

## **G.A.S. – Gruppi di Acquisto Solidale** **Produzioni e Consumi Alimentari, Società, Ambiente**

Tommaso REGGIANI<sup>1</sup> – Fabrizio FERRIANI<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Dipartimento di Scienze Economiche - Università di Bologna ; GAS ACLI Milano < [tommaso.reggiani@unibo.it](mailto:tommaso.reggiani@unibo.it) >

<sup>2</sup> Dipartimento di Scienze Economiche - Università di Bologna ; SLOW FOOD Bologna < [fabrizio.ferriani@unibo.it](mailto:fabrizio.ferriani@unibo.it) >

### **Abstract:**

I *Gruppi di Acquisto Solidali (GAS)* nascono dall'aggregazione di consumatori critici, che spontaneamente si organizzano per gestire collettivamente e senza scopo di lucro l'acquisto di beni (principalmente prodotti alimentari o di largo consumo) esprimendo attivamente la propria solidarietà, sia in ottica mutualistica nei confronti dei medesimi consumatori partecipanti, sia nei confronti dei produttori che caratterizzandosi per genuine politiche etiche e valoriali nell'ipostazione del proprio stile imprenditoriale (dignità del lavoro) nonché per l'attenzione al rispetto dell'ambiente (colture biologiche), rimangono esclusi dai canali della grande distribuzione organizzata (g.d.o.) poiché non disposti ad accettare i vincoli al ribasso (sia sociali che ambientali) che il circuito della g.d.o. – implicitamente – applica ai propri fornitori.

### **La nascita e gli obiettivi**

Il *consumo critico* nel suo complesso, di cui i GAS ne costituiscono una particolare articolazione, nasce dalla rinnovata consapevolezza di alcuni gruppi di consumatori nei confronti del loro preziosissimo ruolo che possono efficacemente ricoprire all'interno del meccanismo di mercato. Acquistando e scegliendo un prodotto a scapito di un altro, il consumatore trasmette informazioni al mercato circa le proprie preferenze, disponendo così di un potere potenzialmente molto forte: orientare il mercato – e con esso la società nel suo complesso – attraverso il proprio comportamento di acquisto [Tosi (2010); Carrera (2009)]. Abbracciando questo specifico orizzonte d'analisi, la qualità dei prodotti viene a delinearci presso la sua accezione più ampia, misurata attraverso criteri capaci di apprezzare, oltre che il benessere privato, anche gli effetti che il consumo individuale spiega sul resto della collettività nonché sull'ambiente. Se si adotta questo principio nell'orientare le proprie scelte di consumo, si richiedono al mercato prodotti rispettosi dell'ambiente e delle condizioni di lavoro dei produttori, oltre che naturalmente delle esigenze particolari degli acquirenti. In quest'ottica, ogni scelta di consumo equivale sostanzialmente ad esprimere un voto politico nei confronti dell'assetto sociale ed economico che desideriamo [Graziano (2010)]. I GAS si propongono dunque come una particolare declinazione del più vasto universo del consumo critico. Reagendo alla provocazione lanciata dal missionario comboniano padre Alex Zanotelli nel settembre 1993, durante l'incontro di Verona promosso dal gruppo *Beati i Costruttori di Pace*, nel 1994 un gruppo di famiglie di Fidenza (PR) coglie l'occasione per sviluppare un'attenta riflessione culturale riguardo l'insostenibilità sociale del modello economico dominante. Questo slancio critico si accompagnava ad un'iniziativa concreta di cambiamento praticabile nella quotidianità del vivere domestico [Sarodi (2001); Valera (2005)]: adottando la solidarietà come criterio guida delle scelte di consumo, si procede acquistando collettivamente prodotti alimentari presso piccoli produttori rispettosi dei valori dell'ambiente e della dignità del lavoro, che per questi motivi sono stati emarginati dalle logiche della grande distribuzione organizzata (g.d.o.), volte esclusivamente ad un orizzonte efficientista.

## **Le caratteristiche**

L'ordinamento giuridico italiano definisce formalmente i GAS come «soggetti associativi senza scopo di lucro costituiti al fine di svolgere attività di acquisto collettivo di beni e distribuzione dei medesimi con finalità etiche, di solidarietà sociale e sostenibilità ambientale» (Legge Finanziaria 2008, art. 1, comma 268). Il valore fondamentale della solidarietà viene inteso come intreccio di dinamiche d'aiuto reciproco, che a partire dal gruppo di consumo si allarga ai produttori, sino ad abbracciare i popoli del Sud del mondo, che subiscono le perverse conseguenze causate dell'attuale modello di sviluppo economico [Guadagnucci (2007)].

Questa specifica modalità di approvvigionamento domestico, risponde a molteplici istanze valoriali. In primis gli aderenti ad un GAS trovano l'occasione per riscoprire l'acquisto come un fattore comunitario, sociale e relazionale [Reggiani (2009); Montagnini e Reggiani (2010)] sia all'interno del gruppo – contribuendo solidalmente alle attività organizzative rifacendosi ai principi di reciprocità e mutua assistenza – sia nei confronti dei produttori selezionati con i quali si instaura un clima di dialogo e fiducia reciproca. I piccoli produttori virtuosi trovano un nuovo sbocco di mercato, senza dover sottostare alle condizioni imposte dalla g.d.o.. Inoltre si genera il benefico effetto di mutuo vantaggio, tale per cui i consumatori possono godere di prodotti di alta qualità (sia materiale che valoriale) a prezzi competitivi causa l'esclusione di intermediari; contemporaneamente ai produttori viene riconosciuto un prezzo equo per il loro prodotto, altrimenti eroso dai margini e dalle aggressive politiche di prezzo previsti dal circuito della g.d.o. .

Centrale è l'attitudine a prediligere prodotti locali, che se da una parte consente di abbattere l'impatto ambientale connesso al trasporto della merce (filiera corta) , dall'altro lato consente di relazionarsi direttamente con il produttore ponendo attenzione sulle condizioni di lavoro e gestionali all'interno dell'azienda. Il "chilometro zero" è una delle principali linee di indirizzo su cui Slow Food [Petrini (2009)] sta insistendo con maggior convinzione, favorendo la nascita dei Mercati della Terra anche nelle grandi città (Bologna e Milano), per consentire al consumatore di identificarsi a pieno nel ruolo di co-produttore. I co-produttori sono coloro che non si limitano ad una scelta critica nella sola fase di acquisto, sono consumatori che vanno oltre, si interessano di un prodotto sin dalla sua origine, sono attenti alle produzioni locali e alla stagionalità, al giusto valore del lavoro necessario per ottenere un prodotto, e cercano una continua interrelazione con contadini, allevatori, pescatori.

Una parziale deroga al principio ambientalista teso a ridurre l'impatto generato dalle lunghe distanze di trasporto, viene tuttavia concesso, nel momento in cui si rivolge lo sguardo a prodotti e produttori afferenti al circuito del commercio equo e solidale [Van der Hoff (2005)].

## **L'organizzazione e la diffusione**

Lo scambio di esperienze (contagio) fra un GAS ed un altro gruppo di consumatori critici interessati all'iniziativa, che iniziano ad imitarlo con tutte le opportune varianti del caso, costituisce il canale principale di diffusione di tale fenomeno. Una seconda modalità di diffusione, prevede la nascita di nuovi GAS secondo un processo di gemmazione: a partire da un gruppo solido e rodato che funge da incubatore, gruppi più piccoli verranno a generarsi al suo interno, i quali successivamente si renderanno autonomi dando vita a nuovi GAS.

Attraverso queste due dinamiche, contagio e gemmazione, i GAS hanno sperimentato un forte sviluppo che prevede tendenzialmente il raddoppio del loro numero ogni due anni: Retegas – organo di coordinamento nato nel 1997 con l'obiettivo di svolgere attività di supporto e divulgazione a livello nazionale – nel 2009 ha registrato l'adesione di 618 gruppi

distribuiti prevalentemente nel nord Italia; parallelamente si stima un analogo numero di gruppi a carattere estemporaneo non censiti.

In questo crescente percorso di proliferazione, la forza del modello gasista risiede nella sua natura estremamente leggera e flessibile: pur condividendo i medesimi principi di salvaguardia dell'ambiente, tutela del lavoro e qualità del prodotto, ogni GAS si organizza in modo autonomo ed indipendente. Nel movimento gasista convivono efficacemente sia piccoli gruppi composti da sole poche famiglie, sia grandi gruppi che possono superare il centinaio di famiglie aderenti, gruppi informali e gruppi regolarmente costituiti.

All'interno delle specificità di ogni singolo gruppo, le maggiori caratteristiche riguardanti l'operatività di un GAS sono tendenzialmente omogenee. In primo luogo ogni gruppo sceglie collegialmente prodotti e relativi produttori da inserire nella lista d'acquisto, interrogandosi sulle modalità più opportune attraverso le quali declinare il concetto di solidarietà all'interno dei propri comportamenti di acquisto e consumo. In generale ci si orienta verso produttori locali di piccole dimensioni, sensibili alla causa ambientale volte a produzioni biologiche ed alieni ad ogni forma di sfruttamento del lavoro. Definiti prodotti e produttori, con cadenza periodica il referente del gruppo che si occupa della gestione dei rapporti con i produttori, raccoglie gli ordini di tutti i componenti del GAS trasmettendoli in un'unica soluzione ai differenti produttori. I produttori consegneranno quindi la merce presso il punto di ritrovo del GAS, ogni membro ritirerà la propria parte pagandola direttamente al responsabile, il quale liquiderà cumulativamente i differenti produttori per conto di tutti i componenti del GAS. Acquistando con questa formula, il gruppo sovente si trova a spuntare un prezzo inferiore a quello che dovrebbe altrimenti sostenere per prodotti di pari qualità acquistati presso la g.d.o., grazie al taglio dei passaggi commerciali e dei relativi margini di ricarico, che caratterizzano la catena commerciale tradizionale. Per le medesime considerazioni, anche il produttore è in grado di vendere ai GAS i propri articoli a prezzi maggiori rispetto quelli che gli sarebbero riconosciuti dalla g.d.o.. Essenzialmente l'idea è quella di trovare una soluzione equa di cui possano beneficiare contemporaneamente produttori e consumatori, evitando di coinvolgere intermediari capaci di crearsi vantaggi o posizioni di rendita.

## **Le prospettive**

Negli ultimi anni il dibattito e l'attenzione del movimento gasista si sono estesi verso questioni più generali. In particolare sorge il tema circa le modalità più opportune per applicare con successo il criterio gasista a tutti i prodotti (quindi non solo alimentari) ed i servizi (utenze e settore terziario), dei quali si usufruisce nella vita di tutti i giorni. Ovvero si cerca di declinare il metodo dei GAS in relazione alla questione energetica, ai servizi di comunicazione, al settore dei servizi di cura ed assistenza, avendo la chiara consapevolezza che la filiera produttiva caratterizzante tali beni ad alto valore aggiunto non potrà più essere affrontata dai singoli GAS, bensì dovrà essere necessariamente esaminata a livello di aggregazione più ampia e consortile fra i diversi gruppi locali. In questa direzione si stanno dirigendo le due maggiori proposte che caratterizzano le prospettive future del movimento gasista. Con il modello dei progetti, gruppi di GAS si organizzano consortilmente per poter affrontare un problema specifico, che supera le potenzialità esprimibili individualmente da un singolo gruppo. Parallelamente si sta sviluppando il più articolato ed ambizioso modello dei Distretti di Economia Solidale: reti economico-impresariali a carattere locale, presso le quali i diversi attori dell'economia sociale del territorio (botteghe del mondo, finanza etica, turismo responsabile, agricoltura biologica etc..) fanno sistema per potersi mutualmente sostenere, promuovendo circuiti economici eticamente orientati. All'interno di un Distretto di Economia Solidale, i GAS rivestono il cruciale ruolo di esprimere ed organizzare la domanda

aggregata in grado di sostenere ed animare tale l'iniziativa. Per questa stessa ragione, in molti casi, la nascita di un Distretto di Economia Solidale scaturisce esattamente dalla diffusione e dall'organizzazione della domanda dei GAS.

In prospettiva futura i GAS sono destinati ad incrementare sia come numero sia come varietà di offerta e tipologie di attività. In quest'ottica, la loro sfida civile risiede esattamente nell'ottimizzare la propria voce esercitando consapevolmente il proprio potere di acquisto, al fine di testimoniare la rinnovata opportunità di praticare uno stile economico animato da principi di solidarietà e fraternità, compatibile con le persone e l'ambiente.

## Bibliografia

- Graziano P. R., (2010). "Nuove Forme di Partecipazione – I Gruppi di Acquisto Solidale", in *Aggiornamenti Sociali*, Vol. 3/2010, pp. 181-189.
- Guadagnucci L., (2007). *Il Nuovo Mutualismo*, Feltrinelli, Milano.
- Legge Finanziaria 2008, articolo 1, commi 266, 267, 268 della Legge 24/12/2007, n. 244. (Gazzetta Ufficiale n. 300 del 28/12/2007 - Supplemento Ordinario n. 285).
- Carrera L., (2009). "I Gruppi di Acquisto Solidale. Una Proposta Solida nella Società Liquida", in *Partecipazione e Conflitto*, Vol. 3/2009, pp. 95-122.
- Montagnini E., Reggiani T., (2010). "Nuove Forme di Consumo e Socializzazione: I Gruppi di Acquisto Solidale (GAS)", in *Consumatori, Diritti e Mercato*, Vol. 1/2010, pp. 91-101.
- Petrini C., (2009). *Terra Madre*, Giunti, Firenze.
- Reggiani T., (2009). "GAS (Gruppi di Acquisto Solidale)" in Bruni L., Zamagni S., (edd) (2009), *Dizionario di Economia Civile*, Città Nuova, Roma, pp. 445-449.
- Saroldi A., (2001). *Gruppi di Acquisto Solidale*, EMI, Bologna.
- Tosi S., (2010). "Il Consumo Critico", in *Consumatori, Diritti e Mercato*, Vol. 1/2010, pp. 102-110.
- Valera L., (2005). *GAS: Gruppi di Acquisto Solidale*, edizioni Terre di Mezzo, Milano.
- Van der Hoff F., (2005). *Faremo il Mondo Migliore: Idea e storia del commercio equo e solidale*, Bruno Mondadori, Milano.
- Retegas <<http://www.retegas.org/>>