portare, o altre cose, quindi il metodo decisionale è un po' traballante. Questa è una critica. Le decisioni sono nelle mani di pochi perché non ci sono abbastanza momenti assembleari per prendere queste decisioni tutti insieme.

*Quali sono gli argomenti che trattate durante le assemblee?*



Gli argomenti sono vasti perché comunque il gas organizza incontri che vanno dall'accesso alla Terra, alla questione dei semi, invitando altre realtà che si sono auto-organizzate che sono virtuoso da qualche punto di vista. E quindi al di là del punto di vista commerciale è molto attivo alle iniziative.

*Svolgete ulteriori attività oltre al Gas? Se si quali sono e vi partecipa?*

Si quello che ti dicevo molte attività di rete con le realtà del bolognese tipo incontri sull'accesso alla Terra, la questione dei semi anche con la consulenza di agronomi su proprio un'analisi rispetto alla decrescita, rispetto alla transazione invitando anche persone come Bonaiuti che era qua che abita nella Valle del Reno dove c'è Marzabotto; a queste iniziative partecipano molte persone, non solo gasisti.

Poi vabbè effettivamente io li ho conosciuti anche perché facendo parte di "Campi Aperti" che ha lanciato la Campagna Nazionale Genuino Clandestino, ci avevano contattato per proiettare un documentario; noi siamo andati ad una di queste iniziative a parlare di Genuino Clandestino.

*Tu invece attualmente fai parte di altre associazioni?*

Si di Campi Aperti, sono la coordinatrice che è un'associazione di produttori e co-produttori che organizza dei mercati di vendita diretta a Bologna da una decina di anni. Ad ora abbiamo 4 mercati settimanali.

*Cosa pensa del fenomeno dei Gas? Si potrà affermare come un fenomeno di massa? Come mai sono così importanti in Italia?*

Secondo me i Gas hanno un grande potenziale, l'importante è che riescano a mantenere un livello di auto-organizzazione che comprenda come metodo decisionale il metodo del consenso assembleare in cui vengano coinvolti anche i produttori. Facendo parte di Campi Aperti che è un'associazione in cui a livello assembleare vengono prese decisioni sia dai consumatori che dai produttori, una cosa che noto in molti Gas è che molto spesso i produttori sono poco coinvolti nelle decisioni che è fondamentale. Se cambia l'organizzazione il fenomeno dei

Gas si affermerà maggiormente. Poi ogni Gas decide quanto allargarsi o meno, se rimanere piccoli e favorire la nascita di altri Gas in modo che sia più semplice la gestione. Però per me è la strada giusta da perseguire.

### Andrea Veneto GAS BioRek

*Mi racconti la storia del Gas e quali sono state le motivazioni principali che l'hanno spinta alla creazione di questo.*

Il Gas ormai ha 10 anni, le motivazioni principali sono state di voler approfondire cosa c'è dietro i prodotti che portiamo sulle nostre tavole, e voler appoggiare e sostenere chi ancora fa agricoltura e commercio con una certa etica e una certa filosofia, che non sia quella consumistico classica che sta devastando società e territorio.

*Quanti partecipanti avete? Come avete fatto a contattarli? Esiste una sorta di selezione?*

Allora esiste un gruppo di una ventina di soci più attivi che si impegna nelle diverse iniziative del Gruppo di acquisto, gestisce una mailing list che informa settimanalmente. La mailing list conta 1600 contatti, tutti di persone che han chiesto di essere inserite, e l'associazione ha circa 250-300 soci che partecipano chi più chi meno agli acquisti collettivi o alle altre iniziative che il Gruppo organizza. In città siamo abbastanza conosciuti siamo finiti diverse volte sulla stampa locale, è un gruppo, il nostro, particolarmente attivo. Comunque dei 1600 della mailing list chi partecipa all'acquisto saranno più o meno 200-250. Il gruppo è aperta a chi vuole avvicinarsi e conoscere di più gli interessi del gruppo. Noi siamo comunque uno spazio aperto a chi ha interesse e vuole sviluppare questi purchè siano in linea ai principi e alle filosofie del Gas.

*Quali sono le basi di scelta per i vostri fornitori?*

Le certificazioni biologiche abbiám scelto che siano la base di partenza di qualsiasi ragionamento e noi trattiamo sia beni food che no food. Stiamo un passetto per volta cercando di conoscere direttamente tutti i produttori da cui ci

riforniamo, con alcuni di loro in particolare stiamo sviluppando dei progetti sul prezzo, la ricerca del prezzo giusto; sono dei progetti in cui i produttori e consumatori si siedono intorno ad un tavolo e definiscono assieme dei criteri e dei valori per definire un prezzo che sia riconosciuto dignitoso da entrambe le parti e quindi dia dignità al lavoro del produttore ma allo stesso tempo non sia così esoso.

*Ma quindi il prezzo è stata una variabile importante per la creazione del Gas?*

No, no noi riteniamo che dietro il prezzo basso spessissimo, c'è una realtà che non vorremmo vedere, l'esempio eclatante è quello di Rosarno ma ce ne sono molti altri in Italia, dietro il prezzo basso si nascondono ingiustizie e quindi cerchiamo di evitare di essere complici di questi sistemi.

*Come funziona il Gas? Sia a livello organizzativo che assembleare. Chi le organizza e chi decide quali sono i temi da affrontare?*

C'è un gruppo che ha più voce in capitolo rispetto agli altri, perché è un gruppo che si impegna di più. Noi organizziamo un servizio di frutta e verdura per i soci settimanale che gestiamo in collaborazione con una cooperativa di Padova e poi organizziamo mensilmente l'acquisto di prodotti trasformati, quindi c'è un calendario che mandiamo fuori a settembre e vale per tutto l'anno. Il gruppo più operativo si divide i produttori da contattare, si accorda per le consegne con ognuno di loro, siamo ancora dopo 10 anni senza una sede, ed attualmente da un paio di anni facciamo base presso una bottega del biologico a Padova che ci presta degli spazi. Nel giorno in cui avviene la distribuzione anche loro hanno interesse ad ospitarci perché 70-100 persone passano in bottega e di sicuro integrano la loro spesa. Abbiamo messo in piedi quindi questo sistema in cui tutti hanno un loro interesse. Comunque le decisioni comunque partono da questo piccolo sottogruppo più operativo all'interno del Gas.

*Durante le assemblee affrontate ulteriori temi oppure discutate solamente degli ordini da effettuare?*

No, no, beh noi facciamo MOLTE altre cose: promuoviamo corsi di cucina, laboratori di autoproduzione, spacciamo pasta madre, organizziamo gite in campagna per conoscere i produttori, siamo molti concentrati sul progetto che abbiamo chiamato “Appreziamolo” verso il prezzo giusto, lo abbiamo portato in tournée a Mestre, a Como, a Bressanone, a Schio, siamo stati contattati da molti altri Gas perché volevano saperne di più di questo progetto. Un altro progetto che stiamo facendo è sull’editoria, cercando di mettere in contatto direttamente l’editore con il lettore senza dover passare dal canale di distribuzione, insomma iniziative ce ne sono diverse.

*Invece a livello individuale oltre al Gas sei associato ad altri gruppi? (es WWF Emergency)*

Io personalmente faccio parte di una cooperativa che è nata da un paio di anni che è un braccio dell’associazione che ha messo in piedi un’attività di ristorazione, un’osteria che serve solo cibo e bevande di agricoltura biologica, a Padova nel giro di 2 anni si è ritagliata uno spazio molto importante, poiché sta andando molto bene malgrado sia un periodo dove piangono tutti, noi siamo gli ultimi arrivati ma stiamo avendo veramente molta soddisfazione da ogni punto di vista. Dopo di che ognuno delle persone del gruppo più attivo è in contatto con altre realtà che hai anche nominato tu, naturalmente collegate a tematiche etiche, noi siamo persone socialmente attive.

*Da quando fai parte del gruppo di acquisto le tue abitudini di acquisto sono cambiate?*

Si sì, nella grande distribuzione non ci entro proprio più. Io sono molto radicale, noi abbiamo chiuso con la Gdo. Mi rendo conto che è una scelta tosta che non tutti riescono a fare, per fortuna siamo una coppia che condivide questa cosa.

*Cosa ne pensi di questo fenomeno? Si potrà allargare fino a diventare un fenomeno di massa? Se sì quali sono le motivazioni di questo ampliamento?*

Qui il tema è molto vasto da riassumere in poche parole, io credo che in questo momento specifico i Gas stanno vivendo una sorta di crisi di crescita, nel senso che ne sono nati a migliaia in Italia e questo sicuramente è un fenomeno molto interessante, dall'altro lato però i progetti più impegnativi e più importanti come la filiera del tessile o i detersivi ecosostenibili o anche il progetto co-energia in cui siamo coinvolti stanno segnalando problemi di sostenibilità, cioè sta facendo fatica a raggiungere un numero sufficiente di adesioni; serve massa critica su queste cose qua. Secondo me manca una "coscientizzazione" all'interno dei Gas che stiamo militando in qualcosa, la causa andrebbe sposata al 100% ma mi rendo conto che è impossibile essere informati di tutto e su tutto. In alcuni ambiti dovrebbe funzionare anche un minimo di delega, e quindi se io so che c'è un gruppo all'interno del Gas che si sta concentrando sul progetto del tessile o sul progetto dell'energia, devo delegare e fidarmi e sostenere questo percorso, poiché sono percorsi molto impegnativi e faticosi, c'è gente che ci dedica tempo e fatiche, ed è un peccato vedere che soprattutto in questi ultimi mesi stanno arrivando dei segnali di allarme. Bisogna prenderne atto, io non so qual è la soluzione, poi ogni Gas sta sviluppando le sue reti con i suoi produttori soprattutto nel food e questo è fondamentale, però se vogliamo incidere di più sulla nostra società e sulle abitudini delle persone, se vogliamo essere un modello di riferimento per più persone bisogna dare segnali e risposte sui temi come il tessile, l'energia, le assicurazioni e altre cose così. Invece stanno facendo un po' fatica.

#### Marco Veneto GAS Verrata

*Tempo di permanenza nel Gas: da quanto tempo ne fa parte? Come ne è venuto a conoscenza?*

Ne ho fatto parte per due anni e ne sono venuto a conoscenza tramite un gruppo di acquisto della mia città ed era da un po' di tempo che sentivo parlare della maniera etica di acquistare i prodotti, direttamente dal produttore e di acquistare soprattutto prodotti di qualità in modo etico. Quindi una maniera per fare altra economia e se vogliamo fare politica attiva, e quindi, ho sentito che facevano una

riunione per la formazione di un nuovo gruppo di acquisto, io ho partecipato, abbiamo discusso, abbiamo deciso dei criteri etici di partenza che erano le basi fondamentali per la costituzione del gruppo. Da lì abbiamo iniziato a fare i primi acquisti, contattare i produttori in base ai nostri criteri di scelta etica.

*Quali sono i motivi per cui partecipa a questo gruppo?*

Mah guarda, ripeto sono quelle di eticità, di prodotto di qualità, quindi garanzia del prodotto e aiutare le piccole realtà. Quindi un'alternativa alla grande distribuzione dove c'è poca rintracciabilità del prodotto, mentre in questa forma di conoscenza diretta del produttore, di vedere anche la modalità di produzione, vedere i terreni, visitare l'azienda, questo dà garanzia. Creare un legame di fiducia che crea una sorta di fidelizzazione che è importante sulla garanzia del prodotto che è molto importante per me. Oltre a questo si riesce a spuntare dei prezzi interessanti, anche se il primo obiettivo non è il risparmio, anche perché se uno vuole risparmiare deve andare al discount, però rapporto qualità prezzo c'è. Anche il motivo della socializzazione è importante poiché nascono nuove relazioni, amicizia, ovviamente quando si conoscono delle persone con le stesse finalità ed ideali nascono delle buone socializzazioni, anche questo è un punto importante; direi che anche con il produttore sono nate delle relazioni veritiere, che non assume la veste di puro commerciante ma bensì ha la sua veste umana dove vedi le sue difficoltà e problematiche produttive, e questo è un motivo in più per aiutare queste realtà. Si smaschera il produttore, poiché di solito la veste commerciale porta a dire va tutto bene, i miei prodotti sono buoni.. alcuni produttori dicono le difficoltà, così che abbiamo un mondo più concreto e realistico.

*Qual è la struttura del suo GAS? Quanti siete? Com'è la suddivisione dei compiti?*

Inizialmente i compiti erano molto distribuiti, c'era chi si occupava dei verbali delle riunioni, chi di contattare i produttori.. poi alla fin fine si è visto che era meglio delegare i compiti a determinate persone, anche perché poi il gruppo è

aumentato notevolmente arrivando a 25 persone, così si è costituito un presidente che si occupava delle e-mail, coordinava.. poi c'era una persona che si occupava di un determinato prodotto che contattava il produttore, si occupava della scheda ordini, raccoglieva l'ordini, la distribuzione, poi c'era chi si occupava della segreteria. Diciamo che c'era un gruppo che si occupava dell'amministrazione, un presidente e un segreteria, poi ogni partecipante si occupava di un determinato prodotto.

*Le assemblee ogni quanto venivano effettuate? Quali erano gli argomenti trattati?*

Le assemblee erano una volta alla settimana, poi periodicamente facevamo delle assemblee a livello di rete, per quanto riguarda la rete vicentina che avevano una cadenza trimestrale. Poi annualmente c'è la festa della rete gas vicentina dove si svolgono assemblee, discussioni, tavoli di lavoro.

I temi affrontati durante le assemblee erano sui criteri di acquisto dei prodotti, sui nuovi fornitori, si parlava sulla gestione della distribuzione che era un punto complicato, poi a livello di organizzazione del gruppo si cercava di capire come delegare i compiti.

*Svolgete ulteriori attività oltre al GAS? Se sì quali sono?*

In concomitanza con la festa della sostenibilità noi eravamo presenti con il nostro banchetto a livello di Gas spiegando la nostra realtà ed esponendo i prodotti dei nostri fornitori a km0. Col terremoto dell'Emilia abbiamo cercato di raccogliere fondi, e materiale concreto come roulotte, ci siamo dati molto d'affare. Oppure cooperative ed associazioni di zona che operano sul sociale per ragazzi con disagio psichico o che svolgevano volontariato, venivano sostenute ed aiutate dal nostro Gas

*Quali attività svolge nel suo tempo libero? Sono sempre inerenti all'eco-sostenibilità? (ad esempio acquista prodotti biologici nel supermercato? È iscritto ad associazioni ambientaliste?)*

Personalmente pratico del volontariato per ragazzi minorenni con disagi familiari.

*Sono modificate le tue abitudini di acquisto da quando fai parte del Gas?*

I miei standard sono sempre uguali acquisto prevalentemente a km0, ovviamente non tutto. Ora mi sto occupando anche di autoproduzione quindi cerco di coltivare il più possibile per me.

*I motivi che ti hanno allontanato dal Gas*

Per prima cosa ho cambiato residenza e sono tornato a 35km di distanza dal gruppo, e poi per difficoltà di lavoro perché lavoro il fine settimana quindi diventava problematico partecipare agli eventi. Sto pensando di entrare in un altro Gas la mia preoccupazione è quella di entrare ma non farcela ad essere attivo. Poi diventa problematico per me andare a ritirare la merce che viene attuata nella sede della cooperativa, e per me distava troppo dalla mia abitazione e non era pratico soprattutto per il “fresco”.

*Cosa ne pensa di Questo fenomeno che si sta allargando, pensa che con una maggiore diffusione conoscitiva si possa affermare come fenomeno di massa?*

Penso che si espanderà, anche se ho visto dei dati che questo fenomeno si sta espandendo non solo in Italia ma anche all'estero. Sempre più persone si associano ai gruppi di acquisto iniziando a capire i valori e la filiera corta che offre un prodotto di qualità, anche per un discorso di rispetto della Terra, di salvaguardia dell'ambiente. Per i gruppi tali temi sono fondamentali. Per me si espanderà sempre di più e lo spero perché le persone devono prendere coscienza dell'importanza, in più ripeto per me è un modo attivo per agire sul territorio e fare politica; non solo di dare il voto ma attuare una partecipazione attiva.

Francesco e Diego Lombardia GAS Comunità della Sporta

*Tempo di permanenza nel Gas: da quanto ne fa parte e come ne è venuto a conoscenza?*



D:4/5 anni

F: 4/5 anni

D: mi ha iscritto lui

F: Un bel giro di amici, tramite passaparola, poiché Lecco non è una città molto grande, quindi se succede qualcosa di nuovo ne vieni subito a conoscenza.

*Quali sono stati i motivi che vi hanno spinto a partecipare?*

F: E' stata più la ricerca di un'economia diversa, di un'economia di un certo tipo, produttori svincolati da una logica di mercato. Soprattutto il motivo etico e poi anche della socializzazione. Ma soprattutto cercare di espandere la cellula gas e farla diventare un organismo a livello nazionale, cercando di creare una rete diffusa e che abbia un certo peso a livello economico. Il motivo del prezzo se incide, incide a livello negativo, perché i prodotti del Gas sono un po' più cari rispetto a quelli della grande distribuzione ovviamente, quindi è difficile far passare il messaggio che dietro non ci sta solo una questione di prezzo ma dovrebbe esserci un sistema diverso di produrre, coltivare, trasformare.

D: io sono stato spinto da lui, poi devo dire una componente che non viene troppo citata è quella della socializzazione. Al di là di tutte le motivazioni che vengono citate spesso come rispetto ambientale, rispetto dei diritti dei lavoratori.. proprio la socialità nel fare la spesa, che invece quando vai nel supermercato sei un individuo singolo, staccato da tutti gli altri. La convenienza c'è una, soprattutto a livello economico perché facendo ordini collettivi si riesce a ottenere prezzi inferiori e poi comunque c'è un ritorno in termini di relazioni sociali, che dal mio punto di vista è appagante.

F: si creano poi relazioni più profonde rispetto al mero acquisto.

*Qual è la struttura del tuo Gas?*

F: è un'associazione riconosciuta, quindi c'è il CDA con presidente che ha cariche che si turnano, e poi diciamo che i vari prodotti hanno un referente che fanno ordini periodici. Poi il nostro Gas è abbastanza grosso quindi abbiamo un magazzino in cui si stoccano i prodotti, si fanno due spese mensili, due ritiri

diciamo. Abbiamo circa 120 soci, ma effettivi che fanno la spesa 70 fissi, e gli altri ogni tanto. Si svolgono assemblee sia dei soci che del CDA, dove si svolgono delle commissioni, tipo commissione listino, comunicazione, commissione che va a cercare i prodotti o che va ad organizzare i finanziamenti per associazioni, produttori.. che hanno bisogno di un aiuto.

*Svolgete ulteriori attività a livello di Gas?*

F: stiamo iniziando adesso a fare qualche corso per i soci, però ancora è solo a livello di progetto.

D: no qualcosa è stato già avviato come i corsi di alimentazione naturale e panificazione.

*Mentre voi singoli fate parte di altre associazioni oltre al Gas?*

D: io sono stato iscritto per diversi anni al WWF ma ora mi concentro soprattutto sul Gas.

F: io sono stato iscritto a GreenPeace e Lega Ambiente. Ma ora sono iscritto solo al Gas.

*Le vostre abitudini di acquisto sono cambiate da quando fate parte del gas?*

F: prima di far parte del Gas comunque ricercavo al supermercato prodotti biologici, approfondendo questo discorso per me al supermercato ora troviamo prodotti biologici perché sta rispondendo alla domanda, che spesso sono più cari di quelli che acquistiamo nel gruppo di acquisto. La logica è quella di ampliare un po' l'offerta creare una nicchia di prodotto per persone sensibili ai prodotti bio ma tutto inglobato nella logica di mercato.

D: io da quando sono entrato nel Gas è coinciso un po' il periodo in cui ho iniziato a consumare meno carne, sono passato a consumare meno raffiniti possibili.

*Cosa pensate di questo fenomeno? Potrà espandersi?*

F: di massa non so se lo diventerà mai anche se dovrebbe essere la prospettiva futura. Il discorso è abbastanza di lungo periodo, per me è un fenomeno sempre di nicchia, siamo delle oasi felici in mezzo a distribuzioni come discount, supermercati che sono l'antitesi. E poi anche i Gas non sono così antagonisti alla grande distribuzione, cioè molti sono iscritti al Gas ma lo fanno per trovare qualcosa che non c'è al supermercato. Io acquisto nella grande distribuzione tipo per prodotti che non trovo nel Gas vestiti, prodotti per l'igiene intima...

D: il nostro è un gruppo di acquisto grande dove c'è molta eterogeneità nel grado di consapevolezza, c'è chi è più consapevole e quindi più attento a tutti gli aspetti in cui dovrebbe concentrarsi l'attività di un Gas e quindi la sostenibilità ambientale, l'attenzione al lavoro, prodotti locali.. ci sono altri invece, che magari considerano più gli aspetti salutistici e quindi rispetto a tutto il resto sono un po' meno consapevoli.

F: dipende un po' com'è la diffusione, cioè il rischio è che il fenomeno del Gas venga inglobato dalla logica tradizionale e che quindi si perda la spinta rivoluzionaria del cambiamento. Perché se ti approcci per acquistare il prodotto che non trovi al supermercato, oppure lo fai per motivi di salute, e non fai il passaggio di creare un'economia diversa rischi di perdere la spinta del cambiamento. Quindi prima di diffondersi servirebbe una presa di coscienza maggiore dai vari soci dei gruppi.

D: io concordo.

#### Mauro Abruzzo GAS AnxaGas

*Da quanto tempo fa parte del Gas e come ne sei venuto a conoscenza?*

Sono 3 anni e ne siamo venuti a conoscenza io e mia moglie da un gruppo di amici.

*Quali sono le motivazioni che ti hanno spinto a partecipare al gruppo di acquisto?*

Inizialmente un'attenzione a mangiare sano, all'alimentazione.. poi una volta all'interno del Gas c'è stata anche un'attenzione solidale ai produttori, e tutto ciò che c'è intorno ai Gas. Poi anche le motivazioni relazionali, tutto quello che comporta anche un riavvicinamento alle persone. Mentre il prezzo inizialmente condiziona, poiché siamo condizionati dal prezzo nella nostra economia; però poi diventa relativo, diventa prioritario il solidale e le relazioni, diventa relativo naturalmente se non è un prezzo esagerato.

*Sei riuscito a coinvolgere anche altre persone?*

Si dopo che siamo entrati, dopo un primo approccio di conoscenza ci siamo attivati e abbiamo contribuito all'allargamento del Gas, all'inizio eravamo 30 famiglie oggi siamo all'incirca 100; tant'è che ci stiamo gemmando e io e mia moglie stiamo gestendo la gemmazione della nuova parte.

*Qual è la struttura del suo Gas?*

Siamo strutturati con un collettivo, direttivo... ed è allargato a tutti non è ristretto ad un numero votato, però poi come succede in tanti Gas si è sempre in 15 o 20 quando va bene che si riuniscono spesso. Facciamo una plenaria ogni mese a volte ogni due mesi per cercare di coinvolgere un po' tutti, ed è strutturato come la maggior parte dei Gas con un funzionamento per e mail per quanto riguarda gli ordini e gli scambi di informazioni. Siamo un gas che è partito inizialmente col food ora ci stiamo occupando anche del no-food cercando di sensibilizzare tutti i gasisti all'energia plurale, si cerca di agire a 360 gradi con banca etica..

*Quali sono i temi affrontati nelle assemblee?*

Inizialmente si parla della gestione degli ordini però ora si cerca di informare i gasisti; molti dei quali, gli ultimi arrivati soprattutto, stanno lì per un'attenzione particolare al food che non è solo quello ma si deve andare un po' oltre... c'è tanto altro da affrontare, problematiche su cui essere sensibili, quindi ora nelle assemblee cerchiamo di parlare di altri argomenti oltre il food ad esempio del problema energetico, ma anche della decrescita, come incidere politicamente,

poiché ognuno di noi può fare un'azione politica attraverso determinate scelte e determinate considerazioni.

*Il Gas è coinvolto anche in altre attività?*

Ci stiamo provando, abbiamo provato in Abruzzo a creare quelle che sono la Res e la Des però attualmente non abbiamo avuto grossi risultati, ma continuiamo a provarci perché sono delle svolte o delle iniziative da perseguire perché sono importanti. Inoltre facciamo parte soprattutto in Abruzzo ad associazioni ambientaliste perché sulla costa abbiamo il problema delle trivellazioni, sul mar Adriatico dell'ombrina... oltre a queste problematiche legate all'espropriazione dei territori. Quindi il gruppo direttivo cerca di sensibilizzare il gruppo a queste iniziative e farli partecipare anche ad altre associazioni dal CAI per dire quindi l'attenzione ai nostri escursionisti alla montagna, ad essere sensibili anche al sociale, e al momento stesso cerchiamo anche noi di farci contaminare per non essere circoscritti solo all'ambito Gas.

*Che cosa pensi di questo fenomeno? Potrà espandersi in Italia?*

Dopo che si è acquisito e metabolizzato il discorso dell'acquisto solidale, del biologico, del sano, il compito di ognuno di noi dovrebbe essere quello di allargare sempre di più, di far conoscere sempre di più questa realtà perché più siamo più possiamo incidere per un mondo migliore ed una politica migliore, proprio con la consapevolezza dell'acquisto critico, delle scelte solidali.

Caterina Toscana Gas Montignoso

*Tempo di permanenza nel Gas: da quanto tempo fa parte del Gas? Come ne è venuto a conoscenza?*

Io faccio parte del Gas da 5 anni, che era già stato fondato, l'ho perché noi siamo produttori che li riforniamo. Fornendo il Gas ci siamo incontrati con altri fornitori che portavano altri prodotti, ci hanno fatto gola soprattutto le verdure e abbiamo deciso di fare anche noi di entrare a far parte del gruppo di acquisto solidale. Ci siamo appassionati, perché noi servendo diversi gruppi di acquisto

abbiamo la possibilità di acquistare non solo con il nostro Gas ma anche con altri gruppi di acquisto del centro nord (che riforniamo); ad esempio prendiamo i lamponi dalla Verbania e li portiamo insieme al pesce al ritorno, al posto di portare il nostro camion del pesce vuoto portiamo i lamponi sia per noi che per il nostro Gas, prendiamo il formaggio a Parma... abbiamo scoperto questa realtà molto dinamica e sociale, perché si conoscono le persone, si scoprono diverse realtà.. a me è piaciuto particolarmente anzi acquisto il minimo indispensabile fuori dal Gas.

*Quali sono i motivi per cui partecipa a questo gruppo?*

Il motivo principale è stata la socializzazione, poi l'etica nell'acquisto e il rispetto dell'ambiente dietro la produzione, infatti noi essendo produttori tutti questi fattori dobbiamo rispettarli, ci sono regole scritte e non scritte a livello etico ad esempio non dobbiamo usare conservanti e prodotti chimici che fanno malissimo all'organismo, non dobbiamo far lavorare più di 8 ore i nostri lavoratori non è etico, facciamo la raccolta differenziata sia a bordo che fuori bordo. Specifico che siamo una cooperativa di pescatori e pescatrici cerchiamo di fare la raccolta differenziata, salvaguardare l'ambiente... già prima di entrar a far parte del Gas seguivo un comportamento etico poi conoscendo il Gas ho integrato ulteriormente la mia attività.

*Qual è la struttura del Gas? Le decisioni vengono prese tramite assemblee?*

Il nostro Gas è molto libero comunque ogni venerdì abbiamo l'incontro dove avviene anche la consegna, ma si discute anche delle problematiche, si incontrano nuovi produttori e il produttore dà informazioni su quello che produce, informando specificatamente sui conservanti... oppure ad esempio noi diamo informazioni sul come riconoscere il pesce fresco o meno per non farsi fregare. Organizziamo degli eventi all'interno del gas come degustazioni dei prodotti nuovi oppure degustazioni dei prodotti che già acquistiamo, facciamo delle feste con carattere solidale sempre con tutto il distretto dei Gas di Massa Carrara, questa Festa si chiama "Tutta un'altra città" dove vengono svolte

all'interno di questa manifestazione sia assemblee che convegni, vendita dei prodotti, c'è il baratto e diverse iniziative molto interessanti, si danno moltissime informazioni, ci sono i laboratori. "Tutta un'altra città" la facciamo periodicamente ogni 3-4 mesi su per giù una volta a stagione. Tornando alla struttura c'è una persona referente tipo Presidente a cui ci rivolgiamo, ma le opinioni vengono dette da tutti i gasisti e si prendono le decisioni collegialmente. Su per giù siamo sulle 20 famiglie non siamo tanto grandi ma siamo attivi, la regola principale è che se uno entra nel gas deve fare qualcosa di utile per esempio c'è una ragazza che si occupa della pulizia del frigorifero che accoglie i prodotti reperibili, un'altra si occupa della pulizia del fondo, noi avendo un furgone andiamo a prendere la verdura dal fornitore che non ha mezzo, ognuno ha un ruolo nel Gas non è regolamentato però ognuno si impegna di fare qualcosa di utile per tutto il Gas. Alcuni ci contattano tramite il sito di Economia Solidale, con altri Gas tramite la mailing list, all'interno del mio Gas siamo iscritti nel sito di Economia solidale e tra i partecipanti ci siamo scambiati il numero di telefono, se di un nuovo membro non abbiamo il numero si contatta il referente per averlo poiché ha una lista con tutti i contatti.

*Quali sono gli argomenti trattati durante le assemblee?*

Vengono fornite informazioni sulle pericolosità dell'OGM per esempio, o alcuni additivi, cerchiamo nuovi fornitori, proponiamo nuovi prodotti e nuove idee di manifestazioni per esempio, come cene, incontri. Ogni fine mese abbiamo il mercatino del baratto dove non utilizziamo soldi per acquistare ma ognuno porta da casa oggetti che non userà mai da riciclare, che si scambiano con altri oggetti, è una festa a livello provinciale.

*Quali attività svolge nel suo tempo libero? Sono sempre inerenti all'ecosostenibilità?*

Si sono socia di una cooperativa biologica che si chiama "Sotto lo stesso cielo" è una cooperativa che nasce dall'esigenza di tanti produttori di vendere i loro prodotti, diciamo che ci siamo divisi i ruoli, alcuni soci che hanno tanti prodotti

vanno al mercato e vendono sia i loro che quelli degli altri, alcuni cercano fiere ed eventi importanti per parteciparvi e promuovere i nostri prodotti mentre altri cercano negozi; ci siamo dati tutti le liste del gas che serviamo perché ogni produttore ha la lista del Gas, così scambiandoceli abbiamo potuto ampliare i nostri contatti per rifornire ulteriori gruppi, è stata una cosa utilissima. Inoltre faccio parte di un'altra organizzazione che si chiama "Criso Perla liberi dai parassiti", in questa organizzazione fanno parte Gas, consumatori, produttori, c'è CUA (Associazione Consumatori Utenti), poi fanno parte anche dei tecnici agronomi che danno consulenza su come fare il biologico, come fare un'azienda biologica. Questa associazione non è a scopo di lucro, abbiamo fatto diversi convegni a tema OGM e quanto può essere dannosi, facciamo manifestazioni contro la cementificazione, quindi le costruzioni intensive....

*Cosa ne pensi di questo fenomeno? Pensa che con una maggiore informazione conoscitiva possa affermarsi come un fenomeno di massa?*

Si assolutamente sì, è un fenomeno che è destinato ad espandersi, anche perché la mentalità della gente cambia e deve cambiare perché questa è la strada giusta per una vita sana, e anche per dare una svolta a tutta l'economia: anche perché la grande distribuzione e le grandi industrie hanno preso piede in modo sbagliato, infatti per dare più prodotti hanno peggiorato la qualità. Io credo che ora come ora ci sono un sacco di malattie ed allergie, la gente comincia ad essere più attenta perché scopre che l'alimentazione è fondamentale per la salute, noi siamo quello che mangiamo! Quindi un italiano di medio livello intellettuale scopre che è meglio usare un prodotto sano.

*Visto che sei produttrice e fai parte anche di un Gas, ecco vorrei sapere il prezzo è inferiore della Gdo e può influenzare a far parte del gruppo?*

No, non è una variabile fondamentale!



## Eugenio Puglia GAS Io Mangio Bio

*Mi racconti la storia del Gas e quali sono state le motivazioni principali che l'hanno spinto alla creazione di questo.*

Io sono un agromomo, un tecnico, lavoro per la promozione dell'agricoltura biologica da oltre 20 anni, ad un certo punto abbiamo deciso di approvvigionarci (noi del mio ufficio) di prodotti bio dei nostri associati. Abbiamo cominciato in ufficio a ordinare ogni settimana la merce ai produttori e farcela portare, da lì abbiamo cominciato questo gruppo. Poi nel 2008 abbiamo deciso di costituirci in associazione, un'associazione formata sia da produttori che consumatori una PS Eco Bio Equo che è associata ad Arci; con questa associazione gestiamo un locale dove svolgiamo attività culturali e anche l'attività legata al Gas. Ogni settimana raccogliamo gli ordini tramite una piattaforma che attualmente è disponibile sul sito [www.puglianatura.it](http://www.puglianatura.it). È una piattaforma aperta a tutti che consente di gestire gli ordini e settimanalmente qualcuno di noi si occupa di trasferire questi ordini ai produttori, il martedì i produttori ci consegnano la merce e il martedì sera e il mercoledì mattina la distribuiamo utilizzando anche i servizi di una cooperativa sociale, che si chiama "Nuovi Sentieri" che con i suoi mezzi provvede alla distribuzione anche a domicilio per i soci che non possono venire a ritirare la merce alla sede. La componente qualità del prodotto/prezzo è stata la componente fondamentale, i nostri soci sono accumulati da due esigenze: una di provvedere quasi al 100% della propria spesa settimanale tramite il Gas, puntando ad avere una gamma completa di prodotti, rinunciando alle forme tradizionali di acquisto e l'altra è relativa alla qualità e freschezza del prodotto, il prodotto che viene consegnato il martedì è stato raccolto il giorno prima, quindi qualità, freschezza e qualità sono le componenti principali e poi c'è l'aspetto etico che è quello legato alla conoscenza diretta del produttore che tentiamo di sostenere per cui alcuni prodotti coloniali li acquistiamo da commercio equosolidale come zucchero, cacao, cioccolata.. Per questi prodotti usiamo le botteghe, noi abbiamo un accordo con la Bottega di Bari "Un solo mondo" e loro ci danno i loro prodotti che provengono dalla centrale di acquisto di Altro

Mercato con uno sconto del 15% con cui riusciamo a coprire i nostri costi organizzativi.

*Qual è la struttura del suo Gas?*

Esiste un direttivo fondato da 4 persone, un produttore e 3 consumatori che sono le 4 persone più attive della nostra associazione. Poi c'è un gruppo di pilotaggio formato dai soci più motivati con i quali condividiamo le scelte relative agli acquisti dei prodotti, ai fornitori, prezzi.. e poi abbiamo i soci che vengono ogni settimana a ritirare la merce. Li contattiamo tramite una mailing list, mandiamo una newsletter ogni settimana. Nella mailing list abbiamo circa 700 persone, chi apre la nostra posta di questi 700 sono circa il 30% (210) , di questi circa 100 partecipano alle attività e la media di acquisti settimanali è di circa 60 ordini.

Durante le assemblee non trattiamo solamente gli argomenti relativi agli ordini, ma anche di tematiche soprattutto riguardanti il benessere della persona, quindi abbiamo organizzato un ciclo di seminari con l'Istituto di Medicina Naturale, abbiamo organizzato alcuni incontri formativi su degustazione di prodotto, sulla qualità organolettica dei prodotti, abbiamo organizzato delle scuole di impasto e produzione di pane, produzione di orecchiette.. delle donne di Bari vecchie sono venute ad insegnarci.

*Manifestazioni a cui partecipate?*

A Bari adesso c'è la fiera dei nuovi stili di vita a cui partecipiamo, poi partecipiamo ai vari mercatini con i produttori, facciamo tutto ciò un po' per diffondere il verbo, poiché noi acquistiamo solo prodotti biologici certificati, in più ci impegniamo ad avere un rapporto sempre più stretto tra produttori e consumatori.

*Quali attività svolge nel suo tempo libero? È iscritto ad altre associazioni e/o organizzazioni?*

Si, io sono attivo in un consorzio di produttori biologici, il consorzio è Puglia Natura che si propone di promuovere e valorizzare il prodotto biologico tipico pugliese.

*Pensa che questo fenomeno si possa diffondere in Italia? Se sì come e perché.*

Si può diffondere perché c'è sempre più interesse alla cura della persona, c'è voglia di conoscere, e poi per i produttori è una grossa occasione di contatto e di rapporto diretto incentivando la vendita diretta, e quindi anche migliori margini nella catena del valore che garantisce maggiore valore aggiunto per il produttore. Adesso stanno partendo queste esperienze di piccola distribuzione organizzata e si vedrà se riescono a raggiungere quei livelli di efficienza che la Grande distribuzione ha già ottenuto.

Alessandro Basilicata GAS l'altra metà del cielo

*Tempo di permanenza del Gas: da quanto ne fa parte?*

Circa un anno.

*Quali sono i motivi per cui partecipa a questo gruppo?*

Le motivazioni sicuramente non solo quelle di fare una spesa consapevole ed accedere a prodotti "naturali" più che biologici, ma anche la volontà di modificare il sistema attuale dominante, in quest'ottica stiamo cercando anche di costruire un Des e quindi qualcosa di più grande. Ma purtroppo all'interno del Gas la motivazione prevalente, purtroppo, è quella del prezzo concorrenziale con un prodotto biologico piuttosto che industriale, e molte volte anche la comodità di andare lì la sera con la spesa fatta. Questo è uno dei limiti, non solo nostro, su 20 famiglie ce ne sono 5 o 6 più consapevoli mentre le altre utilizzano questa modalità che è più conveniente da più punti di vista. Un altro problema è che tutti i partecipanti dovrebbero in qualche modo impegnarsi nella distribuzione, nel trovare produttori, nel telefonare nel tenere le mailing list.. e questa cosa non avviene di solito sono sempre pochi 4-5 famiglie che tirano il carro e gli altri ne

beneficiano, e questa è un'altra di quelle incoerenze che primo o poi bisognerà correggere.

*Qual è la struttura del suo Gas? Esistono assemblee o vi è una voce che prevale?*

Noi non ci riuniamo spesso perché purtroppo quando facciamo le riunioni siamo sempre i soliti 5 o 6, abbiamo un luogo dove ogni mercoledì sera i produttori portano i prodotti, e a turno siamo lì e prendiamo i soldi, prendiamo i prodotti, li distribuiamo... Quello è anche un momento di socializzazione, poiché con quelli che vengono poi parliamo, chiacchieriamo... abbiamo una mailing list, poi telefono, sms se ci sono delle modifiche sugli ordini e abbiamo urgenza allora telefoniamo.

*Quali sono gli argomenti trattati?*

I temi sono più che altro organizzativi, poi siamo pochi e le altre cose le dividiamo in altri ambiti. Quando ci riuniamo parliamo dei produttori, dell'organizzazione, di aver trovato un produttore in più o in meno, quando viene meno naturalmente è un problema soprattutto se riguarda generi di prima necessità. Gli altri temi più ampi e politici li discutiamo in un'altra sede che è quella del costituendo Distretto che dovrebbe riunire i Gas, le botteghe e quant'altro.

*Svolge ulteriori attività oltre al Gas?*

Si questa del distretto, e poi spesso e volentieri alcune persone del Gas confluiscono anche in altre realtà che possono essere quella dei beni comuni piuttosto che quella ambientale, chi si impegna nei Gas, spesso e purtroppo è la stessa tipologia di persona che si impegna anche in altri tavoli. Io sono nel coordinamento acqua pubblica, poi in Basilicata abbiamo anche delle reti ecologiste che stanno facendo delle battaglie sui beni comuni, in particolare contro gli inceneritori contro la politica energetica nazionale del concentramento di energia che sia gli idrocarburi o siano i parchi eolici o fotovoltaici. Quindi c'è una lotta contro il modello di sviluppo di questo Paese.

*Cosa pensa del fenomeno gas in Italia, si potrà diffondere e affermarsi come fenomeno di massa?*

Questo è un po' che abbiamo detto nella parte finale dell'assemblea, potrebbe diventare una realtà crescente, però per quanto mi riguarda la cosa non mi interessa se è soltanto una crescita che è parallela o alternativa a questo mercato o non consapevole, cioè se non sfocia in un altro modello di società al di fuori della logica del Pil del profitto e del capitalismo mi interessa poco, perché è soltanto una scelta di nicchia, intellettual chic che spesso nel nostro Gas i prodotti hanno un prezzo altissimo, e si può permettere di accedere al Gas oslo chi ha un reddito medio alto, quindi la cosa ha pochissima incidenza nei cambiamenti sociali ambientali... si parlerebbe di green economy, quindi la diffusione non mi interessa.

Martina Emilia Romagna GAS GasBo

*Prodotti trattati?*

Abbiamo sia prodotti food che no food, principalmente cibo e alimentari.

*Tempo di permanenza nel Gas: da quanto ne fa parte e come ne sei venuto a conoscenza?*

Sono nel Gas ufficialmente da Febbraio però ho conosciuto il Gas di Bologna a settembre, ma la realtà dei Gas la conoscevo già da tanto 4-5 anni. Del Gas di Bologna ne sono venuta a conoscenza dalla mia coinquilina, in realtà abbiamo fatto delle ricerche insieme per cercare un modo alternativo di fare la spesa principalmente un modo sostenibile, quindi siamo venute a conoscenza del Gas di Bologna.

*Quali sono i motivi per cui partecipa a questo gruppo?*

Il motivo è cercare di fare la spesa in modo eco-sostenibile, per finanziare i produttori locali a km0 e anche, dopo frequentando il Gas, cercare di eliminare me stessa, almeno in parte, dall'economia capitalistica. Il risparmio non è stato un motivo che mi ha spinto; bisogna vedere uno cosa intende per risparmio, il

risparmio prettamente economico non c'è, il costo è uguale ai prodotti biologici talvolta anche un pelino superiore. Mentre il motivo della socializzazione no, però ben venga, alla fine ho conosciuto tante persone.

### *Qual è la struttura del suo Gas?*

Il nostro Gas ha subito un mutamento grosso quest'anno, infatti ho iniziato a far parte di questo mentre cambiava, perché si è gemmato, cioè si è diviso, era una realtà molto grossa, sui 300 nuclei. Inizialmente, anche io, non volevo fare questa gemmazione perché in realtà è una cosa tipica dei Gas, che quando arrivano ad un certo numero si dividono, però noi eravamo una realtà un po' particolare, ma non c'è stato verso perché principalmente ci sono state una serie di conflitti interni relazionali e quindi ci siamo trovati di fronte a creare una realtà nuove, quindi persone nuove, problemi nuovi, problemi da risolvere (quelli che hanno causato la gemmazione). Per questi motivi ci sono state molte assemblee... Noi siamo strutturati con Presidente, Consiglio Direttivo, ma in realtà vorremmo abolire questo nucleo, e referenti dei produttori che sono quelli all'interno dei sottogruppi territoriali che si occupano di interloquire con i produttori; quindi facciamo di norma un'assemblee al mese, ma ora nell'ultimo periodo ne abbiamo fatte molte di più xkè c'era in atto una costituente che ha ristrutturato lo statuto, la struttura; ci interessava di più una struttura orizzontale perché si era sviluppata una struttura verticalizzata e non ci piaceva. In queste assemblee abbiamo discusso anche sui produttori, perché i problemi grossi erano “vogliamo che il Gas prenda i prodotti eco-solidali, che però fa parte anche della piccola distribuzione organizzata, che in realtà va contro i nostri principi, oppure no?” “vogliamo prendere prodotti del progetto SOS Rosarno, oppure no?”. Comunque le decisioni le prende l'assemblea dei soci e non, principalmente chi frequentava le assemblee erano i soci, quindi alla fine l'assemblea è pubblica e aperta a tutti, ma di fatto veniva chi è già all'interno. Ci sono varie tipologie di soci, soci attivi e passivi. Gli argomenti trattati sono stati anche inerenti all'etica soprattutto.

### *Il Gas partecipa e organizza ulteriori attività?*

Collaboriamo con progetti come “Campi Aperti” a Bologna, “Accesso alla Terra” e poi stiamo cercando di costituire un Des a Bologna, uno dei nostri soci fa parte del Gruppo Legge sui Gas.

*Quali attività svolge nel suo tempo libero? Sono sempre inerenti all'ecosostenibilità?*

Io sono registrata a Green Peace ma non come volontaria, ho fatto come volontaria il Campo di Lavoro a Libra. Però ecco diciamo mi sono avvicinata alla realtà dell'economia solidale attraverso il Gas.

*I tuoi acquisti sono cambiati da prima del tuo ingresso nel Gas?*

Allora direi di sì, però sono studentessa e vivo a Bologna con delle coinquiline che non sempre erano d'accordo a comprare tutta la gamma offerta dal Gas, non ho mai comprato il secco, abbiamo sempre acquistato generi alimentari, perché per arrivare ad un'esigenza di gruppo e da sola non potevo acquistare, quando le mie coinquiline non volevano io non compravo; è capitato molto spesso che andassi a fare la spesa alla Coop, al mercato... più che altro è cambiata la mia concezione dell'acquisto, mi rendo conto ho acquistato molta più consapevolezza e mi preme di imprimere un qualcosa, non penso che i Gas servano come alternativa, ma devono trasformarsi in qualcosa di eminente, paradossalmente il Gas nasce con l'obiettivo di finire il suo percorso, perché vuol dire che siamo arrivati ad un raggiungimento e quindi all'espansione dell'economia solidale, perlomeno ad una percentuale molto alta!

*Quindi pensi che questo fenomeno possa espandersi in Italia? Quali saranno i motori di spinta al cambiamento?*

Sì, questa è una bella domanda, in questi giorni a Monopoli se ne è parlato, io ho fatto parte del Gruppo di Lavoro della Comunicazione, e la comunicazione è un punto molto critico della nostra realtà, probabilmente ci sono una serie di spiegazioni, che sono un po' soggettive; per me la realtà dei Gas, è una realtà elitaria, cioè anche noi facciamo fatica a dialogare con l'altro Gas di Bologna e

questo è assurdo cioè un controsenso. Le persone che ne fanno parte sono estremisti e fondamentalisti dell'economia solidale, questo può tirare un po' indietro, un'altra motivazione è che essendo un gruppo, una realtà volontaria si fa tutto ciò volontariamente con le nostre forze e non siamo professionisti... e in Italia per me è una cosa culturale, cioè preferisco tenere apposto il mio orticello (la casa, far funzionare la famiglia...) anziché puntare sul futuro, che io sono consapevole che io non vedrò, credere in un ideale. In linea di principio credo che si possa espandere in Italia questo fenomeno, purtroppo io sono una persona un po' pessimista quindi non so fino a che punto arriverà questa realtà, c'è da dire però che mi preme impegnarmi nella comunicazione per espandere questa realtà.

#### Sabrina Lombardia GAS Filo di Paglia

Il mio ruolo è più che lavorare sul singolo territorio facilitare il processo nazionale.

*Ma fai parte anche di un Gas?*

Faccio parte anche di un Gas, ma in questo il mio ruolo è passivo, cioè mi limito a comprare, invece prima avevamo fatto parte di una cooperativa che si chiamava Scred che ha fatto la formazione degli animatori di rete. Perché per far nascere le reti bisogna entrare nell'ottica che le reti devono essere curate, e serve una funzione che si chiama facilitazione che in realtà è un mestiere nuovo. Quindi deve nascere e deve essere riconosciuto, quindi noi abbiamo fatto la formazione per diventare facilitatori della rete, in modo tale che all'interno dei territori si attivassero dei processi che portassero alla nascita di circuiti di economia solidale, distretti di economia solidale.

*Tempo di permanenza nel Gas: da quanto tempo ne fa parte? Come ne è venuta a conoscenza?*

Nel Gaspare (Gas a cui appartenevo prima) 10 anni, nel Filo di Paglia è il secondo anno. Ne sono venuta a conoscenza, dalle origini dentro la rete di



Lilliput vi sono stati molti che li hanno promossi, ne ho sentito parlare proprio quando sono nati.

*Quali sono i motivi per cui partecipa a questo gruppo?*

I motivi sono stati legati proprio a un discorso di coscienza politica, quindi di lettura del mondo e volontà di avviare circuiti differenti. In più la possibilità di sostenere produttori alternativi e quindi di dare forza a quest'altra economia. Il motivo della socializzazione per me avviene più che nel singolo Gas nella rete più ampia locale o nazionale.

*Qual è la struttura del suo Gas?*

Nel Gas c'è una assemblea mensile, ci sono responsabili dei singoli acquisti dei prodotti, ma poi tutto avviene per via informatica, per cui c'è il sito, la mailing list, gli acquisti si fanno direttamente via e-mail. Poi abbiamo un negozietto dove arrivano i prodotti, quindi è un Gas facilitato, infatti io ho lasciato il Gaspare proprio perché non aveva uno spazio di appoggio e non era troppo territoriale, mentre il Filo di Paglia è legato al quartiere, al negozio, questo facilita un po' lo sviluppo. Le decisioni per quanto riguarda i nuovi produttori vengono prese a livello assembleare, poi però il rapporto col singolo produttore viene portato avanti dal referente.

*Gli argomenti trattati durante l'assemblea sono solo relativi agli ordini?*

Trattiamo anche altre tematiche, parliamo dei produttori però poi vi sono avvolte argomenti più ampi come sugli aspetti energetici, sul senso del consumo.. queste cose qua.

*Il Gas si impegna anche in altre attività?*

Il nostro Gas no, ma il Gaspare si perché faceva un mercato che si chiama "Il tuo armadio" con abiti usati consentendo la circolazione di abiti che uno non usa più.

*Mentre te fai parte di altre associazioni od organizzazione sempre relative al tema dell'eco-sostenibilità?*

Sono impegnata nella gestione del Tavolo Res cioè la Rete dell'economia solidale, praticamente ci sono dei circuiti regionali, o locali con i Des o avvolte con delle reti di Gas, ma si sente il bisogno di strutturare maggiormente la rete proprio per riuscire a fare maturare maggiormente una coscienza anche su quello che è il valore politico dell'alternativa.

*Cosa ne pensa di questo fenomeno che si sta allargando, pensa che con una maggiore diffusione conoscitiva si possa affermare come un fenomeno di massa? Su quali leve occorre agire per attuare l'espansione? O rimarrà un fenomeno ristretto?*

Beh è molto conosciuto, è cresciuto tantissimo, e secondo me è una forma che funziona proprio perché tocca il quotidiano, tu la spesa la devi fare, l'idea di scegliere e più consapevolmente il produttore è qualcosa che appassiona facilmente, a livelli differenti di consapevolezza, c'è chi lo fa per una scelta politica, c'è chi lo fa perché vuole mangiare meglio. Io molto più la parte politica.

- Tabella riassuntiva degli intervistati

<b>Nome</b>	<b>Età</b>	<b>Sesso</b>	<b>Professione</b>
Marta	35-37	F	Agricoltore-Produttore
Andrea	35-40	M	Ristoratore
Marco	40-45	M	Agricoltore-Produttore
Francesco	22-24	M	Studente
Diego	22-24	M	Studente
Mauro	44-46	M	Operaio
Caterina	45-47	F	Produttrice
Eugenio	50-55	M	Agronomo
Alessandro	40-42	M	Impiegato
Martina	22	F	Studente
Sabrina	35-37	F	Facilitatore di rete

### APPENDICE 3

#### LE INTERVISTE IN PROFONDITA'

Cristiano Cei GAS Il Gabbiano e Gerardo Granito Presidente del coordinamento GAS Livorno e membro del GAS Livorno

*Secondo la sua esperienza, quali sono i modi attraverso cui si entra in un GAS?*

*La maggioranza dei suoi conoscenti nel mondo GAS come c'è entrata?*

G: Intanto parto da come ci sono entrato io, praticamente attraverso conoscenza diretta di amici, che facevano parte di un GAS e avevano un negozio bio vegetariano. Ecco, una forte motivazione per entrare a far parte di un GAS è stata la mia scelta di mangiare vegetariano, quindi la necessità di nutrirmi evitando carne dovevo mangiare cibo di qualità. Quindi, io ci sono arrivato tramite la conoscenza di persone che facevano già parte di un gruppo di acquisto, e generalmente avviene un po' questo, di solito presi dall'entusiasmo c'è la volontà di coinvolgere in questo tipo di scelte le persone a cui tieni. Spesso avviene così per passaparola.

*Dalle analisi precedenti si è riscontrato che un soggetto può entrare a far parte di un GAS attraverso due strade:*

*a. Spinta di una motivazione individuale (che porta ad informarsi e conoscere il fenomeno)*

*b. Tramite il coinvolgimento da parte di amici e parenti*

*Vede queste due modalità come separate e indipendenti? Ritiene che la modalità di accesso influisca sul modo di intendere il GAS e sulla partecipazione?*

G: Già in parte ho risposto prima, per me sono unite queste due modalità, però effettivamente c'è chi si avvicina semplicemente per uno scopo di alimentarsi in maniera sana, abbattere anche i costi, di avere un'alimentazione naturale cioè biologica, biodinamica, sinergica... che usano tutti sistemi di un'agricoltura naturale. Far parte di un GAS non è indirizzato solamente per una scelta alimentare ma anche l'attenzione verso la cosmesi, detersivi naturali... che non

portano ad allergie e dermatiti. Diciamo che il settore dell'alimentazione è quello più importante che fa da leva sul consumatore solidale, però poi da lì c'è un altro mondo che si apre verso altri prodotti, come appunto cosmetici, detersivi, vernici naturali...

*Ma la modalità di ingresso influisce sul percorso che il consumatore andrà poi ad intraprendere nel gruppo?*

G: La mia esperienza con questo gruppo di acquisto nasce 9 anni fa con l'esigenza di nutrirmi in modo sano, per me per molti anni è stato soprattutto questo, anche se dietro ci leggevo che rispettando l'ambiente portavo avanti un'economia sana, cioè quella di rifornirmi da produttori locali, dando il modo di sopravvivere al produttore che intraprende il biologico e quindi tutela il territorio e l'ambiente, però la mia esigenza era soprattutto quella di nutrirmi in modo sano. Poi però, nel tempo cambiano le cose, perché il GAS non è limitato solamente all'acquisto ma anche creare nuove relazioni, attraverso le riunioni si fanno delle scelte, attraverso le scelte si conoscono produttori... E' stato fondamentale conoscere Enrico Sant'Ambrogio è un attivista di un GAS della Versilia composto da circa 200 persone, Enrico porta avanti da anni il discorso sulla moneta locale lo scac, cioè non è una moneta sostitutiva di quella locale, ma è uno sconto integrativo che gli associati decidono di attuare reciprocamente su beni e servizi; l'aver incontrato Enrico e avendo ricevuto da lui maggiori informazioni mi ha messo in contatto con l'Intergas dell'alta Versilia, da quel momento in poi sono diventato più attivo anche sul territorio. Da quel momento in poi è nata la voglia di partecipare attivamente al Gruppo ed alle iniziative. Sono diventato più attivo ad esempio promuovendo il coordinamento dei gruppi di acquisto di Livorno, avviene a Giugno del 2009, in quell'occasione ho conosciuto tante persone tra cui Cristiano e abbiamo portato a Livorno Francuccio Gesualdi che fa parte del "Nuovo Modello di Sviluppo", è l'autore del consumo critico e di altre pubblicazioni a livello nazionale. Lo abbiamo portato qui a Livorno ed è stato un incontro importante dove abbiamo radunato altre realtà che ruotano intorno ai GAS. Col coordinamento si è rafforzata la rete dei GAS così

che siamo stati più collaborativi con i produttori, infatti è nata l'iniziativa di proporre una fiera come momento di incontro per conoscere meglio noi stessi e creare una cassa di risonanza per queste tematiche verso la cittadinanza, per coinvolgere altre persone. Infatti è un nostro desiderio dare il là per un'economia diversa, un'economia che tenga di conto della tutela ambientale, nutrirsi in maniera sana e creare relazioni sane. La fiera non è semplicemente un momento per fare un mercatino, questo non ci interessa, ma ci interessa far conoscere il prodotto, farlo provare e far vedere che la qualità è vincente e dietro la qualità si nasconde un mondo diverso. Inoltre creare con la fiera situazioni per spiegare, interagire, fare conferenza con chi partecipa alla fiera e con un taglio anche artistico. Artistico ma con l'attitudine a dare dei messaggi, cioè interventi artistici che non sono per il divertimento puro ma che comunque danno informazioni. Quindi diciamo che una persona entra tramite il passaparola, ma col tempo poi si informa maggiormente per avere una propria consapevolezza ed agire in modo attivo e non solo passivo.

*Quali sono secondo lei le caratteristiche essenziali dei prodotti che si comprano presso il GAS? Ce li può descrivere e spiegare se e quanto sono importanti?*

G: partiamo dalla qualità, un produttore di mele, è il prodotto che parla... nella mia follia io prendo 5kg di mele e le faccio assaggiare alle persone che mi stanno a cuore perché è il prodotto che parla, un conto è la teoria ok si c'è la tutela ambientale... ma ciò che fa la differenza è l'assaggio del prodotto, il gusto... mi piace riportare l'esempio del bimbo del mio caro amico che nel momento in cui gli faccio assaggiare il succo di mela lui mi risponde "sto bevendo la mela"; ecco è il prodotto che fa la differenza.

C: secondo me la caratteristica fondamentale è la genuinità, genuinità intesa come metodo di coltivazione, come stagionalità del prodotto, naturalmente per verificarla il prodotto va assaggiato, però già dall'aspetto in molti casi si può riconoscere. Per esempio in molti casi i prodotti della GDO sono molto grossi, pensiamo ai cocomeri, i prodotti dell'economia locale biologica sono più modesti, poi non sono lucidi e cerati, non hanno un aspetto asettico rispetto a

quelli industriali; possono avere anche dei difetti ed imperfezioni che dipendono dall'intemperie, clima, altri fattori.. ma dal consumatore non sono visti come difetti ma bensì come pregi. Hanno il pregio della biodiversità che è la caratteristica più importante di questi prodotti, cioè sono ciascuno diverso dall'altro, mentre nei prodotti industriali si tende all'omologazione, pensiamo alle classiche mele del supermercato sono proprio selezionate per taglia, per colore, per uniformità. Ci sono proprio dei criteri nell'economia industriale chiamato DUS che impone l'omologazione completa del prodotto a degli standard prefissati, infatti molti prodotti vengono scartati, pensiamo agli agrumi che sono trattati con delle cere arrestando il processo putrefattivo ma andando a scapito della qualità. Infatti queste cere penetrano nella buccia, che è una pelle che è un mezzo di filtraggio dall'esterno all'interno, mentre i prodotti del mercato alternativo sono talvolta più imperfetti ma per questo sono vivi, denotano vitalità ed unicità del singolo frutto. Questo si vede anche nel grano, il grano convenzionale è standard perché rispetta dei criteri di laboratorio, invece nei GAS si cerca di orientare il produttore di scegliere delle varietà autoctone che spesso hanno caratteristiche di difformità al loro interno, tant'è vero che si parla di popolazioni locali piuttosto che di varietà scientifica. Spesso all'interno delle varietà ci sono molte differenze dovute a contingenze momentanee. Il consumatore tali differenze le percepisce come positive perché denotano la sua vitalità e la non adesione a principi omologativi che poi sono asettici e contrari ai sensi della natura.

*(Mostro le nostre caratteristiche e chiedo all'intervistato di darmi un ordine di importanza) Ci sono altre caratteristiche rilevanti che le vengono in mente?*

C: Il prezzo va contestualizzato, i GAS presentano vantaggi rispetto al biologico e spesso non rispetto al tradizionale, i gasisti vi pongono molta attenzione perché il GAS lo ha come obiettivo se ci si pensa l'unione fa la forza sul prezzo, perché se io vado in un negozio a km 0 se lo acquisto lo pago un tot, mentre se ci andiamo in tanti salto l'intermediario e vado direttamente dal produttore lo acquisto ad un prezzo inferiore. Diciamo che però non è l'aspetto primario.. in

questa lista sono tutte valide e si integrano, il prezzo talvolta è conveniente rispetto anche alla grande distribuzione pensiamo al succo di mele un litro 2 euro, i prodotti stagionali come i pomodori sono convenienti; la qualità sicuramente è ricercata, la freschezza sì perché si tratta di un mercato locale; la salute sì, ovvio, la coltivazione è naturale; il gusto è il risultato di tutti questi, la stagionalità lo dicevamo anche prima, sostenibilità ambientale fa parte dell'etica, è intrinseco del consumatore gasista e quindi anche se non viene spesso citato è sottointeso. Infatti il gasista è in gran parte dei casi è un consumatore già dei prodotti biologici, a meno che non si entri a causa di un altro contesto, ad esempio a lavoro viene costituito un GAS, la singola persona non è di per sé interessata al biologico, però, vede i prodotti li prova e decide di ordinarli, allora ci rientra pur non essendo un consumatore bio; però la gran parte sono tutti sensibili all'ecologica. La sostenibilità ambientale fa proprio parte dell'etica del consumatore. L'imballaggio ridotto sicuramente, si tende a ritorno alle cose sfuse, ad esempio le farine prese in sacchetti di carte e non imbustate, c'è un ritorno alle tradizioni. Mi piaceva sottolineare un aspetto della farina e delle allergie e celiachia, il GAS essendo una relazione in cui il consumatore ha una funzione attiva nel gruppo, essendo un mercato particolare basato su criteri differenti rispetto alla classica domanda-offerta, il produttore fa il prezzo non in ragione del suo mero interesse ma bensì calcolando la sua spesa e mettendoci una eticità, c'è veramente un principio di eticità. A parte questo il consumatore ha un ruolo attivo per questo può sensibilizzare il produttore per orientarlo verso scelte più intelligenti, per esempio quelle che vanno verso la biodiversità, il biologico convenzionale coltiva con metodi biologici per i semi, le specie e le varietà sono quelle tradizionali, per cui il grano per esempio si utilizza il grano moderno. Mentre l'agricoltore del circuito alternativo locale che rifornisce i GAS è più sensibile alla biodiversità e per questo si orienta verso varietà le vecchie varietà di grano che non sono state modificate. Perché nel '900 nei tempi della rivoluzione verde, la gran parte delle specie commestibili e commerciali furono modificate con la mutazione e con la mutagenesi, cioè attraverso interventi di bombardamento nucleare, alterando il DNA ottenendo specie più resistenti e

produttive che corrispondevano agli interessi delle industrie alimentari, ma al tempo stesso hanno modificato il genoma dando danni alla salute come ad esempio la celiachia. La celiachia, la versione ufficiale è che è sempre esistita ma non è mai stata diagnosticata, in realtà se si va a vedere la gliadina contenuta nei grani duri da pasta e nei grani teneri da pane è alterata, quindi il nostro apparato digerente è costretto da qualche decennio di cibarsi di un glutine che i nostri antenati non hanno mai conosciuto. Questo ha portato alle intolleranze ed alle celiachia. I grani tradizionali hanno una minore dose di glutine e quindi più digeribili e si prestano ad un'agricoltura biologica, naturalmente il piccolo produttore rifornisce un GAS sensibile a questo tema può orientarsi verso la coltivazione di questo grano.

*Ma c'è stato un aumento di partecipazione ai GAS da parte di soggetti allergici o celiaci?*

Ci sono, ma non sono gruppi specifici costituiti per questa motivazione, in generale c'è un aumento di questi soggetti nel mercato biologico perché si sta ampliando e ci si sta orientando verso la biodiversità. C'è un aumento non solo nei GAS ma anche nei negozi biologici... in parte anche nella grande distribuzione, poiché vis i possono trovare i prodotti a base di kamut, la pasta di farro tra l'altro tutti prodotti biologici. Quindi tutto il mercato si sta orientando sul biologico o perlomeno sta avendo un occhio di riguardo, perché le intolleranze sono talmente diffuse che sta creando una domanda orientata in questo senso, ma è trasversale a questo settore poiché ovunque si può trovare questo tipo di prodotto.

*In riferimento al km 0 le capita di acquistare prodotti forniti da produttori locali di altre Regioni? Ad esempio le arance di Sicilia? Come si gestisce il compromesso tra solidarietà coi coltivatori siciliani e compatibilità ambientale? Ha altri esempi di questo tipo?*

G: prendiamo il nostro gruppo, prende le arance dalla Sicilia, dalla Calabria, ma abbiamo anche altri prodotti come un buonissimo Parmigiano reggiano biologico



che proviene dall'Emilia, diciamo che il faro è quello del km 0 e filiera corta, ma il cibo è anche cultura, gusto, è quello che ti permette intorno alla tavola di fare una bella chiacchierata con un bicchiere di vino, e se il prodotto stagionale non è presente in regione perché no? Questo principio ce lo ritroviamo anche con il commercio equo e solidale, come il cioccolato, caffè, zucche di canna.. laddove c'è un prodotto di eccellenza, dietro il commercio equo c'è un principio etico, le multinazionali schiacciano le popolazioni africane, sudafricane rendono schiavi i lavoratori, col commercio equo e solidale si interrompe questo meccanismo perverso e si finanziano le persone locali e quindi ci interessa acquistare da altre parti. Quindi si acquista sia da altre regioni che da altri parti del mondo.

C: diciamo che ormai siamo in una società che non può rinunciare a certi prodotti, facciamo un esempio il cotone viene prodotto nei paesi tropicali non in Italia, saremmo noi disposti a rinunciare completamente al cotone? No, perché ormai il nostro vestiario è al 99% composto da cotone, per questo accettiamo un trans-commercio, un commercio continentale, magari se fosse un cotone ecologico sarebbe meglio, es e non fosse in mano alle multinazionali ma gestito tramite un commercio equo sarebbe meglio. Generi voluttuari come il caffè la cioccolata saremmo disposti a rinunciarvi? No.. ormai il consumatore è abituato a questi prodotti, allora se sono di commercio equo e solidale li accettiamo di più, quindi accettiamo un maggiore trasporto perché è impossibile importare piantagioni di caffè nei nostri climi, però compensiamo con una scelta etica, ecco che nei negozietti di agricoltura naturale e talvolta nei GAS si prendono prodotti che vengono da lontano, come arance, fichi d'india.. e nei negozietti c'è anche il caffè, lo zucchero di canna... quindi chiudiamo un occhio ma compensiamo con una scelta etica. Io volevo dire un'altra cosa, il commercio equo e solidale rispetto ai GAS c'è un gemellaggio, cioè che il GAS è a livello local l'equo e solidale è a livello global, è una sorta di gemellaggio di comunità lontane, perché l'etica è la stessa perciò c'è una sorta di solidarietà e questo è molto bello. Comunque in generale i GAS non possono essere un sistema esclusivo, del tipo mi servo al GAS e basta perché sarebbe una scelta suicida, perché se il tale produttore ha avuto una mega grandinata cosa fai non mangi? Oppure se non

riesci a trovarli li cerchi altrove. Quindi il Gas è importante ma non è esclusivo quindi per alcuni prodotti si ricorre vuoi al negozio naturale o ai circuiti tradizionali (sempre ricercando il bio) se non puoi fare a meno di un prodotto, non si può essere fondamentalisti.

G: questo dipende anche dall'organizzazione del GAS, ieri hai visitato il nostro, noi ci incontriamo per l'ordine e il ritiro una volta a settimana e quindi necessariamente dobbiamo integrare col negozio bio o l'amico agricoltore, perché poi c'è anche questo aspetto attraverso il GAS si creano delle alleanze collaterali al discorso dei produttori certificati, però ci sono anche altre realtà come al GAS di Cascina. Al Gas di Cascina ci stanno 70 famiglie che sono organizzate in maniera diversa, hanno una trentina di produttori, hanno un locale, ognuno è responsabile a turno per le pulizie, li si riforniscono interamente con i produttori del GAS; il consumatore vuole cambiare questo sistema, questo mondo che sta andando allo sfacello, e quindi non si tratta di essere fondamentalisti però se si può acquistare solo col GAS, si deve fare, noi non abbiamo un locale per conto nostro, non possiamo permetterci un affitto, ma anche le varie tipologie di lavoratori del GAS non ci consentono di incontrarci più di una volta alla settimana quindi integriamo con i negozi bio, mentre quello di Cascina l'ordine e il ritiro avviene giornalmente.

*Secondo lei, quali sono le principali motivazioni per cui si entra in un GAS?*

*Le motivazioni principali che spingono un soggetto ad entrare all'interno del GAS sono:*

- c. Relazioni sociali, cioè la voglia di condividere il proprio tempo con altri soggetti con aspirazioni e valori simili*
- d. Caratteristiche dei prodotti, cioè la ricerca di prodotti con caratteristiche definite*
- b. Solidarietà nei confronti dei piccoli produttori, ovvero la decisione di proteggere alcune categorie di piccole imprese dalla concorrenza, dalla globalizzazione e dalle piattaforme della grande distribuzione. Insomma, decidere di intervenire sul contesto in cui si vive per modificarlo*

*Le sembra che queste tre siano diffuse tra le persone che conosce nel mondo GAS? Qual è, nella sua esperienza, la più frequente, quella che riconosce più spesso negli altri. Qual è, per lei personalmente, l'ordine d'importanza tra di esse?*

C: secondo me la motivazione primaria, visto che si tratta di un Gruppo di Acquisto e quindi l'acquisto, è le caratteristiche dei prodotti, si aderisce ad un GAS per fare degli ordini ed acquistare dei prodotti di qualità. Naturalmente da questa derivano tutte le altre che sono compresenti, cioè quella di sviluppare una serie di relazioni umane che nel mondo di oggi non ci sono più, dove il consumatore è un consumatore nel senso più brutto del termine ed è solamente un numero di statistica ed economica, mentre col GAS ci si ritrova, abbiamo una sede, abbiamo delle responsabilità e si ripartiscono, ci scambiamo dei numeri di telefono, fare le viste alle aziende, scegliere dei prodotti insieme, fare delle degustazioni.. già questo è un modo per fare fratellanza, unire persone diverse intorno ad un unico obiettivo. Poi ci sono pensionati o persone che hanno molto tempo libero ed allora si buttano a capofitto su questo, a loro piace gestire, essere il referente di questo o quel prodotto, chi ha meno tempo naturalmente questo non lo fa, ma partecipa comunque attivamente perché il principio di collaborazione esiste e si sente se no si trasformerebbe in un mero acquisto creando un mercato parallelo uguale a quello convenzionale. Nel primo gruppo in cui sono stato io non conoscevo nessuno a parte una persona Adriano, ho conosciuto altre persone quindi è un'occasione di conoscenza, abbiamo tutti talmente bisogna di fare fratellanza e di fare conoscenza che basta un piccolo interesse comune come ad esempio l'assaggio di un prodotto, per scambiare un numero di telefono e instaurare una relazione. Anche la solidarietà nei confronti dei piccoli produttori c'è, questo soprattutto nei soggetti più preparati che hanno un'etica ed una consapevolezza maggiore. Quello che ci entra per curiosità non si pone il problema, se lo pone mano a mano sviluppando una coscienza maggiore ed ambientalista.

G: io volevo sottolineare una cosa in relazione alla scelta dei produttori, (di cui parlavamo prima) li scegliamo in base al km0, alla filiera corta, intorno al

territorio, andando a fare le visite noi nel tempo sulla stessa tipologia di prodotti come le verdure abbiamo cambiato i produttori, per diverse ragioni, c'è il produttore che non riusciva più a sostenere quel tipo di produzione e quindi si è indirizzato verso altre scelte, oppure chi è uscito fuori da un discorso di correttezza e di fiducia. Il prodotto non è solamente di chi produce perché io consumatore lo sostengo con il mio acquisto, il produttore di mele è il MIO produttore, le mele sono le sue ma anche le mie. Poi tra l'altro nel parlare mi viene in mente che verso di lui lo abbiamo finanziato per indirizzarlo in un'altra linea di produzione il suo piccolo locale dove produceva aveva necessità di fare investimento, e noi lo abbiamo finanziato, anche questo supporto con il micro-credito consentono di aumentare la fiducia e la collaborazione. Se non si fosse aiutato si sarebbe dovuto rivolgere ad altri enti come le banche che li avrebbero proposto tassi allucinanti e che quindi, forse, avrebbe aumentato i prezzi dei prodotti per far fronte all'investimento attuato. Si crea un'alleanza, le mele lui le produce ma è anche mia.

*Ma il produttore lo scegliete solo sulle visite e gli assaggi o ci sono anche altri fattori?*

Intanto sul territorio di Livorno non ci sono molti produttori, ad esempio noi abbiamo una ventina di produttori, questi sono 7/8 sull'alimentazione, quelle dei formaggi stanno a Terriccola e l'altra a San Gimignano. La scelta come avviene? Ad esempio io ho aiutato un GAS a nascere orientandoli su quali produttori rivolgersi, come l'ho fatto io altri hanno aiutato il nostro, la prima ricerca va sui produttori del territorio, cercando di creare rapporti di fiducia. Proprio su questa fiducia alcuni fornitori sono stati allontanati, ad esempio un produttore di orto frutta in un momento di difficoltà, al posto di manifestarcela ha pensato di soddisfare comunque le nostre richieste andando però ad acquistare i prodotti bio da un'altra azienda che oltretutto non erano nemmeno locali ma provenivano dall'Egitto. E chi lo sa che bio è!! Questa cosa ha lasciato molte perplessità c'è stato un periodo di valutazione, alla fine abbiamo deciso di eliminare questo produttore dal nostro GAS perché la fiducia era stata incrinata, se ci avesse

palesato le sue difficoltà, tranquillamente, avremmo detto ok, le prendiamo da un altro produttore e l'anno prossimo le prenderemo di nuovo da te. Perché comunque si crea realmente una famiglia, un'alleanza tra GAS e produttori.

*Tornando alle motivazioni, quella politica è rilevante?*

C: diciamo che la politica in senso lato, è tutto politico, il GAS è un gruppo politico non nel senso di partito politico, ma bensì nel senso di polis, si crea una piccola agorà, crei uno spazio di discussione, di scelta.. è un luogo pubblico che ha un impatto sulla realtà politica vera e propria perché agisce sull'economia, se a macchia d'olio si estende può influenzare anche quell'altro. Anzi oggi il GAS è l'unica forma di rivoluzione possibile, se ci pensiamo bene, la rivoluzione tradizionale era costituita da programmi ideologici astratti che si esprimevano con la violenza e spesso i risultati erano in contraddizione con i principi, e poi fallivano le rivoluzioni perché si voleva cambiare il mondo senza cambiare noi. Invece il GAS si basa sul principio opposto, cioè cambioio, faccio una scelta diversa, divento consapevole ed automaticamente ho cambiato già una piccola parte di mondo, è una rivoluzione in atto, è già una forma di nuova umanità, economia ed aggregazione senza bisogno di prendere pistole e forconi. Ma senza nemmeno bisogno di passare da specifiche istituzioni perché è già un cambiamento in atto. Però politico in senso di partito no, diciamo che la motivazione politica rientra nella consapevolezza del gasista medio, di avere un atteggiamento politico, ambientalistico ed etico, fa parte di quei principi impliciti che poi ha un impatto forte, però è un elemento a parte. Poi ci sono anche alcuni soggetti politicizzati che vedono e leggono nel GAS uno strumento per, però non necessariamente, perché una persona che ha idee politiche opposte alle loro si ritrova nella pratica a condividere una stessa opzione, quindi è politico di fatto ma non politico a livello ideologico. Poi chi ne fa uno strumento di ideologia politica ne fa una sua lettura, è un modo anticapitalistico acquistare col GAS ma non perché dobbiamo fare gli antagonisti, ma perché è una scelta che a priori è alternativa, è una rivoluzione in atto che fa tornare al senso di comunità senza teorizzare più di tanto. Mentre tante persone che vengono da particolari contesti

politici è chiaro che lo politicizzano, hanno la loro forma mentis che è quella lì, lo vedono come uno strumento ideologico che non è, è uno strumento elementare: compro quella o questa mela? È una scelta pratica che va a prescindere dalla politica.

G: spesso i GAS politicizzati in realtà tendono a disgregarsi, proprio perché c'è un contenitore politico, un'idea politica e le cose non nascono in modo spontanea. Nel mio GAS c'è chi vota a destra o a sinistra, rendendo qualcosa di concreto, facendo qualcosa di reale. Se noi andiamo in un partito quel contenitore ci uccide perché c'è una gerarchia, qualcuno che da delle disposizioni ed inevitabilmente ci sarà qualcuno che sarà allineato e qualcun altro che verrà escluso, è un concetto di biodiversità delle relazioni.

*Invece nei GAS non ci sono gerarchie?*

C: no, sono solo ruoli democraticamente scelti, cioè se io sono il referente della pasta e lui dei formaggi io non ho più potere di lui...

*Però in tanti GAS ci sono strutture organizzate con coordinatore, referente e gasisti, e un gruppo di pochi che guida il carro.*

C: ma solo a livello organizzativo perché le decisioni di regola dovrebbero essere prese tutti insieme. Io ad esempio ero in GAS del genere, cioè alcuni avevano delle prese di posizione e si irrigidivano, tant'è vero quando noi proponemmo di aderire al coordinamento dei GAS loro si rifiutarono perché dissero che loro volevano essere un piccolo gruppo e non volevano cambiare il mondo. La mia risposta fu è che di fatto noi non andiamo lì per cambiare il mondo ma per conoscere altri che hanno la nostra stessa idea, e scambiarci delle idee ed essere ancora più forti, ma loro si rifiutarono e per questo io ed altri venimmo via. Quindi quelli ideologici si disgregano, infatti la parola chiave è genuinità e spontaneità.

G: in quella occasione, quello che fu di ostacolo, nel portare avanti un concetto di fiera partecipata, fu quello di non avere un coordinatore, di non avere una gerarchia, ho dato il via, il là del coordinamento ma non come coordinatore, auspicavo che ci fosse collaborazione e cooperazione nel portare avanti tale

progetto. Le prime riunioni le avevo incentrate sul fare rete e cooperazione tra di noi, tra i GAS, tra i consumatori, creando delle situazioni di informazioni. È sciocco, bisogna essere consapevoli, se cerca di creare un protagonismo a cerchio, tutti facciamo parte di una collana, nessuno è più importante degli altri, se invece vogliamo agire con l'intento di essere protagonista, questo va a ledere nelle relazioni ed influisce sul risultato, il risultato si raggiunge insieme non da soli. I GAS articolati su un solo referente o su un gruppo di pochi, esistono, ma gli altri vanno a ruota senza realmente porsi quelle domande fondamentali. All'interno del mio GAS ci sono soggetti che seguono e basta il gruppo ma perché sono entrati da pochi e quindi devono rendersi ancora conto della consapevolezza e di come si agisce in maniera attiva, ma le decisioni sono prese insieme.

C: è un discorso solo organizzativo non di gerarchia.

G: poi ad esempio nel mio GAS ci sono quelle persone che partecipano assiduamente a tutte le assemblee e quindi è più facile prendere le decisioni collegialmente, mentre una minoranza partecipa assiduamente... in più ogni anno qualche membro esce dal gruppo per motivi lavorativi o per cambio di residenza ma altrettanti nuovi membri entrano. I nuovi vanno in maniera anche un po' più lenta rispetto invece chi fa già parte in maniera consolidata del gruppo, però questo è per la nostra organizzazione. Ad esempio il GAS di Cascina, ci sono 70 famiglie e 30 produttori, tutti questi hanno la chiave del locale c'è fiducia, ma per far parte di questo gruppo, arrivati ad un certo numero non si riesce a gestire altri ingressi e quindi si creano delle liste di attesa, anche nel nostro GAS l'anno scorso si era creata una lista di 10-15 persone, ma quando è possibile si preferisce indirizzarli verso GAS più vicini alle loro abitazioni. Tornando a quello di Cascina, per far parte del GAS devi fare un affiancamento di almeno un mese, partecipando alle riunioni, sei affidato ad un altro gasista che si prende cura di te e ti spiega tutto quello che comporta essere un gasista. Dopo questo mese se non hai le caratteristiche richieste non ti fanno entrare all'interno del gruppo, devi essere responsabile dell'apertura e chiusura del locale e altre cose.. diciamo c'è una selezione, c'è un rodaggio per farti capire cosa vuol dire essere un

consumatore solidale, tra questo anche essere responsabile, puntuale con i produttori se sono un referente, non devo mettere in difficoltà nessuno.

*Quali sono, se ci sono i difetti del GAS? Secondo le nostre ricerche sono: a) una modesta varietà di scelta, spesso influenzata dalla stagione e dalle scelte del produttore, b) i prodotti sono più brutti e sporchi e necessitano di tempo per la pulizia e per toglierne le parti non utilizzabili che vanno sprecate, c) i problemi logistici, legati alle date fisse di consegna, alla sede (tempi e costi di trasporto), ai turni da fare per l'organizzazione, d) i prezzi elevati.*

*Considera questi aspetti come dei problemi?*

G: intanto, nell'intervista gli abbiamo menzionati, ma in realtà non sono visti come un problema, se uno ha una forte motivazione, se la verdura arriva con un po' di terra non c'è nessun problema. Se ogni tanto il pomodoro è un po' schiacciato non c'è nessun problema, per me che ho una forte motivazione, e per me è il modo per cambiare il mondo. Se voglio solo contenere i costi, la motivazione è bassa e quindi ogni pretesto diventa un modo per creare criticità. Se mi arriva il pomodoro schiacciato, e io penso solo al denaro, nel tempo alla minima difficoltà scappo dal gruppo. La difficoltà di trovare la frutta di stagione, siamo un po' più carenti, poiché è un po' più difficile acquistare in grandi partite la frutta biologica da pochi produttori, naturalmente poi si può acquistare in altri circuiti come il negozietto bio. Nel nostro GAS la difficoltà più grande è quella di incontrarsi una volta a settimana, organizzarsi e fare la spesa una volta sola a settimana, ma c'è anche chi ci riesce, perché si pone l'obiettivo di acquistare solo in quell'occasione e quindi ridurre gli spostamenti, ottimizzando i costi, diciamo che ci riesce il consumatore molto scrupoloso, che cerca di essere il più puro possibile, ci sono pochi esempi ma esistono. Se ci organizzassimo in altro modo cioè ordinare e ritirare 3-4 volte alla settimana potremmo rifornirci esclusivamente dal GAS. Secondo me la difficoltà della modesta varietà di scelta non esiste, poiché noi abbiamo 20 produttori, di cui una decina locali, ma poi abbiamo i produttori delle arance, mandorle, i capperi.. si chiama i Frutti del Sole un'azienda biologica molto grande in Sicilia, abbiamo anche un altro produttore



di arance calabresi, il nostro acquisto lo alterniamo anche perché tengono una varietà diversa di arance. Poi come si è detto prima se il prodotto è un po' più brutto è un pregio perché ci identifica un prodotto autentico e non trattato, l'estetica non corrisponde alla naturalità del prodotto. Se la mela è più piccola, la carota è storta.. ma se la mangi il sapore è eccezionale ma che te ne frega della forma! Riagganciandomi al discorso di prima, il mondo del biologico ha subito anche degli attacchi dalla grande distribuzione, infatti nel 2007 il 10% del biologico nella GDO era un biologico che veniva dallo scarto del convenzionale, e quindi come, visto che nel biologico non ci sono degli standard di forma, i prodotti che venivano scartati li immettevano nel circuito del biologico. Andando così a mancare proprio il senso dell'agricoltura biologica, infatti veniva immesso un prodotto scadente. La GDO segue la tendenza del biologico che è in continuo aumento e dà fastidio alla Monsanto, alle grandi aziende che producono in maniera convenzionale, per far fronte alla forte domanda in crescita la grande distribuzione può anche barare. Questo non avviene nel Gas perché ci sono controlli diretti sul produttore locale, e quindi non si può taroccare i prodotti. Oltre al disciplinare e le certificazioni del biologico, facciamo anche le visite ma soprattutto anche dei controlli tramite l'analisi dei prodotti, se c'è un nuovo produttore e magari è in conversione, ben venga perché si favorisce il biologico e la tutela ambientale.

*Secondo lei, c'è un qualche obiettivo o aspirazione di più ampio respiro rispetto alle precedenti che si intende perseguire partecipando a un GAS? Ad esempio in relazione alla struttura e alle regole del mercato: ridurre il potere dei grandi gruppi a favore di una filiera alimentare più equa e sostenibile. Oppure nei confronti delle istituzioni, cercando di sensibilizzarle rispetto alle problematiche della stagionalità, dell'impatto ambientale, della salubrità e dell'equità. Quale istituzione andrebbe coinvolta in via prioritaria?*

L'istituzione che dovrebbe, deve e che vogliamo coinvolgere maggiormente è la famiglia, partendo dai bimbi. Questa ONLUS che abbiamo "Per Madre Terra" è per entrare nelle scuole, di favorire la diffusione, come già sta avvenendo infatti

una maestra della materna, che oltre ad essere una nostra associata che collabora con “Slow Food”, è da diversi anni che fa l’”Orto in Condotta”, cioè ha creato un orticello per classe dove c’è una bella collaborazione con i genitori. Lei, Valentina, è stata aiutata da diversi genitori che sono agronomi indirizzati all’agricoltura biodinamica e biologica, diciamo c’è stata una fortunata coincidenza. Ecco questo è il terreno fertile su cui lavorare realmente, i bambini, scuola, creare informazione e formazione e poi bisogna agire su tutto campo, cioè sia con gli enti locali, il comune, la provincia, la Regione, fare dei bandi per ottenere collaborazione tra gli istituti locali e le scuole. Nella GDO negli anni ’60-’70 si è creata la cultura del cibo spazzatura, perché l’uomo ha ricercato il profitto e il benessere individuale e personale a discapito dell’interesse collettivo. Noi con i GAS vogliamo ricostruire il benessere del gruppo, creare un benessere sociale, la mia felicità non può prescindere dalla felicità o non felicità altrui.

*Perché partire proprio dai bambini e non dai genitori?*

Perché i genitori, proprio perché sono stati abituati ad un certo tipo di consumo, magari sono anche un po’ più refrattari al biologico, con questa crisi, c’è comunque chi fa la spesa e va al discount, si nutre di cibo spazzatura, ma non fa altro che accentuare il problema. Il problema è l’economia corrotta, poiché si ricerca la quantità, il profitto a discapito della qualità della vita. Quindi attraverso il gioco, come la conduzione dell’orto, è un gioco....

Io sono figlio di contadini, nato e cresciuto a Salerno, mi ritrovo a Livorno e i miei genitori mi portavano nei campi, io lo vivevo come un obbligo e non mi piaceva, poi mi sono reso conto che il contatto con la natura e la terra è fondamentale. Anche la mia scelta di far parte di un gruppo di acquisto deriva anche da questo, figlio di contadini, che si arrampica sopra l’albero e mangia la mela o stacca l’uva dal pergolato, grazie a questo posso comprendere la differenza tra cibo sano e cibo non sano. Ho avuto questa fortuna, che all’epoca non la vivevo come una fortuna ma come “mio padre mi porta a lavorare”, ma se invece, in questi tempi che viviamo lo possiamo vivere come un gioco, il fatto di avere una manualità, il fatto di avere un contatto con la materia. Tra due

settimane andrò da un nostro agricoltore a fare la vendemmia e verranno dei miei amici con i loro bambini.

*Ma alla fine l'atto d'acquisto lo compiono i genitori, come il bambino può influenzare la loro mentalità?*

Ricercando il cibo buono, perché il bambino lo vuole e il genitore lo acquista; confesso la mia strategia perversa di corrompere le menti fertili dei bambini, se un genitore che realmente ha a cuore la salute del proprio figlio, lo nutre bene, quindi sceglie realmente quello che li fa bene. Col biologico è vero i prodotti costano un po' di più, ma mangiando prodotti di qualità hai bisogno di meno quantità, e poi c'è anche un discorso, se ti nutri male poi ti ritrovi a prendere delle medicine, integratori... ti ritrovi in un circuito perverso, poi alla fine ti trovi a perdere, quindi acquistare prodotti sani e di qualità è un investimento. La qualità è un investimento a livello economico e relazionale, che sono due cose che vanno di pari passo. Mi nutro bene, apparentemente spendo di più ma spendo meglio e quindi faccio economia, in più faccio economia di relazioni e conoscenza. Tramite le fiere, la ONLUS, il GAS ho conosciuto tantissime persone e questo grazie all'appartenenza al GAS ed all'essermi reso attivo.

*Infine, ma lei crede che il sistema dei GAS possa evolvere e sostituire la distribuzione tradizionale? A quali condizioni? Cosa possiamo fare per procedere in questa direzione? E' necessario convivere, almeno in parte, con la distribuzione tradizionale e – soprattutto – con la grande distribuzione?*

Io credo che, intanto faccio il mio, intanto continuo a far parte di un GAS, mi nutro di prodotti bio. Spesso come io sto facendo, e spesso lo fanno anche gli altri, non è solo una questione di alimentazione, è energia alternativa, bio-architettura, bio-cosmesi, prodotti naturali per la casa, è a tutto tondo a 360 gradi. Su tutte le realtà produttive si cerca di andare verso la qualità. Se questo, io non ti dico i GAS vanno a saturare il mercato, è una parte che può creare una tendenza. Il consumo alternativo a bisogno di tutte le componenti come i negozi bio, le botteghe del commercio equo e solidale, i GAS... al fine di poter sopraffare la grande distribuzione. Potrebbe diventare un fenomeno di masse, io lo auspico,

c'è chi crede che la produzione bio non riesca a reggere... dio lo volesse che non ci fosse più la GDO.

Io mi ritengo ottimista, se ci facciamo caso c'è un cambiamento in atto, molte persone come mi si alimentano solo con verdure, ci si accosta a questo tipo di alimentazione per diversi aspetti come ad esempio quello di non cercare sofferenza ad altri animali, ma c'è di riflesso anche la tutela ambientale, per i grandi allevamenti intensivi che generano deforestazioni come avviene in Argentina o nella Foresta amazzonica. Mi viene in mente che tramite il gruppo all'inizio che partecipai feci un corso di commercio equo e solidale dove ci hanno fatto vedere un filmato sulle banane chiquita, che mostrava come aerei buttavano diserbante sopra le piantagioni dove stavano lavorando donne bambini e uomini, questi lavoratori dopo un mese avevano malformazioni di ogni genere. Quando sai sei nella condizione di scegliere. Il fatto di sapere significa che hai le informazioni per prendere l'altra via. GAS, fiere, ONLUS, sono il contenitore dell'informazione, consentono di creare momenti di confronto, quello di ragionarci sopra.. io non ho in mano la verità, però voglio confrontarmi e cercare di capire. Se il cibo di Mac Donald's fosse prodotto con rispetto sia nei confronti della natura che nei diritti dell'uomo non avrei nulla in contrario a comprarlo anche se è di una multinazionale. Ma se questo non è cerco di fare reale informazione.

Alessandra Gabriele (coordinatrice del GAS), Lombardia (Bergamo), GAS Bo.Bo (BorgoPalazzo e BoccaLeone)

*Secondo la sua esperienza, quali sono i modi attraverso cui si entra in un GAS?  
La maggioranza dei suoi conoscenti nel mondo GAS come c'è entrata?*

La mia esperienza personale è, io sono sempre stata molto sensibile alle tematiche della difesa dell'ambiente, per cui tramite letture piuttosto che, sono venuta a conoscenza dell'esistenza del Gruppo di Acquisto Solidale, tramite il sito Internet di ReteGAS nazionale ho preso l'e-mail del coordinatore ed ho fatto richiesta di entrare nel GAS del mio quartiere. Altre esperienze all'interno del

nostro GAS... no quasi tutti sono entrati dopo una serata, che abbiamo organizzato per la cittadinanza, alla biblioteca del quartiere. Abbiamo organizzato la presentazione dei Gruppi di Acquisto Solidale in cui due dei nostri, diciamo, due persone che sono all'interno dei GAS da tanto tempo, hanno spiegato un po' che cosa sono in GAS, che cosa si fa, che cosa non si fa... Tante persone del quartiere sono venute e poi da lì sono entrate, quindi funziona ancora molto, almeno nei quartieri, il passaparola, piuttosto che internet. Poi ad esempio anche quando ci sono i mercatino e c'è il gazebo della Rete Gas, la gente chiede... un'altra modalità è anche il contatto e-mail, ma comunque il primo contatto è quello relazionale.

*Dalle analisi precedenti si è riscontrato che un soggetto può entrare a far parte di un GAS attraverso due strade:*

- a. Spinta di una motivazione individuale (che porta ad informarsi e conoscere il fenomeno)*
- b. Tramite il coinvolgimento da parte di amici e parenti*

*Lei a quale appartiene? Vede queste due modalità come separate e indipendenti? Ritiene che la modalità di accesso influisca sul modo di intendere il GAS e sulla partecipazione? Secondo lei la modalità di accesso influisce sul profilo e sul percorso che andrà ad intraprendere il gasista all'interno del gruppo?*

Allora, sicuramente influisce sulla partecipazione, il fatto di essere comunque, già amici o persone che si conoscono. Ad esempio il GAS di cui faccio parte, ha una base di persone che è diventata amica grazie al GAS. Anche perché ci sono tanti ragazzi e ragazze che hanno più o meno la stessa età, io ho 29 anni, però ci sono famiglie con bambini piccoli oppure ci sono altre ragazze come me, io abito da sola, poi vabbè ci sono ragazze che vivono con i genitori, però sono sensibili al tema. Questa relazione rafforza un po' anche l'essere attivi all'interno del gruppo, nel senso che solo il comportamento di acquisto, dopo un po', secondo me, l'entusiasmo iniziale che uno ha avuto dalla lettura dell'articolo o dei libri scende.

*Perché scende?*

Perché comunque il comportamento di acquisto, non porta ad avere una relazione molto grossa, invece appunto, la relazione di porta a coltivare un rapporto un po' più duraturo, perché noi ad esempio siamo 28 famiglie. Ci sono 10-12 referenti prodotti, quindi non tutte e 28 le famiglie sono impegnate in una referenza di prodotto, quindi quelle che magari non hanno una relazione con il produttore, non hanno una relazione con i gasisti, prima o poi si perdono.

*Secondo lei la modalità di accesso influisce sul profilo e sul percorso che andrà ad intraprendere il gasista all'interno del gruppo? Le sembra che una sia "migliore" dell'altra sotto qualche aspetto?*

Beh, sicuramente se una persona si informa, la motivazione di fondo di porta ad essere anche più attivo. Ad esempio nel mio caso io sono molto "ecologista", per cui io sicuramente, ho una spinta motivazionale molto forte. Nel senso che ovviamente, fare degli acquisti, a filiera corta o a km 0, porta ad una partecipazione o a un tentativo di cambiare il sistema più grosso del nostro.

Io sono dell'idea che le piccole azioni portano ad un cambiamento, per cui ecco penso, che le persone come me che si sono informate, ed hanno questo tipo di motivazione hanno sicuramente, un'attività maggiore. Quelli che sono entrati tramite amici, se poi si appassionano e sono interessati a queste tematiche continuano e sono attivi, però non è così facile. Deve esserci comunque un interesse di fondo verso queste tematiche.

*Chi entra tramite il passaparola, nella maggior parte delle volte si appassiona alla tematiche o no, scaturendo l'uscita dal gruppo dopo un po'?*

Allora dipende, nel senso che, io conosco tante persone che sono entrate tramite amici, però quelle veramente digiune di questi tipi di argomenti sembra che bo, anche a contatto con il Gruppo di Acquisto non cambia tanto il loro comportamento. Cioè mi viene in mente, per fare un esempio nel dettaglio, una mia ex compagna di università, tramite me è venuta a conoscenza dei GAS e adesso fa parte di un GAS vicino al centro. Sua sorella non è nello stesso GAS ma acquista in un altro, però dice "che buoni i lamponi" però non è che dice

“perché li prendi qui e non altrove?”, si è vero sono più buoni ma non sta lì a pensare che se li prendo al GAS il produttore è vicino perché così si fa una scelta etica... comunque è una minoranza coloro che acquistano senza avere una motivazione di fondo, sicuramente in percentuale un 20-30% rispetto alle persone del gruppo. Perché comunque, quasi tutti sono molto motivati.

*Secondo lei, quali sono le principali motivazioni per cui si entra in un GAS?*

Allora, io penso che sicuramente da una parte dipenda da una scelta etica, perché si va a comprare direttamente dal produttore e si fa una scelta politica di non andare ad acquistare nella Grande Distribuzione. Dall'altra, magari in misura minore, vi sia una scelta di salute, perché comunque i prodotti che si acquistano direttamente dal produttore seguono la stagionalità e già questo è un segno, per l'alimentazione è già un gesto forte, e anche l'agricoltura biologica o comunque non intensiva incide sulla salute. In ultima parte, non che sia meno rilevante, tanti produttori hanno dei progetti sociali, non so il nostro produttore di verdura è una struttura della diocesi di Bergamo che accoglie le persone povere o tossicodipendenti e questa struttura ha preso in carico un terreno appena fuori da Bergamo, e coltivano verdura. Noi acquistiamo lì, da un lato c'è l'agricoltura biologica, dall'altra si sta dando supporto ad un'attività che dà impiego a persone svantaggiate.

*Le motivazioni principali che spingono un soggetto ad entrare all'interno del GAS sono:*

- a. Relazioni sociali, cioè la voglia di condividere il proprio tempo con altri soggetti con aspirazioni e valori simili*
- b. Caratteristiche dei prodotti, cioè la ricerca di prodotti con caratteristiche definite*
- c. Solidarietà nei confronti dei piccoli produttori, ovvero la decisione di proteggere alcune categorie di piccole imprese dalla concorrenza, dalla globalizzazione e dalle piattaforme della grande distribuzione. Insomma, decidere di intervenire sul contesto in cui si vive per modificarlo*

*Le sembra che queste tre siano diffuse tra le persone che conosce nel mondo GAS? Qual è, nella sua esperienza, la più frequente, quella che riconosce più spesso negli altri?*

Io credo tutte e tre a pari merito. Mi sembra che siano motivazioni se non correlate comunque quasi uguali a quelle che io ho detto, magari sviluppate da un punto di vista leggermente diverso. Allora forse nella città di Bergamo, non so se perché siamo a nord..., la relazione si cerca meno. Infatti vabbè uno di motivi per cui si è organizzata la festa che ci sarà domenica (FestaGAS) è anche per conoscersi tra noi gasisti, poiché magari, chi viene da fuori fa fatica ad entrare nei Gruppi di Acquisto del proprio luogo. Per cui la nostra idea era quella di “farci vedere” per poter far accedere più persone possibili.

*Secondo lei la prevalenza di una di queste motivazioni rispetto alle altre identifica profili di gasisti differenti? Ce li può descrivere? Questi profili determinano comportamenti (acquisto e consumo) diversi? Ce li può descrivere?*

Ma io credo di no, per esempio, una ragazza del nostro GAS che è entrata proprio per una motivazione di scelta di prodotti di qualità, perché lei faceva parte del gruppo giovani di Slow Food, e cercava solo il lato qualitativo del prodotto, cercava il biologico con la B maiuscola, il produttore di nicchia... poi venendo a contatto con noi è andata a scoprire delle motivazioni diverse, quindi credo che piano piano le motivazioni si integrano tutte.

*Quali sono secondo lei le caratteristiche essenziali dei prodotti che si comprano presso il GAS? Ce li può descrivere e spiegare se e quanto sono importanti?*

Le caratteristiche, allora, sicuramente la qualità del prodotto, che non va solo a comprendere il biologico, infatti tanti produttori non hanno il marchio di Biologico Certificato, però sappiamo che vengono prodotti in una determinata maniera.

*Come lo fate a sapere?*



Perché conosciamo i produttori, per noi l'importante è soprattutto per i produttori vicini, li andiamo a trovare, ci facciamo spiegare come producono, perché magari non hanno il marchio, perché sì, perché no...

*Qual è la risposta al perché non abbiamo il marchio?*

Perché spesso sono piccoli produttori, noi abbiamo a Bergamo tre Valli nei dintorni, che racchiudono tanti piccoli produttori, c'è la Val Brembana, la Val Seriana e la Valle Magna. Sono tre valli ricche di produttori ma molto piccoli, per cui penso che magari tanti hanno poco prodotto servono solo uno o due GAS che si fidano di loro e non c'è bisogno di avere la spesa della certificazione. Sicuramente, soprattutto per il nostro GAS è importante la questione etica dell'assunzione del lavoratore, perché comunque, il problema dell'assunzione irregolare dei lavoratori non c'è solo nel sud Italia, ma c'è tanto lavoro nero anche qui al Nord, per cui per noi... Se veniamo a sapere che un produttore assume in nero uno dei suoi lavoratori, cerchiamo di convincerlo a non farlo o comunque non acquistiamo più da lui. Perché per noi il rispetto delle regole deve essere al 100%, è assurdo pensare che si rispetti l'ambiente e poi non si rispettano le persone. Quindi diciamo che le caratteristiche essenziali sono la qualità e l'etica del prodotto e del produttore.

*(Mostro le nostre caratteristiche e chiedo all'intervistato di darmi un ordine di importanza) Ci sono altre caratteristiche rilevanti che le vengono in mente?*

Allora, beh sicuramente la prima è la qualità, e la sostenibilità ambientale. La qualità ed il gusto io li metterei nello stesso gradino, se un prodotto è di qualità solitamente ha già anche gusto, e anche la freschezza ha il medesimo livello. Sostenibilità ambientale, prodotto locale e stagionale, anche loro li racchiuderei tutti nel solito livello d'importanza; cioè nel senso secondo me sono aspetti che si legano, un prodotto stagionale porta ad una sostenibilità ambientale, se io devo coltivare i pomodori a Dicembre è ovvio che non sia sostenibile dal punto di vista ambientale. Stessa cosa per il prodotto locale ed il prodotto naturale, li metterei sullo stesso livello. L'imballaggio, vabbè a noi arriva tutto senza, ad eccezione dei prodotti igienici, però anche li scegliamo produttori che sono

attenti a questo aspetto, per cui non devono usare tanti imballi, tale caratteristica è importante ma sono aspetti tutti legati. Quando noi chiediamo al produttore che il suo processo di produzione, raccolta, la trasformazione sia sostenibile da un punto di vista ambientale questo vuol dire che ci dia prodotti naturali, stagionali, freschi e che cerchi di ridurre al massimo l'imballaggio. Quindi secondo me sono tutti aspetti di una sostenibilità ambientale che noi richiediamo ad i nostri produttori.

*L'imballaggio è tutto riciclato?*

Si solitamente sì, tanti produttori, avendo comunque un rapporto molto stretto con i produttori c'è anche dialogo, ad esempio Officina Nature che è il nostro produttore di detersivi, prima faceva i detersivi in scatole di plastica riciclata adesso sta utilizzando il cartone, comunque c'è un crescere anche dal punto di vista dell'innovazione dell'azienda insieme ai gasisti. Non è come la Barilla che con la pubblicità ti comunica che sta facendo qualcosa. Spesso i produttori mentre stanno cambiando, si stanno formando e si stanno evolvendo ce ne parlano, si discute insieme, perché questo, perché non quello, vi piace l'imballaggio... è bello questo aspetto si viene tenuti in considerazione.

Allora il prezzo conveniente, rispetto al biologico, sicuramente sono più convenienti. Tante persone quando mi dicono "ah fai parte di un GAS, è ma costa caro!" è ovvio da noi ad esempio c'è l'Unes che è un supermercato molto conveniente, ma ci sono prodotti di bassa qualità; è quasi come un discount, è un gradino sopra. È ovvio che se faccio un confronto tra i pomodori che costano 50 cent il kg dell'Unes e i pomodori da 1,30 euro nostri... però naturalmente rispetto ad un biologico, come Natura Sì è conveniente.

*Le persone del GAS ci prestano attenzione al prezzo o è una variabile secondaria?*

Sì, soprattutto negli ultimi anni si fa sempre più attenzione al prezzo, vabbè sia per una situazione di crisi economica, ma anche per una questione di trasparenza, è vero che il piccolo produttore ha più costi però anche vero che non può alzare il

prezzo a dismisura perché noi siamo gasisti. Quindi cerchiamo sempre di dare una certa importanza anche al prezzo.

*In riferimento al km 0 le capita di acquistare prodotti forniti da produttori locali di altre Regioni? Ad esempio le arance di Sicilia? Come si gestisce il compromesso tra solidarietà coi coltivatori siciliani e compatibilità ambientale? Ha altri esempi di questo tipo?*

Beh, noi come Bergamo, siamo organizzati per le arance, ci siamo riuniti, nel senso che non fa un acquisto solo il GAS Bo.Bo., ma 25 GAS della Provincia fanno l'ordine, trattiamo soprattutto con ResSud, che è una Rete del sud Italia, per cui noi facciamo a loro l'ordine in contemporanea. In modo tale che l'ordine arriva una sola volta al mese ma per tutti e 25 i GAS, arriva un camion interno che ammortizza i mille km che ci separano dalla Sicilia. La solita cosa la facciamo per il pesce, non siamo riusciti ad essere così tanti, ma mi sembra che una decina di GAS lo prendano insieme, io non mangio pesce perché sono vegana, ma mi sembra che il pesce sia siciliano, anche in questo caso l'ordine sia un tot di volte, così che il camion che è refrigerato fa un viaggio solo e cerca ad esempio se viene a Bergamo e non ha il camion pieno va anche a Brescia; cerca di ammortizzare il viaggio in tutti i sensi.

*Ma la tua motivazione di entrare in un GAS è stata la tua scelta di essere vegana? Oppure sei diventata vegana dopo l'ingresso?*

No, io ero già vegana, quindi non ha influito questa cosa, sicuramente tanti prodotti che devo acquistare non riesco a farlo col GAS, perché a Bergamo ci sono pochi vegani e gli altri del gruppo non li comprano. Io sono già abbastanza ecologista e salutista di mio quindi non ha cambiato molto l'ingresso al GAS e non è stata neppure una motivazione.

*Quali sono, se ci sono i difetti del GAS?*

Sicuramente, per il nostro GAS, su 28 famiglie, spesso non tutte partecipano attivamente a tutto. Durante le riunioni siamo sempre sui 15, tutti e 28 non ce

l'abbiamo mai fatta, capisco che magari il tempo non è sempre tanto per tutti. Però c'è sempre chi si impegna più degli altri, questo è un lato della medaglia non molto positivo. Un altro difetto che potrebbe essere riscontrato, è che tante volte il produttore, visto che siamo gasisti, ci dà lo scarto, tante volte bisogna stare dietro al produttore, nel senso che, siccome l'idea è che il gasista non chiede la qualità ma il progetto allora tante volte magari chiudono un occhio, non sempre.. due tre volte è capitato che su 10 kg di cose un paio non erano proprio buonissime. Vabbene che io ti appoggio, disponibili sì ma fessi no. Ce ne siamo accorti sull'assaggio principalmente, ovvio non è un problema per noi, perché avendo un rapporto molto stretto si alza il telefono o si manda l'e-mail, ma fa comunque dispiacere far notare una cosa così.

*Secondo le nostre ricerche sono: a) una modesta varietà di scelta, spesso influenzata dalla stagione e dalle scelte del produttore, b) i prodotti sono più brutti e sporchi e necessitano di tempo per la pulizia e per toglierne le parti non utilizzabili che vanno sprecate, c) i problemi logistici, legati alle date fisse di consegna, alla sede (tempi e costi di trasporto), ai turni da fare per l'organizzazione, d) i prezzi elevati.*

*Considera questi aspetti come dei problemi? Alcuni più o meno di altri? Ne vedi di ulteriori?*

Mah, allora, si ovviamente sono dei problemi ma assolutamente risolvibili, nel senso che.. per esempio anche da noi c'era stata una discussione animata sul fatto che noi prendiamo questa cassetta di verdure, però ovviamente in inverno non c'è molta verdura; considerando che siamo in Italia e il clima italiano permette solo una certa tipologia di varietà di verdura, però alla fine tra quello e scegliere prodotti da serra è il male minore. Ci si abitua, sono aspetti non fastidiosi. Io ad esempio devo andare anche alla Coop o Esselunga per alcuni prodotti che tramite il GAS non riesco a reperire, come dicevo prima quelli legati alla mia scelta alimentare come il tofu, il seitan, perché li mangio tutti i giorni e tramite il GAS non riesco a prenderli, sono comunque tutti prodotti industrialmente, perché non c'è il piccolo produttore che te lo fa, sono biologici, e costano di più rispetto agli

altri. Mentre tramite il GAS acquistiamo nelle Botteghe equo e solidali, facciamo un ordine al negozio di commercio equo e solidale di BorgoPalazzo e facendogli un ordine cumulativo di 2/3 volte l'anno riusciamo ad avere un prezzo minore, ed acquistiamo tutto quello che non si può recuperare qui, che può essere zucchero, cacao, cioccolato, alcuni legumi o spezie.

*Mentre per la modesta varietà gli altri gasisti dove vanno?*

Si credo anche loro vanno nei grandi supermercati o magari nelle botteghe di quartiere. Sicuramente al supermercato si cerca di prendere il prodotto bio perché almeno si sa o almeno si spera che dovrebbe avere determinate caratteristiche, dalla bottega non è obbligatorio prenderlo biologico.

*Secondo lei, c'è un qualche obiettivo o aspirazione di più ampio respiro rispetto alle precedenti che si intende perseguire partecipando a un GAS? Ad esempio in relazione alla struttura e alle regole del mercato: ridurre il potere dei grandi gruppi a favore di una filiera alimentare più equa e sostenibile. Oppure nei confronti delle istituzioni, cercando di sensibilizzarle rispetto alle problematiche della stagionalità, dell'impatto ambientale, della salubrità e dell'equità. Quale istituzione andrebbe coinvolta in via prioritaria? O anche nei confronti dei consumatori, per renderli più sensibili e consapevoli dell'importanza di un consumo (acquisto e consumo) più critico, orientato in senso etico e ambientale.*

Sicuramente sono obiettivi che un gasista tendenzialmente cerca di perseguire, appunto come dicevo prima, magari non tramite le azioni del GAS, nel senso, già l'acquisto porta ad un desiderio di cambiamento, per azioni più grosse che possono essere sensibilizzare le istituzioni, lì magari invece al posto di fare un'azione di GAS singolo, ci inseriamo in associazioni, reti di economia solidale, reti di gruppi di acquisto solidale che sono più soggetti e quindi hanno più impatto. A Bergamo c'è la rete GAS che ha dei coordinatori che gestiscono alcuni progetti per i gasisti, mentre c'è una RES che è "Cittadinanza sostenibile" che è un gruppo di associazioni del territorio bergamasco che oltre alla rete dei GAS c'è anche Lega Ambiente, Slow Food, la Banca del tempo, Banca etica... ci sono tutti una serie di attori del territorio che perseguono sostanzialmente questi

obiettivi comuni che possono essere un favoreggiamento dei piccoli produttori contro la GDO che tendono a rendere l'individuo e il produttore delle personalità anonime o altri obiettivi come i mercati all'interno del territorio, possibilità di incontro tra i cittadini... quindi tali aspirazioni si raggiungono con le reti e non tramite i GAS singoli.

*Secondo te quali istituzioni andrebbero sensibilizzate in via prioritari?*

(Ride) noi i nostri piccoli tentativi con le amministrazioni locali li stiamo facendo, il problema delle amministrazioni è che le parole sono bellissime ma i fatti sono pochi. Anche adesso che abbiamo organizzato questa festa dei GAS la Provincia di Bergamo come Ente ci ha dato il patrocinio, però poi... cioè il patrocinio è un loghino all'interno del volantino, ci ha aiutato un po' nella promozione ma cosa da poco. Il Comune c'ha dato uno sconto sull'occupazione del suolo pubblico però non c'ha dato né fondi né aiuto pratico a parte questo sconto. Per cui si sono tutti molto entusiasti però in concreto fanno poco.

*Per sensibilizzare i consumatori invece?*

Noi come GAS facciamo degli incontri aperti alla cittadinanza per ampliare la base, che possono essere la Festa che facciamo domenica piuttosto che degli incontri che facciamo nelle biblioteche e si spiega che cos'è un GAS, quali sono i pro e quali i contro, cercando di informare le persone, perché penso che un difetto molto grande in questa società è la mancanza di informazione, quindi anche solo informare è già un grande passo per la massa. Poi magari persone con un titolo di studio più alto sono a conoscenza di queste pratiche, però altre, chi ha un titolo di studio basso o non si è mai informato per altri motivi queste pratiche non le conosce proprio. Chi ha un titolo di studio è più preposto ad informarsi ed ha una maggiore apertura mentale, chi è laureato ha la curiosità di aprirsi ad alcune pratiche del territorio, invece chi ha un titolo basso, non ha lo stimolo della curiosità che ti porta a conoscere alcune pratiche, vive alla giornata, cioè non cerca di fare di più. La promozione degli eventi viene attuata tramite volantini ma anche tanto con i social network, piuttosto che la mailing list. Il problema è che tramite mailing list e fb bene o male raggiungi le persone che

sono nel tuo gruppo, sono gli amici degli amici degli amici, invece col volantino che abbiamo diffuso, tramite l'aiuto del Comune di Bergamo, nelle biblioteche, negli uffici... così vai arriva al cittadino qualunque. Ad esempio abbiamo un giornale mensile che si chiama "Bergamo Sostenibile", in questo mese c'è stato l'articolo sulla festa GAS ed ha parlato della nascita dei GAS, però ovviamente è di parte, anche se lo trovi da tutte le parti perché è free, però comunque la casalinga Maria se lo vede in banca non credo che lo prenda. Invece abbiamo fatto una conferenza stampa e sicuramente ci sarà l'articolo sull'Eco di Bergamo che è il giornale principale della città che leggono tutti e quindi l'informazione dovrebbe arrivare, si spera.

*Infine, ma lei crede che il sistema dei GAS possa evolvere e sostituire la distribuzione tradizionale? A quali condizioni? Cosa possiamo fare per procedere in questa direzione? E' necessario convivere, almeno in parte, con la distribuzione tradizionale e – soprattutto – con la grande distribuzione?*

Sarebbe interessante, ma è poco applicabile che tutte le persone acquistino direttamente dal GAS, ma anche per una questione matematica di numeri, nel senso che comunque noi tante volte alcuni prodotti, soprattutto i freschi, alcuni produttori non hanno abbastanza per noi che siamo pochi, per cui è un obiettivo un po'... però credo che sensibilizzando le persone si può andare a cambiare la modalità di offerta della GDO. Nel senso che magari, anche negli ultimi cinque anni trovi molto più green, bio, questo vuol dire che questi comportamenti di acquisto stanno influenzando un po' la Grande distribuzione. Anche il fatto della borsettimana di tela.. penso che questo arrivi da persone che si comportano nella nostra stessa maniera, che magari non ha tempo di far parte di un GAS, ma va al supermercato e sceglie bio e porta la borsettimana di tela. GDO e GAS andranno a convivere, forse, spero che la tendenza sia di diffondere le buone pratiche e diventano la prassi, cioè non devi scegliere tra 10 produttori e informarti quali di loro assume regolarmente, sarebbe bello che tutti assumessero regolarmente così che i consumatori non avrebbero più dubbi. La speranza è che la "cattiva produzione" non dovrebbe esserci. Più che togliere la GDO che è un

cambiamento troppo radicale la speranza è cerchiamo magari di rendere più etico anche una multinazionale. Io nei cambiamenti radicali non ci credo molto.

Vincenzo Orlando, Lombardia, Dalmine (provincia di Bergamo), GAS Dalmine

*Secondo la sua esperienza, quali sono i modi attraverso cui si entra in un GAS? La maggioranza dei suoi conoscenti nel mondo GAS come c'è entrata?*

Per la mia esperienza, le persone che entrano in un GAS hanno fatto un percorso personale di consapevolezza legato all'alimentazione, alla vita sostenibile, all'economia e che attraverso la relazione personale, la conoscenza vieni in contatto con altre persone del mondo dei GAS, che ormai quella dei GAS è una realtà nota, si sa che esistono i GAS. Quindi queste persone che hanno questo tipo di sensibilità contattano altre persone che si riuniscono.

*Dalle analisi precedenti si è riscontrato che un soggetto può entrare a far parte di un GAS attraverso due strade:*

- a. Spinta di una motivazione individuale (che porta ad informarsi e conoscere il fenomeno)*
- b. Tramite il coinvolgimento da parte di amici e parenti*

*Lei a quale appartiene? Vede queste due modalità come separate e indipendenti? Ritiene che la modalità di accesso influisca sul modo di intendere il GAS e sulla partecipazione?*

La prima delle due opzioni è sostanzialmente quella che avevo già detto prima io, però penso che senza il percorso personale di avvicinamento, sensibilizzazione, rispetto ad una alimentazione sana o rispetto ad un'economia differente, e quindi un aspetto sociale di intervento personale per modificare questo mondo, non si entra nel GAS, cioè chi non ha questa sensibilità le considera un qualcosa di chic o gente che viene presa in giro da produttori che sfruttano questo tipo di canale, ma che sostanzialmente non si differenziano dagli altri. Poi la consapevolezza e tale sensibilità può venire dal contatto con altre persone che ce l'hanno, te ne parlano, ti convincono o ti introducono, però ci



deve essere il percorso e solo dopo diventi una persona convinta che agisce in modo attivo. Sostanzialmente sono correlate.

*Secondo lei, quali sono le principali motivazioni per cui si entra in un GAS?*

Le motivazioni sono varie, dal dettaglio fino ai massimi sistemi, c'è il genitore che è molto preoccupato per quello che mangiano i propri figli, che si rende conto e lo vediamo sempre più dai giornali che il nostro sistema di alimentazione è inquinato da logiche commerciali che non sto a dire, e quindi inizia il suo percorso da qui. Ci sono invece persone che partano da un concetto di sostenibilità dell'ambiente, dell'economia, che vede il territorio trasformato in modo insostenibile con la cementificazione, le aziende chiudono, i produttori fanno fatica e sono strozzati dalla GDO che quindi approccia a questo diverso modo di concepire un'economia e un mondo dall'alto, cioè da una visione più ampia. Alla fine le cose convergono poiché attraverso le relazioni e il vivere questa realtà dei GAS, i due percorsi si incontrano. Noi ad esempio come GAS Dalmine, nella nostra città abbiamo organizzato delle serate dove parlavamo di economia solidale, sostenibile, oppure di risparmio energetico e di alimentazione. E poi c'è la rete dell'associazione, le persone che fanno parte del GAS sono persone che in genere fanno anche altre cose. Io ad esempio gestisco una bacheca del "Presto Scambio" su internet, le signore che fanno sempre parte del GAS Dalmine fanno parte dell'associazione "Sa di Buono", che è attenta all'alimentazione, divulga l'alimentazione sana.

*Le motivazioni principali che spingono un soggetto ad entrare all'interno del GAS sono:*

- a. Relazioni sociali, cioè la voglia di condividere il proprio tempo con altri soggetti con aspirazioni e valori simili*
- b. Caratteristiche dei prodotti, cioè la ricerca di prodotti con caratteristiche definite*
- c. Solidarietà nei confronti dei piccoli produttori, ovvero la decisione di proteggere alcune categorie di piccole imprese dalla concorrenza, dalla*

*globalizzazione e dalle piattaforme della grande distribuzione. Insomma, decidere di intervenire sul contesto in cui si vive per modificarlo*

*Le sembra che queste tre siano diffuse tra le persone che conosce nel mondo GAS? Qual è, nella sua esperienza, la più frequente, quella che riconosce più spesso negli altri. Qual è, per lei personalmente, l'ordine d'importanza tra di esse? Secondo lei coesistono e si integrano o possono essere perseguite l'una indipendentemente dalle altre?*

Confermo, sono tre motivazioni che esistono, persone che fan parte del GAS si limitano all'acquisto, più attente all'alimentazione sana; altre persone invece sono più attente anche agli altri argomenti che dicevamo e quindi spaziano sugli altri aspetti. Ma sulla base di queste motivazioni i soggetti non hanno comportamenti diversi, perché il GAS si dà delle regole, e quasi tutti si comportano nello stesso modo, ovvero, uno dei fondamenti è la partecipazione attiva. Quindi chi acquista deve anche darsi da fare e quindi in genere è il referente, cioè colui che organizza un qualcosa, quindi tutti quanti all'interno del GAS devono fare qualcosa e l'impegno è richiesto a tutti nello stesso modo, poi ovvio c'è chi è più attivo e chi meno a seconda delle capacità e delle possibilità, che so tecniche o tecnologiche. Nel momento in cui il GAS approccia alla rete delle relazioni sociali ecco che le persone che sono interessate anche in altri aspetti si impegnano anche su altri fronti.

*Quali sono secondo lei le caratteristiche essenziali dei prodotti che si comprano presso il GAS? Ce li può descrivere e spiegare se e quanto sono importanti?*

Allora i prodotti devono essere di qualità, cioè buoni e sani, infatti i GAS cercano nel modo migliore possibile di controllare questa cosa, tant'è che sono molto critici, quando un prodotto non risponde o non risponde più a certe caratteristiche viene abbandonato, ovviamente i produttori che riforniscono un GAS lo sanno, nella loro gestione del rischio aziendale tengono conto di questo.

*Ma se un produttore fa pratiche scorrette col vostro GAS la voce si diffonde?*

Si sì, cioè è rischiosissimo per un produttore che fonda la propria vendita sulla rete dei GAS è rischiosissimo, tanti produttori non hanno capito il mondo dei GAS, approcciano delle volte non entrano altre entrano ma non durano.

Altre caratteristiche importanti oltre alla qualità ed il prodotto sano, poi c'è l'aspetto solidale, quell'aspetto di rete economica per cui se il produttore è vicino al GAS in termini proprio territoriali o anche di relazione di conoscenza personale si aiuta e si privilegia quello rispetto a chi produce fuori a 300km di distanza. Non ci facciamo mancare nulla, nel senso noi siamo un po' anarchici, come GAS di Dalmine, prendiamo anche la mozzarella di Bufala da Eboli, però quella può venire solo da la. Ma nel momento in cui prendiamo un formaggio di latticini di capra, lo prendiamo nelle nostre zone e dai nostri produttori.

*(Mostro le nostre caratteristiche e chiedo all'intervistato di darmi un ordine di importanza) Ci sono altre caratteristiche rilevanti che le vengono in mente?*

Allora prezzo conveniente, non lo metterei tra le priorità, è chiaro ci stiamo attenti, cerchiamo di contrattare e concordare, naturalmente i produttori fanno degli sconti ma non sempre il prezzo è conveniente rispetto al supermercato. La qualità deve essere un fondamento, la freschezza anche, lo associo alla qualità, la salute ha priorità elevata, il gusto anche, il prodotto stagionale assolutamente fa parte della qualità. Noi la verdura e frutta la prendiamo solo e soltanto di stagione. Il prodotto locale si è molto importante, la sostenibilità ambientale e imballaggio ridotto altrettanto importanti, il prodotto naturale anche. Sono tutte importantissime per la scelta del prodotto ad eccezione del prezzo.

*In riferimento al km 0 le capita di acquistare prodotti forniti da produttori locali di altre Regioni? Ad esempio le arance di Sicilia? Come si gestisce il compromesso tra solidarietà coi coltivatori siciliani e compatibilità ambientale? Ha altri esempi di questo tipo?*

Oltre alle mozzarelle di Bufala acquistiamo anche le arance in Sicilia e qui ci sono dei compromessi, quello che facciamo noi è quello di acquistarle da Rosarno dove ci sono state varie difficoltà, ma le acquistiamo da un produttore

che conosciamo, attraverso una conoscenza diretta. Sappiamo che, se dovessimo scoprire che non è così vale quello che dicevo prima, cioè si tagliano i rapporti, sappiamo che è un produttore familiare, ha il suo campo con le sue arance che le raccoglie e fa lavorare qualcuno senza sfruttarlo e vabbè organizza la spedizione. Poi dirti di più sulla spedizione non lo so perché chi tratta l'ordine delle arance è un'altra persona all'interno del mio GAS. So che parte il camion periodicamente.

*Ma non vi mettete d'accordo con altri GAS per l'acquisto?*

Per alcuni tipi di acquisto sì, allora lì c'è la rete bergamasca che si mette in contatto con la rete del Sud e ci fa arrivare ad esempio un altro tipo di arancia. Le arance le acquistiamo anche dall'associazione "Amato Grosso" e lì l'acquisto è finalizzato anche al finanziamento di questa associazione di solidarietà. Mentre le mozzarelle anche lì c'è la conoscenza diretta del produttore, un gasista nostro sta da quelle parti, ha individuato l'azienda e quindi abbiamo deciso di sostenerlo, con l'acquisto delle mozzarelle.

*Quali sono, se ci sono i difetti del GAS?*

Eee... faccio fatica a dire dei difetti del GAS perché la ritengo una cosa molto bella che consente di creare delle relazioni molto ricche tra le persone, poi ci sono degli aspetti, come in tutte le associazioni che sono un po' ... nulla è perfetto. Volendo trovare il pelo nell'uovo... non c'è. Perché per esempio il nostro è un GAS molto libero, noi siamo attenti all'acquisto, la verdura la compriamo in tre posti diversi, così come le marmellate, perché alcuni gasisti gradiscono certe marmellate, altri gradiscono altre marmellate, chi con zucchero, chi senza zucchero, chi preferisce un fornitore, chi un altro... So di altri GAS che sono un po' più "talebani", ecco il referente è molto più rigido, cioè io ho selezionato un fornitore e si compra da quello. E poi magari come in tutte le associazioni ci sono quelle relazioni di favoreggiamento del tal fornitore, perché c'è una conoscenza, allora il fornitore deve avere determinate caratteristiche per poter essere scelto, rimane quello che dicevamo prima, se tali condizioni sussistono chiudiamo mezzo occhio se il produttore è amici del gasista.

*Secondo le nostre ricerche sono: a) una modesta varietà di scelta, spesso influenzata dalla stagione e dalle scelte del produttore, b) i prodotti sono più brutti e sporchi e necessitano di tempo per la pulizia e per toglierne le parti non utilizzabili che vanno sprecate, c) i problemi logistici, legati alle date fisse di consegna, alla sede (tempi e costi di trasporto), ai turni da fare per l'organizzazione, d) i prezzi elevati.*

*Considera questi aspetti come dei problemi? Alcuni più o meno di altri? Ne vede di ulteriori?*

No secondo me non sono dei problemi, è la contropartita, cioè se vuoi comprare delle mele che non sono selezionate in un certo modo, che non sono cerate in superficie, è chiaro che compri delle mele che hanno della polvere e devi lavare o che hanno qualche imperfezioni. Per questo non li elencavo nei difetti, bensì nei pregi, il fatto che io devo andare in orari fissi a prendere quello che ho acquistato come il formaggio o le mele, mi permette di incontrare gli altri gasisti, noi settimanalmente ci lanciamo la palla, come si dice qui da noi, ci salutiamo “ciao ciao cosa stai facendo?”, è un'occasione di relazione. È uno dei motivi positivi. No non sono difetti questi.

*Secondo lei, c'è un qualche obiettivo o aspirazione di più ampio respiro rispetto alle precedenti che si intende perseguire partecipando a un GAS? Ad esempio in relazione alla struttura e alle regole del mercato: ridurre il potere dei grandi gruppi a favore di una filiera alimentare più equa e sostenibile. Oppure nei confronti delle istituzioni, cercando di sensibilizzarle rispetto alle problematiche della stagionalità, dell'impatto ambientale, della salubrità e dell'equità. Quale istituzione andrebbe coinvolta in via prioritaria? O anche nei confronti dei consumatori, per renderli più sensibili e consapevoli dell'importanza di un consumo (acquisto e consumo) più critico, orientato in senso etico e ambientale.*

Allora le motivazioni e le aspirazioni sono alte e sono sostanzialmente queste, cioè quelle di favorire un'economia differente. Per fare questo c'è dibattito con le istituzioni, c'è chi sostiene che siamo una forza in quanto organizzati e distinti

dalle istituzioni, e che quindi riusciamo ad influire comunque sulle scelte delle istituzioni, a sensibilizzare i cittadini verso certi aspetti. Non credo che ci sia qualcuno tra di noi che pensa di poter sostituire un'economia di mercato, però di creare un'economia alternativa, magari di nicchia, noi pensiamo appunto di fare opinione e cambiare. Io non sono così convinto che un rapporto con le istituzioni, cioè bisognerebbe discutere sul cosa si intende per rapporto, cioè noi siamo qua, siamo una realtà che cresce, che ha le sue motivazioni e riesce a sopravvivere e fare quello che vuole comunque. È chiaro se le istituzioni sono interessati possiamo andare anche a contattarli e divulgare e semplificare certi percorsi, bene. Se non hanno però fatto loro il percorso che si diceva all'inizio non sentiranno. Per coinvolgere i consumatori facciamo delle feste, delle serate, ma la partecipazione è quella che è, però la partecipazione è quella che è dappertutto, a qualsiasi evento, è un periodo difficile da questo punto di vista. Però un minimo c'è partecipazione, e poi cresciamo, noi siamo nati come GAS di Dalmine 2/3 anni fa e piano piano cresciamo, e pochissime persone hanno abbandonato il GAS. Quelli che hanno abbandonato, hanno abbandonato perché quelli che elencavamo prima li vedevano come dei problemi, cioè avere l'orario fisso, ma perché non lo conciliavano con la vita che fanno e il lavoro che svolgono, lontano, non perché anche loro vedessero quelle cose come problemi, forse è proprio perché non riuscivano a conciliare il tutto.

*Infine, ma lei crede che il sistema dei GAS possa evolvere e sostituire la distribuzione tradizionale? A quali condizioni? Cosa possiamo fare per procedere in questa direzione? E' necessario convivere, almeno in parte, con la distribuzione tradizionale e – soprattutto – con la grande distribuzione?*

Ma penso che si debba convivere, non credo che si sostituirà la grande distribuzione, possiamo influenzarla dal punto di vista qualitativo e fare in modo che anche nella GDO ci siano prodotti di qualità e magari anche offerti, ben venga, però non lo so... bisogna vedere come si evolve. Entriamo in un discorso di prospettiva del mondo con la crisi economica cosa succederà, non lo so... da qui a dire che sostituiremo la GDO può anche darsi ma questo vuol dire che la

GDO è crollata come sistema ma per modo suo, perché doveva morire e non stava più in piedi, non certo perché i GAS l'hanno sostituita.

Lorenzo, Lombardia (regione di nascita Toscana), Gas MoVa

*Secondo la sua esperienza, quali sono i modi attraverso cui si entra in un GAS?*

Passaparola naturalmente, esclusivamente passaparola. Qualcuno li cerca perché sa che esistono, però alla fine sono le persone che contano, quando uno cerca trova le persone, non trova un Ente.

*Dalle analisi precedenti si è riscontrato che un soggetto può entrare a far parte di un GAS attraverso due strade:*

- a. Spinta di una motivazione individuale (che porta ad informarsi e conoscere il fenomeno)*
- b. Tramite il coinvolgimento da parte di amici e parenti*

*Lei a quale appartiene? Vede queste due modalità come separate e indipendenti? Ritiene che la modalità di accesso influisca sul modo di intendere il GAS e sulla partecipazione? Secondo lei la modalità di accesso influisce sul profilo e sul percorso che andrà ad intraprendere il gasista all'interno del gruppo?*

Allora le due modalità si fondano certamente in proporzione variabile da persona a persona, da famiglia più che altro, perché si parla di famiglie non di persone. Una volta che uno fa parte di un GAS, si scambia il modo di vedere le cose dal confronto con altre famiglie, alle riunioni, agli incontri che ci possono essere sporadici, diciamo che tutto confluisce in un unico calderone, tutti i punti di vista e tutti i modi di approccio alla fine ne risentiamo gli uni degli altri.

*Secondo lei, quali sono le principali motivazioni per cui si entra in un GAS?*

L'inizio è molto più individuale, se il percorso diventa piano piano del gruppo e quindi i membri si influenzano a vicenda, l'inizio è individuale. Può essere

perché uno crede che il GAS sia una cosa e poi invece è un'altra, magari lo idealizza troppo, alla fine siamo sempre consumatori, oppure può essere che la persona è molto molto critica, molto molto istruita su certe meccaniche, su certi meccanismi a livello di commercio inteso in senso grosso, per cui cerca il piccolo cioè la famiglia, il piccolo fornitore e così via. Le più disparate.

*Le motivazioni principali che spingono un soggetto ad entrare all'interno del GAS sono:*

- a. Relazioni sociali, cioè la voglia di condividere il proprio tempo con altri soggetti con aspirazioni e valori simili*
- b. Caratteristiche dei prodotti, cioè la ricerca di prodotti con caratteristiche definite*
- c. Solidarietà nei confronti dei piccoli produttori, ovvero la decisione di proteggere alcune categorie di piccole imprese dalla concorrenza, dalla globalizzazione e dalle piattaforme della grande distribuzione. Insomma, decidere di intervenire sul contesto in cui si vive per modificarlo*

*Le sembra che queste tre siano diffuse tra le persone che conosce nel mondo GAS? Qual è, nella sua esperienza, la più frequente, quella che riconosce più spesso negli altri. Qual è, per lei personalmente, l'ordine d'importanza tra di esse?*

Allora, sicuramente, i gruppi di acquisto si chiamano gruppi di acquisto SOLIDALI, quindi per definizione c'è l'importanza della solidarietà con il produttore in quanto piccolo, in quanto in un momento che non gli girano tanto bene gli affari, c'è l'esempio dei produttori di parmigiano reggiano terremotati, per dirne una, solidarietà perché a sua volta dà lavoro a persone socialmente più deboli, quindi che so, fuoriusciti da centri di recupero di vario tipo, da igiene mentale, così via. Ok questo è per quanto riguarda la solidarietà. Rispetto alle cose che mi hai detto manca ad esempio il km 0, anche quello se è km 0, è segno che almeno in teoria è stato colto ieri invece che tre giorni fa, ha inquinato meno per arrivare a casa tua a parità di broccolo, e poi se conosci la persona che te l'ha



venduto, nel senso che non è che lo vedi alla cassa del supermercato, con tutto il rispetto per chi lavora alle casse dei supermercati, ma perché è la stessa persona che ha zappato la terra, te lo porta a casa e ci parli e ci scambi notizie “allora come va?” “allora ti gira un po’ meglio” e così via, il rapporto è molto importante. Mentre le relazioni sociali, con tutto il rispetto per chi entra in un gruppo per fare amicizia, tanto per elementarizzare, ci sono tanti altri posti in cui un soggetto può cercare amicizie, il circolo degli scacchi del tennis. Nessuno toglie che si può trovare amicizia anche all’interno del GAS, cercarla o trovarla, però non è ‘sta motivazione importante, ecco la metterei per ultima tra le cose che abbiamo detto.

*Secondo lei la prevalenza di una di queste motivazioni rispetto alle altre identifica profili di gasisti differenti? Ce li può descrivere? Questi profili determinano comportamenti (acquisto e consumo) diversi? Ce li può descrivere?*

Noi siamo tutti essere umani e siamo belli perché ognuno è diverso, quindi magari entriamo io e te nello stesso GAS con motivazioni molti simili ma io poi piano piano mi attivo e divento referente di 3-4 produttori e fornitori, tu no, forse a stento uno. Ciò non toglie che le motivazioni iniziali potevano essere le solite, probabilmente, chi ci tiene anche al rapporto personale con i produttori, probabilmente ha un motivo in più per essere lui ad intrattenere questo rapporto e quindi occuparsi delle ordinazioni. Ma ci sono tanti produttori con cui i rapporti sono solo ed esclusivamente telefonici, di aziende non piccolissime che ormai sono cresciute, anche grazie ai GAS, ma ormai sono presenti anche nella grande distribuzione al tempo stesso, quando telefoni non trovi mai la stessa persona, quindi il rapporto personale in quel caso li si perde e quindi anche se uno ci crede uno non è referente per quello. Si può diventare referenti di un’azienda, produttore, che vende direttamente a te gasista, anche li per il passaparola, perché in quel momento non stai cercando un nuovo verduraio, però te ne parlano talmente bene di quello lì che ce l’hai a pochi km che allora decidi di adottare anche lui, indipendentemente dalle motivazioni che ti portano ad essere gasista.

*Quali sono secondo lei le caratteristiche essenziali dei prodotti che si comprano presso il GAS? Ce li può descrivere e spiegare se e quanto sono importanti?*

È una domanda molto complicata, perché i prodotti che si possono comprare come gasisti sono di infinita tipologia.

*Nel campo alimentare*

Allora nel campo alimentare c'è comunque l'alimentare fresco, l'alimentare prodotto secondario, il prodotto secondario comunque fresco, il prodotto a lunga conservazione. Allora come gasisti cerchiamo normalmente oltre al km 0 che per certi prodotti non è possibile, e quindi si tenta comunque di acquistare i ceci appena passato il Po invece che comprarli in Sicilia, perché naturalmente anche a occhio un ceccio che ti arriva dalla Sicilia ti fa spendere di più per il corriere e si paga di più in termini di inquinamento, perché la quantità di gasolio che te lo porta è diversa. Si guarda quello, si guarda che sia stato coltivato con certi criteri, il biologico, quando il biologico è molto difficile, si cerca chi fa l'agricoltura integrata, e naturalmente il prodotto se è stato coltivato da persone socialmente più deboli oppure no ci cambia poco, cambia il cuore che ci è stato messo dentro, in termini chimici è difficile dimostrare che è più buono quello portato da persone che fanno reinserimento sociale oppure no. Però si va incontro anche a quello. Si chiude un occhio se alcune volte costa un po' di più rispetto al supermercato, siamo contenti se invece si spende all'incirca uguale, ancora più contenti se in certi casi si riesce addirittura a spendere meno.

*(Mostro le nostre caratteristiche e chiedo all'intervistato di darmi un ordine di importanza) Ci sono altre caratteristiche rilevanti che le vengono in mente?*

Allora per me personalmente, la qualità senz'altro che fa pari con la freschezza, perché se si parla del prodotto dell'orto qualità e freschezza sono all'incirca quasi la stessa cosa. Qualità e freschezza le metterei pari merito all'inizio, se salute vuol dire usare meno prodotti chimici nel momento in cui coltivi la terra, anche questo va a pari merito, poiché il prodotto chimico oltre che va nelle acque, in piccola parte lo assume anche chi lo coltiva, addirittura, poi anche te

consumatore. Il gusto viene di conseguenza, lo possiamo mettere anche subito dopo da solo, perché se il prodotto è di qualità ed è fresco è ok. Se si tratta di agricoltura quasi sempre è un prodotto stagionale di conseguenza, il prodotto locale, cioè a km 0 quando è possibile, quindi per i prodotti dell'orto lo ricerchiamo, per i prodotti come le banane no, le prende equo e solidali ed arrivano comunque con la nave, per non inquinare uno non dovrebbe mangiare banane e non sperare di trovarla lungo Brembo. Sostenibilità ambientale, nel caso dei freschi fa parte della salute e prodotto naturale uguale. Prezzo conveniente lo metterei all'incirca nel mezzo, perché da certi produttori, per esempio mi assicurava che produrre biologico o produrre chimico in agricoltura li costa uguale, quindi lui preferisce fare biologico visto che ci sono dei vantaggi, entra in certe nicchie di mercato che si stanno allargando e così via; quando trovo il biologico che con la scusa di essere biologico mi costa il doppio anche se è un prodotto locale e quindi non costerebbe niente né di imballaggio e né di corriere, incomincio a dire "scusami in base a cosa me lo fai questo prezzo?". D'accordo che non posso confrontarlo con la GDO la quale se ne approfitta e decide i prezzi alla base fa campare di fame e stento il produttore, però non può un biologico costare uno sproposito. L'imballaggio ridotto è conseguenza di quello che è il prodotto, se è un orto locale vai tu con la tua sportina e porti via le cose dentro la sportina, senza nemmeno metterle in un sacchettino di carta qualsiasi; se invece è un prodotto che devi far venire da qualche decina di km come saponi ecologici o di altre cose, che immediatamente in zona non vengono prodotte, ti devi accontentare dell'imballaggio che è, normalmente ci pensa il produttore a non fare chissà cosa, visto che non deve venderlo al supermercato e non deve fare figura, ci pensa lui ad un imballaggio idoneo.

*In riferimento al km 0 le capita di acquistare prodotti forniti da produttori locali di altre Regioni? Ad esempio le arance di Sicilia? Come si gestisce il compromesso tra solidarietà coi coltivatori siciliani e compatibilità ambientale? Ha altri esempi di questo tipo?*

È, le arance di Sicilia sono un esempio in piccolo di quello che dicevo prima delle banane. Dunque lì naturalmente il km 0 funziona meno, funziona invece la solidarietà col produttore che c'ha tutti i registri in ordine, tutti i dipendenti assunti regolarmente, che magari sono cooperative che attuano reinserimento sociale. Lì il km 0 pace, non le importiamo né dalla Spagna né tantomeno dalla California, e quindi è km poco più di 0 rispetto che importarle dall'estero. Si tenta di fare la camionata quando è possibile, quando non è possibile si fa perlomeno un tot di bancali, poi ci sono alcuni produttori che ci pensano loro a fare le spedizioni cercando il camion adatto, con il posticino adatto pe metterci il bancale che fa all'incirca la stessa strada di altra merce. Non è km 0 però comunque è un compresso, un occhio a non inquinare ulteriormente, non è che non si inquina, non si inquina ulteriormente in quel caso lì. Quello lo può fare solo il produttore che fa la spedizione.

*Quali sono, se ci sono i difetti del GAS?*

Allora, nelle organizzazioni che vedono più menti come in un GAS, in un'azienda, come una famiglia, in certi casi si possono trovare delle soluzioni win-win, che per chi non lo sa sono le soluzioni che non sono né quelle che pensava A, né quelle che pensava B ma è una soluzione C, che però va benissimo sia A che B, è diverso dal compromesso che è una via di mezzo tra A e B. quando si riesce si fa la soluzione C che scaturisce solo dal confronto, continuando a parlare, disposti ad ascoltarci a vicenda, nel GAS come nella famiglia, come nell'azienda, si trovano le buone soluzioni che vanno bene a tutti. Qualche volta si fanno i compromessi perché non c'è altro modo, e qualche volta si va a democrazia tramite elezioni diretta, cioè la maggioranza si trova bene con quel produttore e quindi si compra da quel produttore. Le cose non vanno bene per chi si trova in minoranza, diciamo quello, i contro del GAS, può essere il non poter certe volte, testare la merce prima di prenderla, doversi fidare perché non è a km 0 e quindi non la puoi vedere prima di prenderla, perché se è abbigliamento non te lo puoi provare e lo puoi vedere solo in foto, se è verdura ti devi fidare di chi ti fa il pacchetto. Nini sono solidale con te, quindi mettimici la verdura bona,

non mi ci mettere quella di seconda scelta, come il vecchio verduraio che ti metteva la mela marcia in fondo e quelle bone sopra, per favore, qualche volta trovi la mela marcia.

*Secondo le nostre ricerche sono: a) una modesta varietà di scelta, spesso influenzata dalla stagione e dalle scelte del produttore, b) i prodotti sono più brutti e sporchi e necessitano di tempo per la pulizia e per toglierne le parti non utilizzabili che vanno sprecate, c) i problemi logistici, legati alle date fisse di consegna, alla sede (tempi e costi di trasporto), ai turni da fare per l'organizzazione, d) i prezzi elevati.*

*Considera questi aspetti come dei problemi? Alcuni più o meno di altri? Ne vede di ulteriori?*

Come in qualsiasi altra situazione di mercato, tutte queste cose si possono ovviare con l'esperienza, con la ricerca, con la pazienza, con il tempo quindi. Nel senso che si parte da un produttore che ti tratta con la mela marcia, a un certo punto si cambia e si trova quello che la mela marcia non te la dà. Si passa da un produttore che ha poco scelta, poi a un certo punto si trova quello che ha una maggiore varietà di scelta e così via. È un po' più dura rispetto ad entrare nel supermercato e vai subito nel supermercato dell'altro quartiere che ha qualche altra marca, perché al posto di parlare in termini di ore qui la scelta si parla in termini di anni, però si fa pian piano.

*Secondo lei, c'è un qualche obiettivo o aspirazione di più ampio respiro rispetto alle precedenti che si intende perseguire partecipando a un GAS? Ad esempio in relazione alla struttura e alle regole del mercato: ridurre il potere dei grandi gruppi a favore di una filiera alimentare più equa e sostenibile. Oppure nei confronti delle istituzioni, cercando di sensibilizzarle rispetto alle problematiche della stagionalità, dell'impatto ambientale, della salubrità e dell'equità. Quale istituzione andrebbe coinvolta in via prioritaria? O anche nei confronti dei consumatori, per renderli più sensibili e consapevoli dell'importanza di un consumo (acquisto e consumo) più critico, orientato in senso etico e ambientale.*

Allora in teoria ogni GAS dovrebbe compiere delle battaglie in quest'ottica qua sociale, ad ampio raggio ed a lungo termine, in pratica dipende quanto è attivo ciascun GAS, perché come dicevo prima il mondo è bello perché siamo tutti diversi, anche ogni GAS ha in se stesso ha un'alchimia diversa, in un GAS ci possono essere dei leader che tirano più verso queste battaglie, e in un altro GAS siamo tutti d'accordo, ma usiamo la parola pigrizia o non grossa attività, questo dipende.

I consumatori andrebbero sensibilizzati tutti, poiché noi siamo tutti consumatori e c'è da sensibilizzarsi a vicenda sempre con il passaparola, della serie, “senti com'è buono il parmigiano che compro, mi costa meno di quello del supermercato e lo prendo da un ragazzo che gli è crollato il tetto per il terremoto, e anche del parmigiano l'ha dovuto buttar via”... per quanto riguarda le istituzioni a mio modesto parere, la sensibilizzazione deve comunque partire dal basso, quindi prima di tutto le istituzioni locali e poi piano piano quelle regionali e statali. Lì man mano che è più solito il movimento, saremo anche più in grado di influenzare di più le istituzioni più alte, finché c'è un bel GAS, bello forte, bello solido, bello attivo, nelle ottiche in cui parlavamo prima, in un paese relativamente piccolo e quindi il GAS ha un certo peso, si può iniziare a parlare di sensibilizzare le istituzioni locali come l'ASL, il Comune, gli Assessorati competenti.

*Infine, ma lei crede che il sistema dei GAS possa evolvere e sostituire la distribuzione tradizionale? A quali condizioni? Cosa possiamo fare per procedere in questa direzione? E' necessario convivere, almeno in parte, con la distribuzione tradizionale e – soprattutto – con la grande distribuzione?*

Allora, il GAS così come lo conosciamo è una formula che ha pochi decenni di vita, in realtà si rifà ad una tradizione molto più antica del rapporto diretto con il produttore, perché anche la GDO in fondo ha molto meno di un secolo di vita e quindi è molto più giovane della razza umana e del vecchio baratto e della coltivazione diretta. È la GDO che si è sostituita piano piano al rapporto più vicino tra produttore e consumatore, è il contrario, il GAS o comunque il

movimento del GAS tenta a riportare la memoria di un modo che esiste da sempre di comprare il prodotto. E anche senza che esista il GAS, esiste sempre lo zio che ti porta le uova fresche perché ha sempre le galline, ok?. Cosa non è questo se non il km 0, la filiera corta e rapporto diretto tra produttore e consumatore e genuino, perché lo zio li dà soltanto il granturco e non li dà le farine animali, per dire, ok?. La sostituzione del GAS alla grande distribuzione la vedo un po' utopica, più che tentare di sostituirci, va trovato un buon compromesso o una buona soluzione win-win, perché sicuramente nelle grandi città è più difficile il rapporto diretto con il coltivatore, anche se a Milano è una grande città e c'è un bel movimento, però è un bel movimento che è sempre una nicchia. I milioni di persone che vivono in una metropoli non possono essere sfamati con l'orticello, bisogna scordarcelo, la GDO nella città non può essere assolutamente sostituita, può però essere integrata. Allora io vado al supermercato per alcune cose e per altre mi attivo proprio come referente, perché sono convinto che quella cosa serva prenderla dal produttore diretto e la prendo col GAS.

Antonella Gamba, Lombardia Bergamo, GAS Bo.Bo.

*Secondo la sua esperienza, quali sono i modi attraverso cui si entra in un GAS?*

Mediamente se uno è interessato riesce cercando, magari, ormai su internet per ottenere in qualche modo delle informazioni. Oppure queste manifestazioni (FestaGAS), cercare anche di rendersi visibili e non restare sempre a nicchia, in un mondo parallelo che non incrocia mai il mondo normale, quindi mettendoci un po' la faccia noi fuori, e un po' di curiosità degli altri...

*Dalle analisi precedenti si è riscontrato che un soggetto può entrare a far parte di un GAS attraverso due strade:*

- a. Spinta di una motivazione individuale (che porta ad informarsi e conoscere il fenomeno)*

*b. Tramite il coinvolgimento da parte di amici e parenti*

*Lei a quale appartiene? Vede queste due modalità come separate e indipendenti? Ritiene che la modalità di accesso influisca sul modo di intendere il GAS e sulla partecipazione?*

In effetti, entrare in un GAS perché si sceglie di entrare a far parte di un GAS ha una valenza diverse che il sentirne parlare dalle persone che si conoscono, perché quando poi gli spieghiamo come è il meccanismo di un GAS si spaventa, quindi uno che si informa prima già cerca di capire quale sia la filosofia e il modo di farne parte e quindi diciamo è già un po' preparato. In effetti spaventa molto questo sistema delle ricadute di gruppo, sottogruppo... però è più difficile raccontarlo che farlo, insomma.

*Secondo lei la modalità di accesso influisce sul profilo e sul percorso che andrà ad intraprendere il gasista all'interno del gruppo?*

Si chi si è informato è più motivato e quindi tende a resistere di più e poi a prendere passione di questa cosa, invece chi magari entra perché così, è stato un po' coinvolto, lo trovo un po' così, poco suo.

*Secondo lei, quali sono le principali motivazioni per cui si entra in un GAS?*

Mah guarda soprattutto, il sostenere a volte anche delle produzioni, adesso non dico che sopravvivono solo col GAS però insomma fa la differenza. Ad esempio ci sono state delle esperienze, non so se ne hai sentito parlare di questa azienda che si è trasformata in biologica di latticini, in provincia di Brescia, però è qui vicino a noi ed è un nostro fornitore, si chiama Tommasoni. Quando lui ha cercato delle banche per avere un sostegno economico, se l'è visto rifiutare ha chiesto alla rete GAS di aiutarlo, tutti i GAS della Lombardia hanno dato una quota di circa 100€ a gasista e lui in un anno e mezzo ha restituito la somma, è riuscito a superare il problema iniziale del finanziamento e adesso è una solida azienda biologica che rifornisce il GAS. Anche queste cose ti fanno piacere, perché alcune piccole aziende riescono comunque ad avere la motivazione a continuare, altre a farsi conoscere, perché poi diventa la goccia nel mare magari,



e poi un po' di porta a farti conoscere anche da chi non fa parte del GAS e riuscire magari ad entrare anche in giri più importanti. Questa è la motivazione principale, poi diciamo c'è anche quella delle reti di persone, cioè il fatto di poter conoscere tante persone che non avresti mai incontrato in vita tua per età, per professioni, e a quel punto diventa veramente un mondo sconosciuto che invece ti appassiona. Si riesce a fare le cose più strane insieme ed è bello.

*Le motivazioni principali che spingono un soggetto ad entrare all'interno del GAS sono:*

- a. Relazioni sociali, cioè la voglia di condividere il proprio tempo con altri soggetti con aspirazioni e valori simili*
- b. Caratteristiche dei prodotti, cioè la ricerca di prodotti con caratteristiche definite*
- c. Solidarietà nei confronti dei piccoli produttori, ovvero la decisione di proteggere alcune categorie di piccole imprese dalla concorrenza, dalla globalizzazione e dalle piattaforme della grande distribuzione. Insomma, decidere di intervenire sul contesto in cui si vive per*

*Le sembra che queste tre siano diffuse tra le persone che conosce nel mondo GAS? Qual è, nella sua esperienza, la più frequente, quella che riconosce più spesso negli altri. Qual è, per lei personalmente, l'ordine d'importanza tra di esse?*

Allora sono tutte e tre motivazioni importantissime, faccio anche fatica a distinguere l'una dall'altra, perché comunque ho notato che c'è un forte legame, non so come dire però, tra tutte e tre queste condizioni, non si potrebbe stare in un GAS, dove non c'è gente aperta ad essere in un GAS, non si potrebbe stare in un GAS dove i produttori non rispettano certe regole ed allo stesso tempo in un GAS dove un produttore vale l'altro, insomma, quindi, direi che sono tre valori importanti, diciamo che ogni gasista ha queste tre motivazioni.

*Quali sono secondo lei le caratteristiche essenziali dei prodotti che si comprano presso il GAS? Ce li può descrivere e spiegare se e quanto sono importanti?*

Allora la più importante che comunque, allora almeno il nostro sta molto attento, è che il prodotto sia biologico, che abbia una produzione che rispetti sia i modi di produzione della natura che delle persone, e quindi che non vengano prodotti con gli sfruttamenti che siano appunto degli uni e degli altri, e soprattutto che ci sia trasparenza. Noi proponiamo a tutti i nostri produttori una specie di “codice etico”, è un questionario a cui loro devono rispondere secondo il loro modello di produzione. A noi serve per valutare se inserire tra i nostri, appunto, produttori.

*Cosa chiedete nel questionario?*

Mah, di fatto queste cose che ti dicevo, comunque di dare un minimo di tracciabilità di quello che fanno e anche di eticità, diciamo così. Di solito chi contatta il GAS per fornire o noi GAS che contattiamo qualche produttore ci sono già queste caratteristiche, però preferiamo, ecco, che la cosa venga confermata.

*(Mostro le nostre caratteristiche e chiedo all'intervistato di darmi un ordine di importanza) Ci sono altre caratteristiche rilevanti che le vengono in mente?*

Allora, il prezzo conveniente ti dico subito, non è, se devo metterlo in questa scala lo metterei per ultimo, perché non è quello. È capitato di avere dei produttori con prezzi convenienti rispetto ad altri che invece ci davano la tracciabilità del prodotto e abbiamo scelto il più caro. Qualità, freschezza, sì, ma sono tutti freschi di solito perché arrivano direttamente da loro. La salute sì, cioè il fatto che siano biologici e che quindi siano stati coltivati o prodotti con metodi naturali, assolutamente sì. Il gusto è importante, anche quello, se no compreremo roba che non sa di nulla, ma è difficile. Assolutamente il prodotto stagionale, senza ombra di dubbio, il prodotto locale per quello che è possibile. Poi c'è quello che acquistiamo anche dalla Sicilia o dalla Calabria, insomma, dipende, e anche da loro chiediamo lo stesso rispetto del protocollo.

*Come fate a verificare se i requisiti sono rispettati, laggiù in Calabria e/o Sicilia?*

Non riusciamo a fare la verifica diretta, però è proprio la Rete dei GAS che in questo caso ci aiuta, perché come sono qui sono là e quindi riusciamo ad avere le informazioni che ci mancano.

La sostenibilità ambientale sì, normalmente se loro seno dei produttori, che appunto rispettano delle regole, noi le chiamiamo regole biologiche in senso lato. L'imballaggio ridotto sì, perché cerchiamo proprio o restituire, non so nel caso delle cassette di legno delle mele restituiamo le cassette, le riraccogliamo, oppure ci danno degli imballi ridotti. Infine il prodotto naturale deve esserci il più possibile, l'unico è il prezzo conveniente che non è determinante, poi tutte sulla stessa scala.

*In riferimento al km 0 le capita di acquistare prodotti forniti da produttori locali di altre Regioni? Ad esempio le arance di Sicilia? Come si gestisce il compromesso tra solidarietà coi coltivatori siciliani e compatibilità ambientale?*

Allora, normalmente si cerca di organizzare dei trasferimenti che raggruppino più consegne, in modo, che se il Tir non ha alternativa e deve andare avanti ed indietro, almeno ci va una volta sola e viaggia pieno. Ma adesso, anzi stamattina, c'è stato l'incontro tra i produttori di arance, e aveva lo scopo di trovare un modo per utilizzare il treno e fare anche in questo caso dei carichi importanti, nel senso non di mandare mezzo carro per uno, ma di mettersi insieme tra di loro, quindi creare una rete tra produttori che fornisca i consumatori al nord per abbassando il più possibile l'impatto ambientale.

*Ha altri esempi di questo tipo?*

Allora in altre regioni acquistiamo anche i prodotti della pulizia e dell'igiene e anche questi arrivano con un furgone, anche il parmigiano per dire, e tale furgone viene quando è totalmente carico, quindi non decidiamo noi la data, ma la data viene quasi organizzata dal produttore in modo che sa che in quel giorno consegna ma non consegna a 4 GAS ma a tutta la Provincia. Diciamo cerchiamo di fare in questo modo per limitare il più possibile l'impatto ambientale.

*1. Quali sono, se ci sono i difetti del GAS?*

Aspetta che ci penso, si ce ne sono di sicuro, d'altra parte i GAS sono fatti da persone, e non sempre le persone viaggiano sulla stessa linea d'onda, qualcuno si entusiasma di più, qualcuno perde l'entusiasmo strada facendo. Bisogna anche un po' sopportarsi a vicenda. Diciamo che però veri e propri difetti del GAS non ne trovo.

*Secondo le nostre ricerche sono: a) una modesta varietà di scelta, spesso influenzata dalla stagione e dalle scelte del produttore, b) i prodotti sono più brutti e sporchi e necessitano di tempo per la pulizia e per toglierne le parti non utilizzabili che vanno sprecate, c) i problemi logistici, legati alle date fisse di consegna, alla sede (tempi e costi di trasporto), ai turni da fare per l'organizzazione, d) i prezzi elevati.*

*Considera questi aspetti come dei problemi? Alcuni più o meno di altri? Ne vede di ulteriori?*

Nessuno, per me non sono difetti. Voglio dire la frutta e la verdura a noi non capita di trovarla sporca, diciamo così, le consegne tutto sommato non è una cosa particolarmente laboriosa. Forse qualcuno è proprio referente principale e diventa un po' più complicato, ma proprio questa cosa qui del sistema GESTIGAS, si è trovato un buon equilibrio calcolando che è tutta gente che lavora e tempo ne ha poco. Anche per il ritiro il referente dà disponibilità di orario e di giorni con grande elasticità, perché poi i GAS sono elastici nei tempi in tutti i sensi. Perché non c'è inizio e fine perché non hanno fretta, quindi può anche darsi che passi del tempo, però, insomma si pazienta.

*Secondo lei, c'è un qualche obiettivo o aspirazione di più ampio respiro rispetto alle precedenti che si intende perseguire partecipando a un GAS? Ad esempio in relazione alla struttura e alle regole del mercato: ridurre il potere dei grandi gruppi a favore di una filiera alimentare più equa e sostenibile. Oppure nei confronti delle istituzioni, cercando di sensibilizzarle rispetto alle problematiche della stagionalità, dell'impatto ambientale, della salubrità e dell'equità. Quale*

*istituzione andrebbe coinvolta in via prioritaria? O anche nei confronti dei consumatori, per renderli più sensibili e consapevoli dell'importanza di un consumo (acquisto e consumo) più critico, orientato in senso etico e ambientale.*

Allora, il primo caso, quello di cercare di modificare un po' il mercato, io credo che sia il principale scopo di chi appartiene al GAS. Nel suo piccolo, comunque, se non può modificarlo di non essere complice diciamo così. Cercare di acquistare il più possibile tramite il GAS. Anche le istituzioni sono fatte da persone, purtroppo devo dire che in questi anni di esperienza è trasversale il disinteresse delle istituzioni, qui da noi è, rispetto a questa cosa, cioè ti tollerano ma l'importante è che non rompi tanto le scatole. Tutto sommato il mercato cittadinanza è riuscito a fare tanto, quindi direi che ci vuole tempo e bisogna fargliela capir bene, sappiamo che in altre realtà ci sono ben altre collaborazioni. Cioè in altre regioni il Comune collabora con questi gruppi di acquisto.

*E voi come cercate di sensibilizzare le istituzioni e i consumatori?*

Ma questa festa qui (FestaGAS) è stata un po' modo di sensibilizzarli e di spiegare che esistiamo, che non diamo fastidio a nessuno, perché qui il timore è sempre che la piccola distribuzione scompaia davanti a un mercato di produttori, cerchiamo ecco di essere propositivi e creare momenti di incontro e di presentarci, questo è l'unico modo, poi dipende dalla loro volontà di recepire, però è proprio trasversale purtroppo.

*Infine, ma lei crede che il sistema dei GAS possa evolvere e sostituire la distribuzione tradizionale? A quali condizioni? Cosa possiamo fare per procedere in questa direzione? E' necessario convivere, almeno in parte, con la distribuzione tradizionale e – soprattutto – con la grande distribuzione?*

Credo che non ci sia altra alternativa che convivere con la grande distribuzione, non voglio dire che siamo più bravi noi per carità, poi uno decide del suo tempo come meglio crede, però credo che non ci sarà mai la possibilità che il GAS sostituiscano i supermercati. Finché noi non diamo fastidio, finché noi ci teniamo la nostra nicchia ci lasciano sopravvivere, quindi direi che si vive

ignorandosi. Noi speriamo che questa cosa contagi, non perché vogliamo far guerra alla grande distribuzione, loro ci saranno sempre perché se uno crede nei GAS ce ne sono altrettanti 10 che non sanno nemmeno cos'è, quindi prima che la cosa contaminati tutti ci vuole del tempo. Noi ci teniamo, ma perché noi abbiamo proprio un'altra visione delle cose, del mondo, della vita, dei tempi, delle relazioni e tutto quello che ci sta dietro, ecco ma da lì a pensare di riuscire a scardinare un sistema la vedo difficile, ci vuole tempo, tanto tempo.

Fabrizio Barbieri, Lombardia, Gas Bergamo Centro

*Secondo la sua esperienza, quali sono i modi attraverso cui si entra in un GAS?*

Per conoscenza, cioè se conosci qualcuno che ne fa già parte, internet, perché magari uno è già interessato e ne sente parlare da media, dai giornali e telegiornali dei GAS e magari cerca su Google "GAS", o da un evento come abbiamo fatto oggi (FestaGAS) che ha l'intento di far conoscere i gasisti di Bergamo tra di loro, perché non ci si conosce molto bene. Organizzando un'attività del genere si ha il modo di conoscersi tra gasisti e ci siamo proposti verso l'esterno per far conoscere gente che non sa cosa sono i GAS e che cosa è il mondo dei GAS.

*Dalle analisi precedenti si è riscontrato che un soggetto può entrare a far parte di un GAS attraverso due strade:*

- a. Spinta di una motivazione individuale (che porta ad informarsi e conoscere il fenomeno)*
- b. Tramite il coinvolgimento da parte di amici e parenti*

*Lei a quale appartiene? Vede queste due modalità come separate e indipendenti? Ritiene che la modalità di accesso influisca sul modo di intendere il GAS e sulla partecipazione? Secondo lei la modalità di accesso influisce sul profilo e sul percorso che andrà ad intraprendere il gasista all'interno del gruppo?*

Allora inizialmente i modi possono essere anche indipendenti, nel senso che io sono entrato a far parte dei GAS perché dei miei amici facevano parte di un altro GAS di Bergamo, mi hanno un po' spiegato, mi ha incuriosito e sono andato a qualche riunione ho visto che mi interessava e sono entrato anche io a far parte del GAS. Non sapevo niente di quello che era il mondo dei GAS, avevo sentito naturalmente parlare di biologico, biodinamico, di equo e solidale, erano già delle cose che mi interessavano, però non mi sono mai addentrato nella questione, mi sono sempre detto "si vabbè dai esistono queste cose, un po' di nicchia" poi anche in qualche negozio o nei supermercati vedi la nicchietta di prodotti biologici, però io nella GDO ho sempre visto il reparto del biologico come "leprotto" messo lì come specchietto diciamo. Magari anche sbagliando, questa è una mia idea. Poi però quando sono entrato nel GAS, spinto anche dagli amici, sicuramente il tuo interesse ti coinvolge, ti permette di continuare a far parte del GAS partecipando attivamente, perché se una persona entra a far parte di un GAS solo perché vuole risparmiare, come magari tanti dicono "i GAS sono famiglie che si mettono insieme per comprare e risparmiare", da un certo punto di vista è vero perché su qualcosa si può risparmiare però l'intento, almeno del mio GAS e degli altri GAS di Bergamo è quello sì di risparmiare ma su un prodotto che non è della grossa distribuzione e prodotto industriale, è il prodotto magari di piccole realtà che voglio sopravvivere alle grosse catene e magari fare un prodotto o recuperare un prodotto antico. Ad esempio il grano, se io prendo farina o pasta o prodotti di pastifici industriali, il grano non è recupero di antiche tradizioni o comunque antiche tipologie di grano, invece ci sono produttori che puntano sul recupero di mais, di grano, di ortaggi, di tantissimi prodotti della terra che non sono standardizzati che credono nella biodiversità, che dal mio punto di vista è molto importante. Per cui se tu entri in questo meccanismo dove tu pendì sì, mi piace far parte del GAS perché riesco ad acquistare un prodotto che non è il solito prodotto che trovo ovunque, ma è un prodotto biologico, biodinamico, solidale ma anche non solo, perché noi come GAS non compriamo solo prodotti biologici, acquistiamo anche da produttori vicini che fanno km0, è vero che non sono certificati biologici ma magari lo fanno nel proprio campo, lo

curano con meno aggressività possibile, quindi credono in un prodotto che non è certificato perché a loro non converrebbe, la certificazione ha diversi costi, ma tu sai che è un prodotto anche meglio del biologico che trovi da un'altra parte. Poi anche lì bisogna vedere, i GAS tendono quando scegli un fornitore, di andare dal produttore e vedere come lavora la terra, come cresce gli animali, come crea il suo prodotto che può essere di vestiario. Noi facciamo visite dirette, per cui ti rendi conto di realtà che non conoscevi e non conosceresti, oltre al semplice acquistare ti crei una cultura di quello che non vedi normalmente dei prodotti.

*Secondo te la condizione di ingresso influisce su un profilo di gasista oppure no?*

Boh, secondo me all'inizio magari sì è diverso, però alla lunga non influisce, perché se entri proprio nel gruppo del GAS, ti puoi ambientare o non ambientare, sono comunque gruppi aperti, non firmi un contratto, se non ti trovi, se non ti piace, se pensi che non ti convenga, se non hai tempo o comunque se non ti trovi puoi benissimo uscire. È normale che nella vita di un GAS famiglia si aggiungano e famiglie escano, è normalissimo. Capita spessissimo.

*Secondo lei, quali sono le principali motivazioni per cui si entra in un GAS?*

Mmm, motivazioni sono appunto quelle etiche e filosofiche personali, ma anche di curiosità, di fammi vedere che cos'è questo GAS, magari uno si informa, gli interessa e ci prova. Penso, non è il caso del mio GAS, ma qualcuno possa entrare per risparmiare. I GAS all'inizio erano proprio nati per il risparmio, cioè ci si metteva insieme per comprare i pannolini, ci si metteva insieme per comprare la carta igienica, ci si metteva insieme per comprare il latte in polvere, si risparmiava perché si faceva numero, però oggi penso che non sia per questo motivo.

*Le motivazioni principali che spingono un soggetto ad entrare all'interno del GAS sono:*

- a. Relazioni sociali, cioè la voglia di condividere il proprio tempo con altri soggetti con aspirazioni e valori simili*



- b. *Caratteristiche dei prodotti, cioè la ricerca di prodotti con caratteristiche definite*
- c. *Solidarietà nei confronti dei piccoli produttori, ovvero la decisione di proteggere alcune categorie di piccole imprese dalla concorrenza, dalla globalizzazione e dalle piattaforme della grande distribuzione. Insomma, decidere di intervenire sul contesto in cui si vive per*

*Le sembra che queste tre siano diffuse tra le persone che conosce nel mondo GAS? Qual è, nella sua esperienza, la più frequente, quella che riconosce più spesso negli altri. Qual è, per lei personalmente, l'ordine d'importanza tra di esse? Secondo lei coesistono e si integrano o possono essere perseguite l'una indipendentemente dalle altre?*

Caratteristiche del prodotto secondo me è quella che la maggior parte della gente reputa importante, cioè io riesco a prendere un prodotto buono, bello. Poi la solidarietà è la seconda in termini d'importanza, e la terza è la motivazione, perché magari qualcuno entra nel GAS per conoscere gente nuova, io stamani ho incontrato una persona che mi ha detto “guarda mi sono appena trasferito, mi interessava entrare in un GAS” però faceva già parte di uno, conosceva cos'erano i GAS da un'altra parte, e mi faceva “sai sono appena arrivato da queste parti, in città non conosco nessuno”, entrare a far parte comunque di un gruppo consente di espandere le amicizie, è un bellissimo punto anche questo però per me è in ordine d'importanza il terzo.

*Secondo lei la prevalenza di una di queste motivazioni rispetto alle altre identifica profili di gasisti differenti? Ce li può descrivere? Questi profili determinano comportamenti (acquisto e consumo) diversi? Ce li può descrivere?*

Secondo le motivazioni convivono, ognuno se entra con motivazioni diverse può tranquillamente far parte di un GAS, non è che ci si fa la guerra, nel senso che poi ognuno può stare in un GAS per qualsiasi motivo non è che qualcuno te lo domanda. Secondo me chi fa più rispetto agli altri è quello che entra per la prima motivazione, cioè perché crede nel prodotto e nell'aiuto della solidarietà. Anche

per me è molto importante, a parte acquistare un buon prodotto anche aiutare il produttore che tenta di fare un prodotto buono, un prodotto diverso.

*Quali sono secondo lei le caratteristiche essenziali dei prodotti che si comprano presso il GAS? Ce li può descrivere e spiegare se e quanto sono importanti?*

Secondo me deve essere un prodotto che il produttore sa far capire e lui ci tiene a questo prodotto. Secondo me è la cosa più importante, tendenzialmente dietro l'amore che il produttore ha verso il prodotto ci sta la qualità, perché se una persona crede in quello che fa, solitamente, alla lunga, non subito naturalmente, riesce a portar avanti un buon prodotto.

*(Mostro le nostre caratteristiche e chiedo all'intervistato di darmi un ordine di importanza) Ci sono altre caratteristiche rilevanti che le vengono in mente?*

Allora fare una scaletta è molto facile, nel senso che io, tante di queste cose siano molto importanti, nel senso, la qualità del prodotto per me è molto importante, il prezzo conveniente dipende, si può mettere in fondo ma non perché non è importante, perché il prezzo deve essere giusto per il prodotto. Cioè io non posso acquistare, non è logico, acquistare un prodotto dietro cui ci sta un grosso lavoro, una minor distribuzione, una minor pubblicità, non posso pensare di acquistarlo allo stesso prezzo del supermercato. Cioè se io dico voglio prendere un rotolo di carta per pulirmi le mani al market, o prenderlo da uno che lo fa con carta riciclata o con determinate attenzioni, o non mi fa la confezione di plastica ma in materiale biodegradabile, non posso pretendere che abbiano lo stesso prezzo, per cui il prezzo è importante ma scala in basso. Secondo me importantissimi sono: la qualità, il gusto, il fatto che sia un prodotto locale è importante dipende dal prodotto, cioè io non posso pensare di prendere in Lombardia le arance e gli agrumi, noi la maggior parte li prendiamo dal Sud Italia, anche perché non avrebbe senso, anche se ci sono dei produttori che li fanno qui. La stagionalità, diciamo di sì, è importante tentare di non prendere un prodotto che sai che viene fatto fuori dalla sua naturale stagione. Cioè se io voglio comprare le fragole a Dicembre, vabbè le trovo però so che non sono le fragole che crescono

spontaneamente, sono le fragole prodotte in serra o comunque surgelate. Le banane so benissimo che non sono italiane, quindi so da dove arrivano e so che giro fanno, magari a me piacciono e le prendo, so che non saranno un prodotto biologico, vabbè, anche lì ci sono diverse categorie di gasisti, come di tutte le persone. c'è chi è più ligio, cioè io la mela la mangio solo quando è la sua stagione, a me semi fanno la macedonia con la mela che non è di stagione non è che non la mangio, magari non vado a comprarla al supermercato, però se mi capita la mangio. È importante sicuramente la stagionalità, ma io non ne faccio un dramma. Anche perché viviamo in un mondo, dal mio punto di vista, pensare di vivere solo in un determinato modo non è semplice, si può fare, però secondo me bisogna trovare un giusto equilibrio tra tutto quello che riesco a trovare di una buona qualità, di un giusto gusto, un prezzo adeguato più che conveniente, un prodotto stagionale, locale, questo bisogna cercare di prenderlo in maggioranza, poi certamente lo coadiuvi con i prodotti che prendi al supermercato. Anche io faccio la spesa al supermercato, non posso, purtroppo siamo abituati, anche sbagliando, ad un certo modo.

*In riferimento al km 0 le capita di acquistare prodotti forniti da produttori locali di altre Regioni? Ad esempio le arance di Sicilia? Come si gestisce il compromesso tra solidarietà coi coltivatori siciliani e compatibilità ambientale? Ha altri esempi di questo tipo?*

Noi acquistiamo, come GAS Bergamo, allora Bergamo città è divisa in 4 GAS, è stata divisa qualche anno fa perché eravamo diventati troppi e quindi era diventato difficile da gestirci. Ogni sottoGAS diciamo, è autonomo nella gestione, però ad esempio per quanto riguarda gli agrumi, arance, limoni, manghi, cedri... gli acquistiamo quando comincia la loro stagione, una volta dai produttori calabresi e una volta dai produttori siciliani, facciamo una volta ed una volta, sono cooperative che raccolgono più produttori della stessa regione. Noi facciamo un ordine da entrambi, perché secondo noi sono due progetti importanti e non volevamo sceglierne solo uno, abbiamo detto quando comincia la stagione facciamo una volta uno e una volta l'altro e l'ordine lo gestiamo con tutti i GAS

di Bergamo, in modo che riusciamo ad abbassare le spese, riusciamo ad abbassare l'impatto ambientale, l'inquinamento. Sicuramente il trasporto da qui alla Sicilia, finchè non inventano il teletrasporto, bisogna farlo, purtroppo su gomma, in Italia sappiamo com'è il trasporto, e penso che sia difficilmente gestibile via treno. Si potrebbe provare, però... sicuramente sarebbe una bella cosa fare una spedizione su rotaia, purtroppo dagli anni '70-'80 da come è stata sviluppata l'Italia, sicuramente ti farebbero pagare di più su rotaia, però magari si riesce a trovare il modo, fare un contratto, non so come funziona, penso che ResSud si stia muovendo sicuramente in questo senso. Da altre regione prendiamo dall'Emilia il parmigiano, l'olio lo prendiamo un po' da tutte le parti, prendiamo l'olio ligure, toscano, campano, pugliese, siciliano. Per quanto riguarda l'olio ogni GAS lo gestisce separatamente, l'olio ad esempio noi, siccome abbiamo 4-5 gasisti che hanno parenti che lo fanno, abbiamo la marchetta, siamo raccomandati, magari uno che va a trovare i parenti si carica il lattone di olio, allora facciamo una volta quello, una volta quell'altro. Poi abbiamo un produttore pugliese che lo spedisce, per cui facciamo un po' così a seconda di quando ci serve l'olio vediamo chi si propone, magari si propone "si perché devo andare a trovare i parenti" allora facciamo così, è un po' caotico lo so, però gli altri GAS non so come fanno. Poi altre regioni in Liguria prendiamo l'olio e le olive, in Piemonte la carne, comunque si tenta di stare nella nostra regione non per campanilismo ma perché anche il km 0 o quasi 0 è importante. Ad esempio però, il parmigiano reggiano in Lombardia non lo facciamo, quindi non lo compriamo qui, in più quando c'è stata la richiesta del parmigiano terremotato abbiamo acquistato quello che siamo riusciti a prendere, anche attualmente prendiamo ancora del parmigiano terremotato, anche ultimamente. Quello che non troviamo qui vicino lo prendiamo da altre regioni. Anche il vino si prende in Toscana o Abruzzo.

*Quali sono, se ci sono i difetti del GAS?*

Ma i difetti del GAS secondo me sono la tendenza della gente a dire facilmente "ah non ho tempo, non riesco.." quindi più che del GAS è dei gasisti che magari

tante volte abbandonano non per pigrizia, ma poi uno alla lunga preso dai mille impegni che uno ha, dice “eh vabbè ma io non riesco a star dietro a tutto, vado a fare la spesa una volta alla settimana al supermercato e prendo tutto, perché devo star lì tra e-mail, telefonate, andare e ritirare”. Un aspetto negativo secondo me è questo cioè la gente si fa vincere troppo facilmente dalle difficoltà, poi naturalmente ognuno nella sua vita fa i conti con il proprio tempo, del proprio denaro, non si può fare i conti in tasca agli altri. Un'altra cosa negativa secondo me è che alcuni GAS non vogliono o non hanno interesse di far parte di quello che secondo me è un bel progetto, che è ReteGAS Bergamo o ReteGAS in generale, perché secondo me sarebbe molto importante avere un portale, o comunque un punto unico dove si riescono a condividere le proprie esperienze, condividere i propri fornitori. Perché magari alcuni hanno difficoltà a trovare il fornitore per un dato prodotto che altri GAS invece sono riusciti a trovare facilmente, tante energie si sprecano anche in questo, o meglio utilizzate nella ricerca del prodotto, per cui per me la ReteGAS è molto importante. Ma ho visto molti GAS che hanno la tendenza a dire “non mi interessa, perché poi devo avere a che fare con della gente che non la pensa come me, mi vogliono imporre le loro regole, io mi trovo bene col mio GAS e le mie 20 famiglie, facciamo gli affari nostri senza dover render conto a nessuno”, per cui ho visto alcune persone ragionare così, a me non dispiace e mi spiace questa cosa.

*Secondo le nostre ricerche sono: a) una modesta varietà di scelta, spesso influenzata dalla stagione e dalle scelte del produttore, b) i prodotti sono più brutti e sporchi e necessitano di tempo per la pulizia e per toglierne le parti non utilizzabili che vanno sprecate, c) i problemi logistici, legati alle date fisse di consegna, alla sede (tempi e costi di trasporto), ai turni da fare per l'organizzazione, d) i prezzi elevati.*

*Considera questi aspetti come dei problemi? Alcuni più o meno di altri?*

Mah secondo me nessuno di questi è negativo, perché il prezzo elevato non è vero dipende che prodotto prendi, anche io mi hanno proposto dei prodotti, mi pare degli sciroppi, vino, olio... che ho ritenuto che avevano un costo elevato e

non li ho presi. Ma è una piccola parte di prodotto rispetto a quello che prendiamo, per cui prezzo elevato no, per quello che ho detto prima, secondo me non è vero, certo è più elevato rispetto al prezzo del discount o del supermarket, senza voler togliere niente al supermarket o discount, ma in questo periodo la gente fa i conti con le proprie tasche e prende le cose dove vuole. Ad esempio io e mia moglie la carta igienica e la carta casa e i detersivi li compriamo al discount, qualcosa lo prendiamo biologico e qualcosa tradizionale, dipende, se riusciamo a trovare il biologico che ha un prezzo abbordabile lo prendiamo, anche perché ad esempio i detersivi abbiamo cercato di eliminarli il più possibile usando cose diverse, ad esempio mia moglie si trova bene con i panni per pulire senza detersivo, non mi ricordo il nome della marca, e pulisce solo con quelli e acqua. Mentre le pastiglie per la lavastoviglie le compriamo biologiche con il GAS, noi magari sbagliamo, ma non siamo fiscali su tutto. La modesta varietà secondo me non è vero io con il GAS trovo un sacco di cose, certo quelle che mi mancano le prendo al supermercato, quindi se uno mi dice “no io voglio entrare nel GAS, solo che compro tutto con il GAS”, forse è difficile, se uno riesce a convivere col fatto che compri anche qualche cosa al supermarket è meglio. Ad esempio il latte lo compro solo al supermercato perché quello che prendi con il GAS è intero e a me dà dei problemi a livello di salute, per cui mi piacerebbe trovare un produttore. Forse sì è negativo, ma non così tanto. Le parti sporche del prodotto o che devo pulirlo secondo me è l’assurdità della mentalità moderna, che veramente mi fa arrabbiare, ti faccio un esempio stupido, chi prende la mela al supermercato che mi ci specchio e che è stata lucidata, mi fa venir voglia di spaccarla in terra. Cioè non è possibile che io vada a comprare la cassetta di mele e sono tutte rosse uguali, tutte dello stesso diametro, tutte perfettamente senza nemmeno un bozzo. La mela è buona appena tirata giù dalla pianta e che ha dei difetti, le mele più buone sono quelle dove gli uccellini ci hanno ficcato il becco per mangiarci perché sono le più dolci. Certo le prendi e non ti durano 4 mesi devi mangiarle nel giro di 2 settimane, le mangio quando ci sono. Le patate le prendo e se devo tagliarci due bitorzolini, li taglio e le mangio lo stesso, sono buonissime rispetto alla patata che è stata lavata con soda, non so con cosa per

renderle bianche. I prodotti alimentari sono buoni e belli perché sono naturali. È un pregio. Mentre le date fisse e gli orari di consegna non è né un pregio né un difetto è una cosa con la quale il gasista deve saper convivere, perché dovendo andare a trovare della gente magari trovi l'occasione di andare a bere il caffè da qualcuno e ritiri il prodotto. Magari ci si organizza una sera e si mangia una pizza e chi ha comprato quel prodotto te lo porta, secondo me non è né un pregio né un difetto è soltanto una cosa con cui devi vincere la pigrizia, piuttosto che arrivare a casa, mangiare e metterti sul divano, in questo caso mangi e vai a fare un giro o prendi la tua bicicletta e ti carichi le tue cose, se sono cose piccole, se sono cose grandi purtroppo la macchina bisogna usarla.

*Secondo lei, c'è un qualche obiettivo o aspirazione di più ampio respiro rispetto alle precedenti che si intende perseguire partecipando a un GAS? Ad esempio in relazione alla struttura e alle regole del mercato: ridurre il potere dei grandi gruppi a favore di una filiera alimentare più equa e sostenibile. Oppure nei confronti delle istituzioni, cercando di sensibilizzarle rispetto alle problematiche della stagionalità, dell'impatto ambientale, della salubrità e dell'equità. Quale istituzione andrebbe coinvolta in via prioritaria? O anche nei confronti dei consumatori, per renderli più sensibili e consapevoli dell'importanza di un consumo (acquisto e consumo) più critico, orientato in senso etico e ambientale.*

Allora secondo me è molto importante quello di non demonizzare la grossa distribuzione, perché c'è le persone vi si trovano bene, però è molto importante aiutare il piccolo produttore che vuole fare un prodotto diverso, poi è giusto che uno possa scegliere voglio quello o voglio quell'altro, voglio un prodotto che mi coltivano fuori casa in una determinata maniera, con una determinata cura, lo pago un po' di più o no non mi interessa voglio un prodotto che costa poco e lo compro al supermercato. È giusto che uno possa scegliere, è giusto che un produttore possa scegliere la propria attività non dovendo vendere a prezzi ridicoli, perché tante volte sono prezzi ridicoli alla grossa distribuzione che ti dice "sì ti compro tutto però mi devi fare questo prezzo qui" poi è una catena, perché è costretto ad assumere in nero, non pagare i fornitori, utilizzare dei

metodi non proprio così leciti per far crescere meglio una volta di più la tua pianta, utilizzare fertilizzanti che poi alla lunga inquinano o comunque impoveriscono il terreno. Sarebbe molto importante che le istituzioni capissero che forse al posto di continuare a dare permessi per costruire centri commerciali in ogni aiuola, si potrebbe anche incentivare chi invece crede in un prodotto diverso. Sicuramente le istituzioni che riguardano l'ambiente, anche quelle che riguardano le politiche sociali, perché tanti produttori fanno lavorare o cercano di far lavorare persone che hanno avuto problemi come ex carcerati, ex tossicodipendenti, o comunque gente che ha difficoltà a trovare lavoro, tanti produttori cercano di far lavorare queste persone, è difficile perché purtroppo nel sistema in cui siamo arrivati pagare regolarmente una persona, un dipendente costa tantissimo per un sacco di motivi, per cui anche un piccolo produttore ha un enorme difficoltà ad assumere persone, per cui tendenzialmente sono gruppi familiari, di solito, o cooperative che riescono a fare discorsi più ampi. Un'altra aspirazione è anche il creare un consumatore, un acquirente più che un consumatore più consapevole, rispetto a quello che compra. Ok è giusto che compri anche a basso prezzo nella grossa distribuzione, però secondo me, forse, le grosse distribuzioni e i grossi produttori dovrebbero essere costretti a dire la verità su come e cosa producono, perché purtroppo non lo sono e sicuramente se compri della pasta della GDO, chi la compra non sa cosa ci sta dietro, non sa quel grano dove arriva, non sa quella pasta come è stata trattata per poter arrivarti sulla tavola in un certo modo, per cui le istituzioni dovrebbero costringere chi fa determinate produzioni a dichiarare a pieno come le fa. Poi oh può benissimo scegliere e dire io so che è così però mi sta bene comunque. Però c'è dietro della chiarezza, ad oggi però questa chiarezza non c'è sulla maggior parte dei prodotti industriali, assolutamente.

*Infine, ma lei crede che il sistema dei GAS possa evolvere e sostituire la distribuzione tradizionale? A quali condizioni? Cosa possiamo fare per procedere in questa direzione? E' necessario convivere, almeno in parte, con la distribuzione tradizionale e – soprattutto – con la grande distribuzione?*



Si come ho detto ora, con una maggiore trasparenza e consapevolezza uno deve essere poter libero di scegliere, cosa sceglie, che è importantissimo. Si può benissimo convivere con la grande distribuzione perché anche io ci coesisto, compro, so che dietro tanti prodotti non ci sta un discorso totalmente che condivido, però o andiamo a vivere tutti come nel passato che torniamo ad essere tutti agricoltori e ci mangiamo quello che coltiviamo, se no, purtroppo, è impensabile che il fenomeno dei GAS sostituisca in tutto e per tutto la grande distribuzione. Per assurdo, se voglia questo, dovresti fare un GAS che ha un locale dove raduna tutta la merce e la gente può andar lì a comprare come in un negozio, però alla fine ci starebbero dietro tutti dei costi che non hanno senso. Ci sono già i negozi che vendono i prodotti biologici, equo e solidali, hanno i loro costi, più elevati rispetto al GAS, hanno dei prodotti buoni, e che hanno un discorso diverso da quelli della GDO e tanta gente che conosco anche dei GAS tanti prodotti li compra in questi negozi, preferisce pagare un po' di più ma preferisce essere libera di comprarli quando vuole, senza bisogno di dover fare il giro in macchina a prender le cose. Ripeto secondo me devono esistere tutte e tre le cose la grande distribuzione, la piccola distribuzione di questi prodotti tramite cooperative o botteghe e anche devono esistere i GAS. È importante che ognuno sappia cosa può scegliere.

- Tabella riassuntiva degli intervistati

<b>Nome</b>	<b>Età</b>	<b>Sesso</b>	<b>Professione</b>
Cristiano	33-35	M	Insegnante e proprietario di una scuola di musica
Gerardo	35-37	M	Militare
Alessandra	30	F	Commessa
Vincenzo	40-42	M	Libero Professionista
Lorenzo	40-45	M	Agricoltore-Produttore
Antonella	60-62	F	Pensionata
Fabrizio	35-38	M	Impiegato