

IL PAESE CHE CAMBIA

La spesa si fa assieme

Quasi 7 milioni di italiani nei gruppi d'acquisto

La filosofia alla base è differente: i Gas mettono la solidarietà al primo posto. Poi c'è chi si consocia solo per risparmiare e chi crea una struttura per socializzare

DANIELA AMENTA
ROMA

IL PRIMO GAS ITALIANO È DA DOPO DIVENTATO MAGGIORENNI. NATO A FIDENZA, IN PROVINCIA DI PARMA, NEL LONTANO 1994 quando di chilometri zero e consumi critici non parlava nessuno. Quindici famiglie in totale. «Volevamo mangiare con la testa, non solo con la pancia - ricorda il fondatore Roberto Maghenzani - Alimenti sani, non trattati. E magari risparmiare». Prima verdure e frutta di zona, poi pane olio, vino, formaggi e carne. Adesso anche detersivi naturali e prodotti per l'igiene personale. Nel 2005 il Gruppo di Acquisto Solidale di Fidenza è diventato un'associazione dentro la quale gravitano almeno duecento consumatori che, a loro volta, sostengono l'economia di piccoli produttori, agricoltori, artigiani. Un circolo virtuoso.

Oggi sono quasi 7 milioni gli italiani (il 18,6%) che fanno la spesa attraverso i Gas, 2,7 milioni in modo continuativo. I dati sono di Coldiretti e Censis e fotografano un pezzo d'Italia che sta trasformando l'approccio al cibo mettendo sul piatto anche finalità etiche, solidarietà sociale e sostenibilità ambientale. E più cresce la richieste, più aumentano i Gruppi d'Acquisto: almeno 1600 sono quelli censiti. Poi, esistono piccolissime realtà - colleghi di lavoro, condomini, amici - che si consociano per fare la spesa collettiva e risparmiare sulla benzina. «In questo caso - spiegano dalla Coldiretti - si può parlare di "carpooling" più che di Gas, con i partecipanti che si mettono in auto assieme per dividere i costi e fare gli acquisti nei punti più convenienti: dalle aziende agricole ai mercati all'ingrosso agli ipermercati fino ai discount».

Una realtà economica e culturale molto interessante da decifrare: al momento la rete dei Gas comprende 4.739 aziende agricole, 877 agri-

turismi, 1.105 mercati, 178 botteghe ai quali si aggiungono 131 ristoranti e 109 orti urbani, per un totale di quasi settemila punti vendita. E non c'è che l'imbarazzo della scelta sul Gruppo da scegliere e sulle modalità di adesione. «Ogni Gas ha propri criteri per selezionare i fornitori, individuare i modi di consegna, stabilire con il

produttore un prezzo equo e scegliere cosa acquistare privilegiando la stagionalità, il biologico, il sostegno alle cooperative sociali, la riduzione degli imballaggi, le dimensioni del produttore o infine la vicinanza territoriale (chilometro zero) - continuano dalla Coldiretti - Le modalità di acquisto variano notevolmente e vanno dalla consegna a domicilio, alla prenotazione via internet fino "all'adozione" in gruppo di interi animali o piante da frutto. Anche gli accordi del gruppo di acquisto con l'azienda sono differenti e possono prevedere la consegna settimanale del prodotto (ad esempio una cassetta di frutta e verdura di stagione) oppure la formulazione di specifici ordini per telefono o attraverso internet, ma anche tramite abbonamento con l'offerta di prodotti a scadenze fisse e pagamento anticipato. Le modalità maggiormente diffuse sono la distribuzione di cassette di ortofrutta a cadenza settimanale o bisettimanale e la vendita di pacchi di carne».

Dunque una varietà di proposte, a seconda dalle esigenze: dalle organizzazioni più radicali e politicamente impegnate spesso nate nei centri sociali, alle strutture più soft, con spesa a domicilio, portata direttamente in bici e consegnata di notte sullo zerbino. Come nel caso delle Zolle, a Roma, che fa capo a una rete di aziende agricole biologiche laziali e che insieme al settimanale cartone pieno di verdure rigorosamente stagionali inserisce le ricette per cucinare i prodotti meno consueti. Nel documento base redatto dai Gas nel 1999 si chiariscono proprio le dif-

ferenze tra i diversi approcci: «Essere un Gruppo d'acquisto solidale non vuole dire soltanto risparmiare acquistando in grandi quantitativi, ma soprattutto chiedersi che cosa c'è dietro a un determinato bene di consumo: se chi lo ha prodotto ha rispettato le risorse naturali e le persone che le hanno trasformate; quanto del costo finale serve a pagare il lavoro e quanto invece la pubblicità e la distribuzione; qual è l'impatto sull'ambiente in termini di inquinamento, imballaggio, trasporto, fino a mettere in discussione il concetto stesso di consumo ed il modello di sviluppo che lo sorregge». La spesa è cambiata. L'Italia sta cambiando.



www.ecostampa.it

