



**Facoltà di  
Agraria**



**Università degli Studi  
di Palermo**



**Dipartimento  
ESAF**

**DOTTORATO DI RICERCA IN ECONOMIA E POLITICA AGRARIA**

**XXII CICLO  
SSD AGR/01**

---

**I GRUPPI DI ACQUISTO SOLIDALE IN SICILIA  
ANALISI DI UN CASO STUDIO: IL GAS DELLA FACOLTÀ DI  
AGRARIA DI PALERMO “GASUALMENTE”**

---

*Dottorando*

*Dr. Alessandro Albanese*

*Relatore*

*Prof. Giorgio Schifani*

*Coordinatore del Dottorato*

*Prof. Pietro Columba*

---

TRIENNIO ACCADEMICO 2007/08-2009/10

## Indice

<b>Introduzione</b>	pag. 3
<b>1. Aspetti metodologici</b>	» 7
<b>2. Economia solidale e sviluppo rurale</b>	
2.1 Crescita economica e sviluppo sostenibile	» 14
2.2 Il consumo critico e responsabile	» 25
2.3 Sviluppo rurale e agricoltura multifunzionale	» 34
<b>3. I Gruppi di Acquisto Solidale: un punto d'incontro tra sviluppo rurale e consumo critico.</b>	
3.1 Che cosa sono i Gruppi di Acquisto Solidale	» 45
3.1.1 Struttura organizzativa e modalità operative	» 48
3.2 Lo sviluppo dei Gruppi di Acquisto Solidale in Italia	» 50
3.2.1 Analisi del contesto nazionale	» 50
3.2.2 Caratteristiche dei GAS in Italia	» 55
3.3 Sviluppo e distribuzione dei Gruppi di Acquisto Solidale in Sicilia	» 63
3.3.1 Analisi del contesto regionale	» 63
3.3.2 Caratteristiche dei GAS in Sicilia	» 68
3.3.3 Produttori e aziende fornitrici	» 79
<b>4. La Social Network Analysis per lo studio delle relazioni di un GAS in Sicilia.</b>	
4.1 Il Caso studio: "GASualmente" il GAS della Facoltà di Agraria di Palermo	» 89
4.2 I network relazionali del GAS di Facoltà.	» 96
4.3 Risultati dell'analisi di rete	» 102
4.3.1 Analisi matematica della rete	» 104
4.3.2 Analisi matematica degli attori	» 113
4.3.3 Analisi delle clique	» 124
4.3.4 Rappresentazione grafica	» 134
<b>5. Conclusioni</b>	» 139
<b>Riferimenti bibliografici</b>	» 143

## **Introduzione**

Negli ultimi anni il sistema agroalimentare mondiale è stato sollecitato dal cambiamento delle tendenze dei consumatori che, progressivamente, hanno acquisito maggiore consapevolezza dei processi produttivi e sviluppato una maggiore sensibilità nei confronti delle problematiche sociali, ambientali e della sicurezza alimentare.

Le nuove tendenze e i nuovi atteggiamenti dei consumatori sono influenzate da motivazioni di carattere etico, sociale ed ecologico e nascono dalla necessità di spostare i consumi alimentari, per indirizzarli verso soglie qualitativamente più alte.

La scelta di acquistare un prodotto assume un valore di scambio sociale, diventa un simbolo, un segnale e rappresenta una modalità attraverso cui l'individuo esprime se stesso, la propria identità culturale e i propri ideali.

Si delinea un nuovo consumatore (definito postmoderno) che rappresenta un soggetto sociale autonomo, esigente e competente, sempre più informato su ciò che lo riguarda, che rivede le proprie priorità nell'ambito dei consumi e identifica nell'atto dell'acquisto un modo per comunicare il proprio status quo e partecipare alle relazioni sociali (Cembalo et al, 2011).

Le scelte di acquisto non sono più dettate solo da considerazioni che tengono conto delle caratteristiche funzionali dei prodotti, ma sono attuate in funzione dei loro requisiti qualitativi e dal codice comportamentale adottato dalle aziende produttrici (Schifani G., Migliore G., 2011).

In questo caso la "qualità" dei beni alimentari non è intesa solo da un punto di vista merceologico (qualità oggettiva) ma è intesa come capacità di creare relazioni, emozioni ed esperienze significative (qualità virtuale).

Lo scambio di prodotti alimentari assume un nuovo significato e diventa, quindi, la base per costruire relazioni sociali e nuove identità culturali, condividere principi e valori.

Il consumo quotidiano diventa quindi espressione di una struttura reticolare

di relazioni utilizzata come strumento per esprimere impegno sociale e responsabilità civile.

Sulla base di queste considerazioni oggi, in tutto l'Occidente, una parte sempre crescente di consumatori cosiddetti "*critici*" pone attenzione al comportamento delle imprese produttrici e sceglie quelle che operano nel rispetto dell'intera società civile (della salute del consumatore, dei diritti dei lavoratori che entrano a far parte del processo produttivo e dell'ambiente e delle risorse naturali).

Si assiste, pertanto, al proliferare di numerose iniziative collettive finalizzate a contrastare, dal basso, il sistema agro-alimentare dominante e i suoi effetti negativi (omologazione e de-localizzazione dei processi produttivi, riduzione della biodiversità, inquinamento ambientale, minaccia alla salute pubblica, alterazione dei rapporti tra produzione e consumo, ecc.).

Diverse sono state le esperienze che hanno cercato di creare dei sistemi validi e alternativi in grado di promuovere e sostenere un'agricoltura multifunzionale ed eco-compatibile.

In questo contesto, i Gruppi di Acquisto Solidale (GAS), particolare forma di organizzazione di consumatori "*consapevoli*" che si caratterizzano per la qualità delle scelte che operano, rappresentano dei "*percorsi innovativi collettivi*"<sup>1</sup> ascrivibili all'interno di quelle iniziative orientate ad una riorganizzazione del sistema agro-alimentare nell'ottica di una strategia più ampia di riscoperta, tutela e valorizzazione delle risorse locali (culturali, sociali ed ambientali).

La tesi è il risultato delle attività di studio e ricerca condotte durante il Dottorato di Ricerca in "Economia e Politica Agraria" del Dipartimento Demetra (Settore di "Economia dei Sistemi Agro-Forestali") della Facoltà di

---

<sup>1</sup> Guidi F. "*Filiera corta: percorsi di innovazione tecnici, organizzativi e sociali nella gestione strategica delle nicchie. Esperienze in Toscana e in Provenza*". Tesi di dottorato di ricerca 2009 Università di Bologna

<sup>2</sup> [www.retegas.org](http://www.retegas.org); [www.GAS-sicilia.it](http://www.GAS-sicilia.it); [www.siqillyah.it](http://www.siqillyah.it)

<sup>3</sup> Convegno Nazionale dei GAS tenutosi a Petralia nel giugno del 2009 e Forum Regionale dei Gruppi di Acquisto Solidali Siciliani "*Il futuro e' pieno di idee*" tenutosi a Caltanissetta aprile 2009.

<sup>4</sup> [www.retegas.org](http://www.retegas.org)

<sup>5</sup> La raccolta dei dati relazionali, oltre che con il *metodo delle relazioni egocentriche*, può avvenire

Agraria di Palermo.

L'obiettivo della tesi è quello di indagare il fenomeno dei Gruppi di Acquisto Solidali in Sicilia, con particolare riferimento all'esperienza maturata in seguito alla realizzazione di un GAS nella Facoltà di Agraria di Palermo, di cui lo scrivente è tra i soci fondatori. Il GAS della Facoltà, denominato GASualmente, è stato costituito al termine di un percorso formativo e di studio organizzato da alcuni docenti della Facoltà, nell'ambito di un articolato progetto di formazione e ricerca all'interno del quale si sono sviluppate le indagini esposte nella presente tesi. La ricerca, che a fine 2010 è stata finanziata dalla Regione Siciliana, è volta a comprendere il fenomeno dei GAS a livello regionale e le relazioni con il mondo della produzione, esplorando le problematiche della filiera corta biologica e dei nuovi modelli di commercializzazione e consumo dei prodotti agroalimentari.

La tesi, che si articola in cinque capitoli, analizza i caratteri strutturali che contraddistinguono i GAS in Sicilia, le caratteristiche dei soci a livello regionale, e approfondisce gli aspetti che riguardano il caso studio rappresentato dal GAS di Facoltà.

Il primo capitolo riguarda gli strumenti e la metodologia utilizzata; nel secondo capitolo sono trattati i diversi aspetti dell'economia etica e solidale e del consumo critico, cercando di inquadrare l'argomento in un contesto generale di ampio respiro. E' inoltre preso in esame il fenomeno della filiera corta (short food supply chain) e le differenti iniziative ad essa riconducibili.

Il terzo capitolo riguarda i Gruppi di Acquisto Solidali, illustra le principali caratteristiche e i fondamenti ideologici che spingono i consumatori dei GAS a organizzarsi per condividere l'esperienza dell'acquisto collettivo, il percorso storico-evolutivo dei GAS in Italia (relativamente breve), la loro diffusione e le principali caratteristiche a livello nazionale; sono analizzati, inoltre, gli aspetti normativi e il regime fiscale che è stato recentemente istituito e disciplinato dalla legge finanziaria del 2008 in materia di Gruppi di Acquisto

Solidale.

Successivamente, nel quarto capitolo si presentano i risultati dell'indagine svolta sui GAS a livello regionale: sono descritti gli aspetti strutturali e gestionali, le modalità operative e organizzative, le problematiche, i criteri di scelta dei prodotti e dei fornitori, ecc.

In un apposito paragrafo si procede successivamente all'approfondimento dei caratteri distintivi dei soci/consumatori dei GAS al fine di mettere in evidenza le caratteristiche socio-economiche e le tipologie di consumo dei componenti dei Gruppi. Il capitolo si conclude con una breve descrizione riguardo le caratteristiche strutturali delle aziende agricole regionali che attualmente operano con i GAS in Sicilia.

Nel quinto ed ultimo capitolo viene presentata l'analisi del caso studio relativo all'esperienza sviluppata nella Facoltà di Agraria di Palermo attraverso la costituzione di GASualmente.

## 1. Aspetti metodologici

La prima fase dell'indagine ha riguardato il censimento dei GAS a livello siciliano, individuando in un primo momento la consistenza e la distribuzione geografica dei gruppi.

In questo caso le informazioni sono state recuperate in un primo momento sui siti internet di riferimento<sup>2</sup> e in seguito, attraverso contatti diretti (anche attraverso GASualmente) con altri Gruppi, con alcuni produttori locali e partecipando a diverse riunioni e iniziative a carattere regionale organizzate dai GAS stessi<sup>3</sup>.

Successivamente all'individuazione si è proceduto ad esaminare i singoli GAS. La rilevazione dei dati è stata effettuata attraverso interviste e somministrando direttamente un questionario appositamente predisposto ai responsabili dei Gruppi.

Il questionario è stato strutturato con domande chiuse a risposta multipla per la rilevazione dei dati quantitativi e a scale ordinali di giudizi (likert da 1 a 5) per alcuni aspetti di carattere qualitativo. Inoltre il ricorso ad alcune domande aperte ha consentito di raccogliere ulteriori utili elementi qualitativi.

Complessivamente il questionario è costituito da 26 domande ed è suddiviso in tre sezioni: nella prima sono contenute le domande volte a reperire informazioni relative all'organizzazione del Gruppo (tipologia di struttura organizzativa, anno di nascita del gruppo, numero di soci, frequenza degli acquisti, tipologia di approvvigionamento, difficoltà riscontrate per la gestione del gruppo); la seconda sezione comprende domande riguardanti i prodotti e i produttori e mira a individuare le tipologie aziendali che riforniscono i vari GAS (tipologia di fornitori, criteri di scelta dei produttori, tipologia e provenienza dei prodotti) e a delineare la tipologia dei beni, alimentari e non,

---

<sup>2</sup> [www.retegas.org](http://www.retegas.org); [www.GAS-sicilia.it](http://www.GAS-sicilia.it); [www.siqillyah.it](http://www.siqillyah.it)

<sup>3</sup> Convegno Nazionale dei GAS tenutosi a Petralia nel giugno del 2009 e Forum Regionale dei Gruppi di Acquisto Solidali Siciliani "Il futuro è pieno di idee" tenutosi a Caltanissetta aprile 2009.

acquistati dai gruppi; la terza sezione “*economica*”, rileva infine gli aspetti economici e fiscali dei GAS (volume di acquisti, modalità di pagamento dei fornitori, accesso a finanziamenti pubblici, quota dei soci, gestione dell’aspetto fiscale, ecc.).

Nella maggior parte dei casi le interviste, della durata di circa 60 minuti, sono state realizzate nelle sedi dei Gruppi e in diverse occasioni si è assistito alla consegna dei prodotti ai soci del GAS allo scopo di comprendere e descrivere il modello organizzativo e il sistema distributivo. I dati provenienti dalla somministrazione dei questionari sono stati successivamente raccolti in un database, informatizzati utilizzando dei fogli excel e sottoposti ad elaborazione attraverso l’ausilio della statistica descrittiva.

Per inquadrare la realtà dei GAS siciliani nel contesto nazionale si è svolta, inoltre, inoltre i risultati di un’indagine condotta sui GAS presenti nelle altre Regioni italiane. Per il loro censimento si è fatto riferimento al sito internet della “*Rete nazionale di collegamento dei GAS,*”<sup>4</sup> dove sono riportati i Gruppi iscritti alla Rete suddivisi per Regioni nonché i contatti telefonici dei responsabili GAS.

Successivamente sono stati contattati ed intervistati telefonicamente 160 GAS distribuiti nelle diverse regioni pari al 20% del totale dei Gruppi registrati sul portale: e le interviste hanno avuto una durata di circa 15 minuti.

In questo caso la rilevazione dei dati è stata effettuata nei mesi compresi tra maggio e ottobre 2011 attraverso l’ausilio di un questionario appositamente predisposto e somministrato ai responsabili dei Gruppi.

Anche in questo caso è stato utilizzato un questionario a struttura mista con domande chiuse a risposta multipla al fine di esaminare le caratteristiche strutturali (anno di costituzione, numero dei soci, frequenza acquisti, tipologia di prodotti acquistati, requisiti fornitori, volume degli acquisti, ecc.). I dati raccolti sono stati successivamente rielaborati attraverso l’ausilio della

---

4 [www.retegas.org](http://www.retegas.org)

statistica descrittiva.

L'indagine sul caso studio preso in esame, quello del GAS di Facoltà, è stata condotta seguendo tutte le fasi della sua costituzione, partecipando al percorso costitutivo e monitorando le attività e l'andamento del GAS, partecipando alle riunioni per risolvere i problemi.

L'indagine è stata inoltre estesa alle aziende fornitrici: in questo caso per la rilevazione è stato predisposto un apposito questionario che è stato somministrato direttamente agli imprenditori in azienda. La rilevazione dei dati, che è avvenuta tra marzo e giugno 2011, ha permesso di determinare le principali caratteristiche tecnico-strutturali e socio-economiche delle aziende che riforniscono il Gruppo.

GASualmente è stato successivamente oggetto di una analisi più approfondita attraverso l'applicazione della *Social Network Analysis*, tecnica che consente di misurare e visualizzare le relazioni sociali tra soggetti, gruppi, organizzazioni o altre entità coinvolte in processi di scambio di informazioni e conoscenza.

Attraverso l'applicazione della "*Social Network Analysis*" (SNA) si è cercato di analizzare (mappare e misurare) i legami (formali ed informali) intercorrenti tra i diversi attori che ruotano intorno al Gruppo di Acquisto Solidale della Facoltà di Agraria di Palermo, al fine di descriverne la complessità delle relazioni che ne sottendono il funzionamento ed evidenziare gli elementi distintivi, i punti di forza e di debolezza.

Lo scopo principale della *Social Network Analysis* è studiare la dimensione strutturale delle reti sociali e le interdipendenze che si realizzano mediante le relazioni intessute tra gli stessi attori (Salvini A. 2006).

L'approccio della *Network Analysis* presuppone che l'unità di analisi non sia più il soggetto preso singolarmente con i suoi attributi (metodo classico tipico dell'inchiesta), ma le relazioni tra gli stessi. In particolare, per mappare l'organizzazione del GAS di Facoltà, si è fatto ricorso al "*metodo delle*

*relazioni egocentriche*”<sup>5</sup>, che permette di studiare le caratteristiche (i legami, gli attributi dei legami e gli attributi dei soggetti) di una rete “*personale*”.

Le reti *ego-centrate*, definite in letteratura come l’insieme delle relazioni che un individuo tesse con altre figure, sono legate esclusivamente al nodo scelto come centrale e quindi sono formate da un attore focale (*ego*), da un insieme di soggetti (*alter*) e dai legami che li collegano.

Queste tipologie di reti, che si differenziano da quelle *a-centrate*,<sup>6</sup> sono costruite e descritte ponendo al centro un soggetto specifico dal quale si dipartono tutte le relazioni.

Nel nostro caso, il nodo specifico cui è ancorata la rete oggetto di analisi è rappresentato da “*Gasualmente*”.

La raccolta dei dati relazionali, necessari per determinare e rendere visibile la mappa cognitiva della struttura delle relazioni del GAS di Facoltà, è avvenuta direttamente sul campo attraverso l’utilizzo di tecniche di rilevazione tipiche dell’indagine sociale: l’osservazione diretta e l’intervista ai testimoni privilegiati. Attraverso l’osservazione diretta è stato possibile studiare i soggetti compresi nel campo di osservazione, comprendere il ruolo di ogni attore e desumere le affinità relazionali. Questo è stato possibile poiché la ricerca si è riferita ad una popolazione ristretta, a un ambito *micro-sociale* dai confini ben definiti.

La rilevazione mediante interviste semi-strutturate dirette a testimoni privilegiati, ha permesso di individuare gli attori con cui *Ego* intrattiene determinati tipi di rapporti e quindi definire i confini della rete; acquisire informazioni sulle caratteristiche dei legami (tipo di relazione, frequenza, intensità, durata, direzione); avere indicazioni sui rapporti che legano gli “*alters*” individuati (presenza o assenza dei legami indiretti tra attori); reperire

---

<sup>5</sup> La raccolta dei dati relazionali, oltre che con il *metodo delle relazioni egocentriche*, può avvenire attraverso il *metodo di rete totale* che comporta un vero e proprio censimento della popolazione perché richiede la conoscenza delle relazioni che ogni attore ha con ogni altro, oppure attraverso il *metodo a valanga* con riferimento ad una particolare relazione studiata, si comincia ad intervistare un attore e poi gli altri con cui egli è relazionato: questi ne indicheranno altri e così di seguito.

<sup>6</sup> La rete a-centrata è una rete non gerarchica, priva di centro in cui ogni nodo è equivalente all’altro.

informazioni sulle caratteristiche (dati di attributo) dei soggetti della rete.

Il corpus analizzato è quindi composto da diverse interviste effettuate a figure ritenute centrali per gli scopi della ricerca, quali presidenti di associazioni, rappresentanti di GAS, professori universitari, ricercatori, produttori agricoli, giornalisti, imprenditori.

Ciascun soggetto intervistato è stato considerato non solo come fonte informativa, ma anche come attore sociale che racconta il *mondo sociale* di cui fa esperienza (Bertaux, D., 2004).

Una volta circoscritta la comunità da indagare e raccolti i dati (relazionali e di attributo) si è proceduto con l'organizzazione degli stessi che sono stati archiviati attraverso la creazione di un'apposita matrice simmetrica caso x caso ed analizzati attraverso precise elaborazioni matematiche.

Dal punto di vista operativo le relazioni intercorrenti tra gli attori di un network possono essere, infatti, rappresentate ricorrendo all'uso di matrici in cui ogni legame è rappresentato da valori dicotomici.

L'organizzazione dei dati in forma matriciale predispone gli stessi a essere trattati per le elaborazioni matematiche. I dati possono essere registrati in diversi tipi di matrice.

Nell'ambito di questo studio è stata costruita una matrice quadrata, detta di adiacenza (*adjacency matrix*), di forma  $n \times n$  costituita da una serie di righe e di colonne<sup>7</sup>. Nella matrice ogni riga si riferisce a ciascun nodo della rete e viene inserito in un preciso ordine rispettato anche per le colonne.

Questa matrice rappresenta le effettive relazioni o legami tra gli attori, a partire dalle comuni relazioni o contatti; le singole celle mostrano se coppie di individui sono legate da una comune relazione.

---

<sup>7</sup> Nella matrice quadrata il numero delle righe corrisponde con quello delle colonne.

Tabella 1: Matrice di adiacenza caso X caso

		Casi (Attori sociali)				
		n <sub>1</sub>	n <sub>2</sub>	n <sub>3</sub>	n <sub>4</sub>	n <sub>5</sub>
Casi (Attori sociali)	n <sub>1</sub>	-	1	1	0	1
	n <sub>2</sub>	1	-	1	1	0
	n <sub>3</sub>	1	1	-	0	1
	n <sub>4</sub>	0	1	0	-	1
	n <sub>5</sub>	1	0	1	1	-

Così come riportato nell'esempio (tabella n.1), ogni cella della matrice binaria<sup>8</sup> può assumere un valore compreso tra 0 e 1 in funzione della presenza assenza di relazione tra il nodo della *iesima* riga e quello che corrisponde alla *jesima* colonna.

Per l'elaborazione matematica dei dati si è fatto ricorso al programma UCINET ver. 6.232, attraverso cui è stato possibile determinare tutte le statistiche della rete (grado, densità, *geodesic distance*, centralità, connettività, coesione, ruolo, ecc.).

La trasposizione grafica della matrice è rappresentata dai grafi. La *Social Network Analysis* studia, infatti, gli attori sociali e le loro relazioni utilizzando temi, concetti e strumenti della branca della matematica nota come “*teoria dei grafi*”.

<sup>8</sup> Nella matrice quadrata, simmetrica e binaria la presenza di un valore 0 o 1 nella cella  $x_{ij}$  corrisponde ad un analogo valore nella cella  $x_{ji}$ . In questo modo è simmetrica rispetto alla diagonale principale. Il triangolo superiore destro della matrice delimitato dalla diagonale priva di valori, sarà uguale al triangolo inferiore sinistro, questo perché descrivono una rete non orientata.

Nella teoria dei grafi, si dice grafo una figura costituita da punti, detti vertici o nodi, e da linee che li uniscono, dette lati o archi. I nodi rappresentano le righe e le colonne della matrice corrispondente, le linee rappresentano i legami tra i nodi.

I grafi rappresentano la forma più utilizzata per la raffigurazione delle reti che permette non solo una rapida ed immediata lettura e comprensione del network, ma può fornire anche interessanti spunti analitici.

Le rappresentazioni grafiche della rete di relazioni del GAS di Facoltà sono state determinate attraverso l'utilizzo del software NETDRAW ver.2.089.

## 2. Economia solidale e sviluppo rurale

### 2.1 Crescita economica e sviluppo sostenibile

Oggi, la società moderna si trova nel bel mezzo di una profonda *crisi di civiltà* di proporzioni inedite e di portata globale che riguarda non solo la sfera prettamente economica ma anche quella ecologica e culturale. Questa crisi, incrementata dal processo di globalizzazione del sistema economico capitalistico, ha prodotto un disequilibrio dell'intero *sistema ecologico-umano*<sup>9</sup> che comprende, nella sua interezza, la dimensione biofisica (rapporti con gli ecosistemi naturali) e quella intellettuale (valori etici e culturali).

La critica all'economia capitalistica, basata sulla *crescita illimitata* (misurata dal PIL) e sull'integrazione globale dei mercati, nasce proprio dal fatto che questi due cardini dell'ortodossia economica, oltre che produrre una erosione di biodiversità culturale (tradizioni, lingue, culture, costumi, organizzazioni sociali e forme economiche) che sta portando ad un impoverimento del mondo, si scontrano con il concetto di "*limiti biofisici del pianeta*". Le politiche d'integrazione economica globale, basate sul libero scambio e sulla mobilità dei capitali, stanno riducendo, infatti, la capacità della terra di fornire supporto alla vita e pertanto stanno uccidendo il pianeta (Daly, 1996).

La crisi ecologica è la conseguenza del rapporto malato tra l'uomo e lo sviluppo tecnologico, che ha permesso di sottomettere la natura alle necessità di una crescita infinita avida di risorse naturali da sfruttare<sup>10</sup>. Il disastroso impatto che l'*economia della crescita*, fondata sulla massimizzazione del profitto, ha sull'ambiente naturale e sulla vita degli esseri umani, è dovuto al fatto che essa è discordante con le leggi fondamentali della termodinamica.

---

<sup>9</sup> Mauro Bonaiuti "*Decrescita o collasso? Appunti per un'analisi sistemica della crisi*" dal sito [www.decrescita.it](http://www.decrescita.it)

<sup>10</sup> Domenico Palermo "*Diritto all'ambiente e diritto allo sviluppo. La provocazione della decrescita*" Tesi di laurea -2009

La moderna teoria neoclassica, su cui si fonda l'economia dominante, si basa, infatti, sull'assunto che il processo economico è considerato come un "flusso circolare isolato" indipendente dall'ambiente circostante ed autosufficiente. Le imprese vendono beni e servizi alle famiglie e poi remunerano i fattori produttivi (terra, lavoro e capitale). Tale impostazione del circuito economico, pur avendo una certa validità per la rappresentazione degli scambi commerciali, non riesce però ad interpretare appieno i processi di produzione e consumo poiché considera i fattori di produzione come infiniti e sostituibili. Risulta quindi essere uno schema teorico e avulso dalla realtà.

Questo tipo di società non è più sostenibile poiché supera la capacità che il pianeta è in grado di reggere e deve confrontarsi con i limiti e la finitezza della biosfera (Latouche, 2008).

L'impianto meccanicistico dell'economia, basato sull'utilità e sull'interesse individuale è stato messo in discussione, nella seconda metà del secolo scorso, dalla teoria Bioeconomica (*ecological economics*) elaborata dall'economista e intellettuale rumeno Nicholas Georgescu-Roegen. Secondo tale teoria, il settore economico è considerato come un *sottosistema aperto* che, contenuto all'interno del più ampio e finito eco-sistema terra, è attraversato da un flusso lineare di materia ed energia (*linear throughput*). Tale flusso entropico, a differenza di quello circolare, incontra le barriere fisiche dell'ecosistema (esaurimento delle risorse naturali, inquinamento ecologico, ecc) che non gli permettono di crescere all'infinito. In tale visione la crescita economica (in quantità) non può essere illimitata poiché il pianeta terra è un sistema finito che non possiede risorse inesauribili e che non ha la capacità fisica tale da poter ospitare i rifiuti derivanti dai processi produttivi.

Da queste considerazioni e dal verificarsi delle prime catastrofi ambientali causate dalle attività antropiche (disastri nucleari, incidenti industriali, inquinamento atmosferico, ecc.) è nata, verso la fine degli anni 60, l'esigenza di avviare un dibattito sui limiti sociali e ambientali della crescita economica

che ha portato, nel tempo, alla formulazione del concetto di *sviluppo sostenibile*.

La più nota definizione di sviluppo sostenibile è quella riportata nel Rapporto Brundtland del 1987 che definisce sostenibile “*lo sviluppo che è in grado di soddisfare i bisogni delle generazioni attuali senza compromettere la possibilità che le generazioni future riescano a soddisfare i propri*”.<sup>11</sup>

Lo sviluppo sostenibile è un’idea nuova di società capace di ricreare e mantenere un equilibrio, stabile e duraturo, tra *eco-nomia* ed *eco-logia*, tra uomo e ambiente.

A differenza della crescita economica, che è una crescita in quantità delle merci prodotte e consumate e che ha il significato di aumento del prodotto interno lordo, lo sviluppo sostenibile rappresenta il miglioramento qualitativo dei parametri economici e sociali.

Herman Daly<sup>12</sup>, considera sostenibile solo “*uno sviluppo senza una crescita che superi la capacità portante dell’ambiente, dove sviluppo significa miglioramento qualitativo e crescita significa incremento quantitativo*”.

Sviluppo e crescita, pur non essendo sinonimi, non sono concetti in antitesi tra loro. La condizione di sostenibilità non implica, infatti, un’economia stagnante, priva di produzione e scambi commerciali, quanto piuttosto un’economia basata sullo sviluppo delle relazioni umane e sul benessere reale della società senza che si pregiudichi la capacità rigenerativa del capitale naturale di cui disponiamo.

La teoria della sostenibilità implica, quindi, una trasformazione della visione del mondo e uno spostamento da una società cieca e individualizzata, che persegue solo il mito della crescita, ad una comunità globale, “sviluppata”, consapevole e rispettosa della Terra e dei suoi abitanti.

Secondo Gabrillo, “*la società sostenibile si fonda prevalentemente su tre principi: equità nella distribuzione di materie prime, energia, prodotti e*

---

<sup>11</sup> The World Commission on Environmental and Development, *Our Common Future*.

<sup>12</sup> Daly H.E., *Oltre la crescita - l’economia dello sviluppo sostenibile* 2001, pag 14

*servizi; rispetto per la Terra e il suo ecosistema, a livello locale e mondiale; garanzia di diritti civili e umani uguali per tutti gli abitanti del pianeta.”*<sup>13</sup>

Il concetto di sviluppo sostenibile deve essere, quindi, inteso come un processo multidimensionale (che comprende la dimensione economica, sociale ed ambientale) finalizzato al miglioramento della qualità della vita senza incorrere nell'incremento delle risorse consumate e dei rifiuti prodotti.

A fronte di tal evidenza il Prodotto interno lordo (PIL), il più usato indicatore di performance dell'economia di mercato, non può essere più considerato come un termometro efficiente per valutare lo stato di salute della società.

Il Pil è un indicatore che, misurando il valore di mercato dei beni e servizi prodotti in un Paese in un arco temporale ben definito, fornisce una misura scorretta e distorta del benessere di una collettività nazionale perché rileva “*il flusso di risorse che attraversa il processo produttivo*” senza tenere conto né della sfera sociale né della dimensione ambientale. Inoltre, nella sua formulazione, tale indicatore prende in considerazione tutte le attività, sia positive che negative, che hanno valore monetario (scambio di merci mediante transazioni di denaro, disastri ambientali, incidenti stradali, guerre, ecc.) e trascura del tutto le forme di benessere reale (scambi non mercantili, condivisione di beni, rapporti sociali, prestazioni di volontariato, autoproduzione di beni, ecc.).

Come affermava Robert Kennedy nel 1968, “*il Pil comprende anche l'inquinamento dell'aria e la pubblicità delle sigarette, e le ambulanze per sgombrare le nostre autostrade dalle carneficine dei fine-settimana. Il Pil mette nel conto le serrature speciali per le nostre porte di casa, e le prigioni per coloro che cercano di forzarle. Comprende programmi televisivi che valorizzano la violenza per vendere prodotti violenti ai nostri bambini. Cresce*

---

<sup>13</sup> Gabrillo Gabriele, consumo sostenibile, condizione Emi e Fce, Milano, 1996, pag. 23 in Selene Latino “*Una forma di consumo critico: I gruppi di acquisto solidale*” - Tesi di laurea - Università degli studi di Milano-Bicocca 2006

*con la produzione di napalm, missili e testate nucleari, comprende anche la ricerca per migliorare la disseminazione della peste bubbonica, si accresce con gli equipaggiamenti che la polizia usa per sedare le rivolte, e non fa che aumentare quando sulle loro ceneri si ricostruiscono i bassifondi popolari. Il Pil non tiene conto della salute delle nostre famiglie, della qualità della loro educazione o della gioia dei loro momenti di svago. Non comprende la bellezza della nostra poesia o la solidità dei valori familiari, l'intelligenza del nostro dibattere o l'onestà dei nostri pubblici dipendenti. Non tiene conto né della giustizia nei nostri tribunali, né dell'equità nei rapporti fra di noi. Il Pil non misura né la nostra arguzia né il nostro coraggio, né la nostra saggezza né la nostra conoscenza, né la nostra compassione né la devozione al nostro paese. Misura tutto, in breve, eccetto ciò che rende la vita veramente degna di essere vissuta”.*

Il Pil include, quindi, tutte le esternalità negative generate dalle attività economiche (produzione e consumo) e le trasforma in indici positivi. Misurare la crescita economica attraverso l'uso di un indicatore che non tiene conto del malessere e del disagio sociale e del deterioramento del capitale naturale vuol dire però non ottenere indicazioni sulla sostenibilità di un'economia.

Oggi, il Prodotto interno lordo, oltre ad essere strumento e parametro, è diventato il principale obiettivo di un sistema economico malato che vede nell'attuale modello consumistico l'unica via percorribile per raggiungere il benessere sociale. Nella nostra società, infatti, s'identifica il *ben-avere* (quantità di beni posseduti) con il *ben-essere* (qualità della vita) perché si è convinti che la felicità sia direttamente proporzionale al consumo di merci.

*“Il mondo è ridotto a mercato, l'economia è fuori controllo e in gioco c'è la sopravvivenza del pianeta”.*<sup>14</sup> Per questo motivo, suggerisce Latouche, *“bisogna ripensare e rivedere i valori nei quali crediamo, attorno ai quali*

---

<sup>14</sup> Serge Latouche *“L'etica è il vero business dell'economia”* L'Eco di Bergamo - 30 marzo 2004

*organizziamo la nostra vita e cambiare quelli che hanno un effetto negativo sulla felice sopravvivenza dell'umanità” e costruire un'altra economia.*

La crisi dell'attuale sistema economico e il malessere della società globale impone, quindi, l'obbligo di ricercare una risposta alternativa concreta capace di ricreare l'equilibrio tra l'uomo e la natura. Anche se la logica globale è più forte del volontarismo personale, è necessario creare un pensiero unico e condiviso per intraprendere una battaglia per la sopravvivenza del pianeta che abbia come obiettivo quello di ridurre il consumismo dominante mediante uno stile di vita ecologico, sostenibile ed equo (Latouche, 2008).

Per far questo è necessario ricollocare la sfera economica all'interno di quella sociale e politica e far sì che torni a confrontarsi con la dimensione dell'etica.

Il concetto di economia etica e solidale si fonda, infatti, su una visione profondamente diversa del rapporto tra uomo ed economia. Mentre nella società dei consumi, *possiamo facilmente osservare come la competizione tra gli egoismi individuali non porti nella realtà al benessere della società ma piuttosto alla lotta di tutti contro tutti in cui pochi forti sopravvivono malinconici e gli altri soccombono*, l'economia etica mette al centro del proprio operare le persone, le relazioni sociali, la cooperazione, i principi di equità, giustizia e solidarietà.<sup>15</sup> L'interesse personale e l'utilitarismo non rappresentano più i criteri guida dell'agire economico, ma si dà priorità al tornaconto collettivo, al rispetto dei rapporti umani e dell'ambiente.

L'idea di un'economia che rispetti criteri etici e solidali non deve essere un semplice strumento per raggiungere un sistema economico più giusto. Deve, invece, essere il soggetto e il principale agente di una trasformazione sociale, economica, politica e culturale.<sup>16</sup>

---

<sup>15</sup> AAVV. *“Il capitale delle relazioni”* - A cura del Tavolo per la Rete italiana di economia solidale edizioni altra-economia. pag 17

<sup>16</sup> AAVV *“Rete di Economia Solidale – Quaderno delle esperienze e delle proposte”* (bozza di novembre 2003) tratto da [www.retecosol.org](http://www.retecosol.org).

L'economia solidale è un significativo strumento di potenziamento e trasformazione sociale, prodotto dalle iniziative di cittadini responsabili che desiderano mantenere il controllo di come producono, consumano, risparmiano, investono e scambiano. L'economia solidale costruisce uno sviluppo sostenibile a partire dalla società civile, utilizzando politiche e contributi statali solo come complemento alle propri attività e risorse. Essa comprende tutte le attività di produzione, distribuzione e consumo che contribuiscono alla democratizzazione dell'economia, basandosi sul coinvolgimento dei cittadini a livello locale e globale; consiste in una dinamica di reciprocità e solidarietà che mette in relazione interessi individuali ed interesse collettivo. Le pratiche di economia solidale si caratterizzano per i seguenti principi:<sup>17</sup>

- giustizia e rispetto delle persone (condizioni di lavoro, salute, formazione, inclusione sociale, garanzia dei beni essenziali) attraverso relazioni basate sui principi di cooperazione e reciprocità;
- rispetto dell'ambiente (sostenibilità ecologica);
- partecipazione democratica;
- disponibilità a entrare in rapporto con il territorio (partecipazione al progetto locale);
- disponibilità a entrare in relazione con le altre realtà dell'economia solidale condividendo un percorso comune;
- utilizzo degli utili per scopi di utilità sociale o per rafforzare la rete.

Inoltre, le *colonne* del modello dell'economia solidale comuni alle diverse pratiche attive o comunque che si stanno già sviluppando in Italia sono:<sup>18</sup>

- promuovere i beni comuni: le esperienze di economia solidale cercano di garantire l'utilizzo collettivo e sostenibile nel tempo dei beni considerati un patrimonio fondamentale: la terra, l'aria, l'acqua, il paesaggio, l'energia, la

---

<sup>17</sup> Ibidem

<sup>18</sup> Tavolo RES "Le colonne dell'economia solidale" - Giugno 2011 - tratto dal sito [www.retegas.org](http://www.retegas.org)

conoscenza, il patrimonio genetico;

- orientare al "*benvivere*" di tutti: i progetti di economia solidale promuovono il benessere dei soggetti coinvolti insieme a benefici sociali ed ambientali più generali, cercando un equilibrio tra questi aspetti. Questi progetti perseguono la produzione di esternalità positive con ricaduta almeno territoriale;
- proporre modelli collaborativi: la collaborazione proposta dall'economia solidale è il principio opposto rispetto alla logica della competizione prevista dal modello dell'economia di mercato. La collaborazione solidale, invece, si incentra sull'inclusione di tutti nel processo produttivo e sull'integrazione di tutti in quello di consumo. La compartecipazione al lavoro e al consumo per il bene della comunità e degli ecosistemi mette insieme la realizzazione del *bem-viver* personale e di quello sociale. I modelli collaborativi si basano sulla reciprocità e sulla pari dignità tra i soggetti coinvolti. Come conseguenza, gli scambi si ispirano all'equità e i conflitti all'interno delle reti di economia solidale vengono possibilmente affrontati secondo metodi non violenti, nella ricerca di soluzioni creative che possano soddisfare le diverse esigenze. Le esperienze di economia solidale tendono ad espandersi in altri territori e avviare processi di collaborazione con altre reti su obiettivi condivisi, in particolare per la difesa dei diritti e dei beni comuni, coinvolgendo ove possibile altri soggetti nella ricerca di soluzioni che possano tornare utili a tutti;
- basarsi sulle relazioni: l'economia solidale è una pratica intrinsecamente relazionale, orientata ad una "*economia del noi*" e alla cura dei beni relazionali. Il primo tratto comune è nell'importanza delle relazioni tra le persone. Quel capitale fatto di conoscenza, fiducia reciproca, condivisione di tempo, che da sempre è riconosciuto come fondamentale per la convivenza civile ma che non è monetizzabile, non si può misurare e scambiare attraverso il denaro. Le esperienze di economia solidale

promuovono per quanto possibile il rapporto e la partecipazione diretta dei soggetti coinvolti, insieme alla creazione di spazi pubblici;

- promuovere il legame con il territorio: le esperienze di economia solidale sono fortemente legate ad uno o più territori proponendo progetti aderenti alle caratteristiche dei luoghi, valorizzandone le risorse in modo sostenibile, cercando di chiudere i flussi e facendo "mente locale" per resistere alla normalizzazione culturale. Le esperienze di economia solidale ricercano vantaggi collettivi e permanenti, sono aperte verso l'esterno e non arroccate nella difesa di interessi locali. In quest'ottica vanno lette le diverse forme di sovranità che l'economia solidale promuove: alimentare, energetica, etc, ovvero la possibilità per la comunità che abita un territorio di decidere cosa, come e per chi produrre cibo, energia, etc.;
- incorporare il senso del limite: le strutture dell'economia solidale cercano di avere la dimensione e di porsi al livello di scala appropriati per la funzione che svolgono, privilegiando per quanto possibile - a seconda del compito richiesto - la moltiplicazione.

In questo senso, l'economia solidale non può considerarsi un settore dell'economia, ma un approccio trasversale che include iniziative in tutti i settori e una molteplicità di esperienze che hanno in comune ideologie e valori.

Essa comprende il consumo etico, iniziative di donne, agricoltura comunitaria ed ecologica, moneta sociale, finanza etica, commercio giusto, servizi comunitari, tecnologia appropriata e democratizzata e forme sociali di proprietà e gestione di strutture e di attività di sviluppo.<sup>19</sup>

Negli ultimi decenni si sta sviluppando, sempre più in tutto il mondo, questo nuovo modello di economia alternativa al sistema capitalistico, nell'ambito del quale possono essere annoverati diversi soggetti che, attraverso attività (economiche e non) rispettose delle persone e dell'ambiente naturale, rimettono in discussione il rapporto tra logica di mercato e criteri morali.

---

<sup>19</sup> Ibidem.

Tra le esperienze che si rifanno ai principi e criteri dell'economia etica e solidale ricordiamo:

- commercio equo e solidale: è un sistema di distribuzione commerciale dei prodotti, prevalentemente agroalimentari e artigianali acquistati direttamente presso piccoli produttori di Paesi del Sud del mondo, che ha come nodo chiave la ricostruzione dei rapporti commerciali Nord-Sud del mondo sulla base dell'idea di giustizia e riconoscimento dei diritti dei lavoratori. “Le organizzazioni del commercio equo e solidale agiscono secondo una molteplicità di principi. In primo luogo si cerca di evitare l'intermediazione di grossisti locali e l'intervento di grosse compagnie di esportazione in modo tale da poter instaurare rapporti diretti coi produttori. In secondo luogo si cerca di favorire la formazione di cooperative o altre forme di solidarietà sociale tra i piccoli produttori. In terzo luogo si garantisce una determinazione trasparente del prezzo di vendita che tenga conto di una dignitosa retribuzione del produttore. Generalmente tale prezzo, definito equo, è un prezzo fisso e quindi indipendente dalle fluttuazioni del mercato; altrimenti si definisce un prezzo minimo al di sotto del quale comunque non si può scendere. In quarto luogo si cerca di utilizzare materie prime locali e di mantenere sul posto l'intero ciclo produttivo”.<sup>20</sup>
- il turismo responsabile: consiste in una nuova visione del turismo che coniuga tempo libero e solidarietà e che fa sì che esso diventi più equo nella distribuzione dei proventi, rispettoso delle comunità locali e a basso impatto ambientale. Il prezzo dei viaggi proposti punta ad un'equa remunerazione delle comunità dei paesi ospitanti e di riuscire a lasciare un certa percentuale di esso per finanziare progetti di sviluppo. Cosa che, invece, non succede con il turismo di massa che è spesso causa dello

---

<sup>20</sup> Severino M. Elena “*Verso nuove tendenze di consumo: I gruppi di acquisto solidali*” Unive 2005

sfruttamento delle risorse sociali ed ambientali dei paesi ospitanti<sup>21</sup>;

- la finanza etica: rappresenta un tentativo concreto di ricollegare il denaro alla realtà, aggirare l'alienazione dell'economia immateriale e riportare le relazioni sociali al centro degli scambi commerciali. La finanza eticamente orientata comprende prodotti finanziari e strumenti d'investimento socialmente responsabili che, finanziando progetti sociali e iniziative di beneficenza, valutano gli investimenti non solo in base al ritorno economico ma anche in funzione finalità prettamente sociali. In Italia il fenomeno della finanza etica è rappresentato dalle realtà delle MAG (Mutua Auto Gestione) e della Banca Popolare Etica.
- i bilanci di giustizia: tale iniziativa, che ha preso avvio alla fine del secolo scorso, è nata con lo scopo di individuare delle famiglie disposte a rivedere e modificare, secondo criteri di giustizia ed equità, i propri consumi e il proprio modo di utilizzare i risparmi e a registrarli in dei bilanci familiari mensili al fine di monitorare i cambiamenti. Indirizzando le proprie abitudini verso consumi etici e verso uno stile di vita più sobrio le famiglie che partecipano alla Campagna dei Bilanci di Giustizia, contribuiscono a creare un mondo migliore e più giusto. “Le famiglie redigono un bilancio mensile, che evidenzia gli spostamenti effettuati e dimostra come sia possibile diminuire le spese e, nello stesso tempo, migliorare la qualità della vita, aumentando la ricchezza immateriale”(Latino S., 2006).
- banche del tempo: sono iniziative collettive spontanee che nascono con l'obiettivo di migliorare la qualità della vita e rafforzare la socialità attraverso lo scambio gratuito di servizi. Le persone che vi aderiscono mettono a disposizione degli altri associati le proprie abilità, il proprio sapere e il proprio tempo che viene scambiato non con il denaro ma con altri servizi gratuiti e volontari.
- le cooperative sociali: sono imprese no-profit che operano nel campo del

---

<sup>21</sup> Severino M. Elena Ibidem

sociale erogando servizi socio-assistenziali a soggetti che presentano evidenti disagi (malati, disabili, anziani, ecc.) e che si occupano del reinserimento lavorativo di quelle persone che si trovano in difficoltà (discriminati e marginalizzati).

- agricoltura sociale: rappresenta l'insieme di quelle attività a carattere agricolo che hanno l'obiettivo di fornire dei benefici a quelle persone socialmente svantaggiate che presentano dei disagi, sia fisici che mentali, con lo scopo di reinserirli nel mondo lavorativo e nella società migliorandone la qualità della vita.

## **2.2 Il consumo critico e responsabile**

Nella società moderna il consumo gioca un ruolo determinante per il sistema economico e rappresenta il fenomeno più evidente e caratterizzante della nostra cultura. In questo momento “nelle società economicamente sviluppate il consumo è un fenomeno che più di altri caratterizza la vita sociale degli individui” (Ritzer, 2001) e occupa un ruolo di primo piano nella vita delle persone.

Sempre più si osservano nelle economie sviluppate dei cambiamenti. Il nuovo consumatore “post-moderno” assume atteggiamenti nuovi e oggi, il consumo non ha come scopo solamente la soddisfazione dei bisogni ma ha anche altri significati. “Il consumo è sempre più il terreno sul quale e attraverso il quale le persone categorizzano se stessi e gli altri, è il metro sul quale si misura la propria e l'altrui felicità e il proprio e l'altrui benessere” (Carrera, 2009).

Attraverso l'acquisto, infatti, si persegue l'affermazione di una posizione sociale, l'appagamento di un'insoddisfazione esistenziale latente continuamente indotta dalle pubblicità, l'occasione per soddisfare le necessità individuali, per parlare di se e comunicare agli altri la propria appartenenza.

Le scelte del consumatore, pur tuttavia, risentono fortemente delle politiche

di marketing delle imprese produttrici che influenzano il comportamento di acquisto. “In nessun altro aspetto della vita siamo così insistentemente e dispendiosamente guidati. [...] Ogni giorno siamo investiti da una valanga di messaggi pubblicitari che ci lodano le novità offerte dall’industria, che ci stuzzicano voglie e appetiti, che ci presentano un modello da seguire in una corsa senza fine. [...] Ma la pubblicità non è solo un modo per stimolarci a comprare sempre di più. La pubblicità serve anche a ingannarci, a costruire in noi un’immagine della realtà che non corrisponde al vero. [...] Comprare un pacchetto di spaghetti al supermercato può voler dire finanziare le organizzazioni mafiose o l’industria degli armamenti, acquistare un barattolo di pelati può contribuire allo sfruttamento dei braccianti africani da parte di una multinazionale: ogni acquisto non consapevole può trasformare il consumatore, seppur in buona fede, in complice di imprese mafiose, di imprese che possiedono fabbriche di armi, piantagioni o industrie dove si sfruttano i più svantaggiati, aziende inquinanti, oppure che evadono le tasse o maltrattano gli animali” (Gesualdi F., 2007).

Da qualche tempo si assiste però, all’interno della *società individualizzata*<sup>22</sup>, all’emergere di una nuova coscienza dei consumi da parte del consumatore che assume un atteggiamento critico e responsabile e che orienta le proprie scelte sulla base di valutazioni che tengono conto anche dei doveri sociali (Schifani G., Migliore G., 2011).

“Si osserva che, una componente minoritaria ma sempre crescente di consumatori nel fare le proprie scelte di acquisto pone attenzione agli effetti che queste scelte possono avere sul benessere di altri soggetti” (Gesualdi F., 2004). “Si è in presenza di soggetti capaci di orientare le proprie scelte in vista del bene pubblico, di superare le tendenze e le tentazioni individualistiche a favore di logiche sovraindividuali, in grado di possedere e di praticare virtù sociali” (Carrera, 2009).

---

<sup>22</sup> Bauman Zygmunt “La società individualizzata” Il Mulino, Bologna 2002

“Il consumo definito di volta in volta critico, responsabile, consapevole, abbraccia una modalità di scelta del bene, che prende in considerazione gli effetti sociali e ambientali del ciclo di vita del prodotto e si discosta dal semplice consumo utilitaristico, perché valuta oltre a prezzo e qualità altre componenti del prodotto e, in particolare, le conseguenze o gli effetti della sua produzione e commercializzazione sull’ambiente e sulle persone. L’attenzione del soggetto nell’atto di acquisto è quindi rivolta alle modalità di produzione del bene, alle caratteristiche di chi lo produce e allo smaltimento del prodotto, privilegiando, di conseguenza, processi di produzione e fasi di post-consumo meno inquinanti, che non comportino un depauperamento delle risorse naturali e lavorazioni in cui non siano stati violati diritti umani o norme a tutela delle condizioni di lavoro, quali quelle relative a lavoro nero, impiego di minori, orario, salute e prevenzione.”<sup>23</sup>

“Ciò che viene identificato con il termine di consumo critico riguarda, quindi, l’acquisto di beni e servizi in base a considerazioni che non tengono conto solo del prezzo e della qualità dei prodotti, ma anche del comportamento dei produttori (l’eticità del trattamento accordato ai lavoratori) e delle modalità di produzione (ad esempio la sostenibilità ambientale del processo produttivo).”<sup>24</sup>

Lo scopo del consumatore critico è quindi quello di attuare, attraverso varie azioni, una forma di protesta pacifica (senza ricorrere a manifestazioni, scioperi, occupazioni, ecc.) finalizzata a trasformare il mercato dando un segnale alle imprese e influenzando i loro processi produttivi verso forme più giuste e sostenibili dal punto di vista sociale e ambientale.

Le differenti strategie che il consumatore critico può attuare sono:

- scelte positive di “*acquisto e investimento responsabile*”: attuabili

---

<sup>23</sup> Capocchi Elisabetta “*Nuovi modelli di consumo per il sistema agroalimentare*” Seminario dell’Istituto Nazionale di Economia Agraria (INEA).

<sup>24</sup> Francesca Forno “*Consumatori in movimento: il consumo critico come forma di partecipazione politica*” Università di Bergamo 2009 in AAVV “*Gasp: Gruppi di Acquisto Solidale e partecipativo*” - Punto Rosso, Milano.

attraverso l'acquisto di prodotti che derivano dal commercio alternativo a quello tradizionale (consumo di cibo locale, commercio equo e solidale, GAS, agricoltura biologica e sociale, filiera corta) che permette di perseguire alcuni obiettivi specifici ovvero premiare aziende rispettose dei principi etici; "offrire una soluzione immediata a chi è vittima di un sistema commerciale oppressivo; sperimentare un modello commerciale alternativo basato su principi diversi per dimostrare che l'alternativa è possibile;"<sup>25</sup>

- scelte negative di "boicottaggio": si attuano sospendendo l'acquisto di prodotti da quelle aziende che non adottano sistemi di produzione e commercializzazione in linea con i principi dell'economia etica e solidale. Tra questi possiamo ricordare le campagne per il boicottaggio della Nestlè, le campagne anti-OGM, anti-brevetti e anti-McDonald's;
- scelte di vita intermedie: si mettono in pratica attuando un complesso atteggiamento volto a rivedere e riorganizzare il proprio stile di vita verso forme più sobrie e razionali cercando di ridurre gli sprechi, i consumi, aumentando il riciclaggio dei prodotti, ecc.).

In questa prospettiva il consumatore può manifestare le sue scelte in vario modo (tabella n.2)<sup>26</sup>

Il fenomeno del consumo critico oggi si sta sviluppando notevolmente perché si sono create quelle condizioni culturali, sociali, strutturali, politiche e organizzative che hanno favorito la diffusione della consapevolezza, da un lato, della forte influenza che le imprese multinazionali esercitano sulle scelte di vita quotidiana; dall'altro del forte potere "di vita o di morte" che ha in mano ogni singolo cittadino nell'influenzare le imprese con le proprie scelte di acquisto e di consumo, ad assumere comportamenti eticamente corretti.

---

<sup>25</sup> Gesualdi Francesco (2007) "Manuale per un consumo responsabile" Feltrinelli, Milano pag.99

<sup>26</sup> De Luca P. (2006) "Il consumo critico: una ricerca esplorativa sulla dimensione sociale del comportamento del consumatore" - Università di Trieste.

Tabella 2 Le forme di manifestazione del consumo critico (Fonte: P. De Luca, 2006)

<i>Tipo di scelta</i>	<i>Tipologie di prodotti e di scelte connesse al consumo</i>
Consumo	Prodotti a prevalente contenuto ecologico-ambientale (prodotti verdi): - Prodotti biologici - Prodotti non inquinanti - Confezioni a basso impatto ambientale
	Prodotti a prevalente contenuto sociale e/o culturale: - Prodotti del commercio equo e solidale - Prodotti tipici - Prodotti etnici
	Prodotti (beni e servizi) variamente connessi alle precedenti dimensioni: - Prodotti connessi ad una giusta causa (Cause Related Marketing) - Investimenti etici
Non consumo	Boicottaggio (scelta collettiva) Prodotti/marche sgradite (scelta individuale)
Altre scelte	Riduzione complessiva del livello dei consumi Riutilizzo dei beni Riciclo dei materiali

“La diffusione del consumo critico in questi anni è resa possibile anche grazie alla pubblicazione di numerosi libri, manuali e riviste che informano sulla storia dei diversi prodotti che entrano nella busta della spesa. [...] Un ruolo determinante nella diffusione del consumo critico è stato inoltre quello delle nuove tecnologie della comunicazione. Il web si sta rivelando un eccezionale moltiplicatore di informazioni. Alcune delle più celebrate azioni di boicottaggio sono state condotte e organizzate principalmente on-line.”<sup>27</sup>

L’accesso all’informazione riguardante il comportamento adottato dalle imprese per la produzione e la commercializzazione delle merci (rispetto dei diritti dei lavoratori, rispetto delle norme in materia ambientale, tutela del consumatore, ecc.) è, infatti, requisito indispensabile affinché il cittadino possa diventare da passivo *consumatore-cliente* a *consum-attore* attivo e propositivo

<sup>27</sup> F. Forno, *Ibidem* pag. 31

in grado di orientare le proprie scelte coerentemente con i propri valori e ideali. “I consumatori non sono più esclusivamente destinatari di flussi informativi unidirezionali veicolati dalla comunicazione commerciale, ma diventano a loro volta in grado di inviare segnali al mondo della produzione, segnali che facciano conoscere la loro attenzione ai temi della salvaguardia ambientale, della giustizia, dei diritti umani e a tutto ciò che riguarda il contenuto etico delle attività commerciali”<sup>28</sup>.

L’approccio critico al consumo oltre ad avere l’obiettivo di protestare nei confronti delle imprese che assumono comportamenti eticamente scorretti, ha anche lo scopo di ricreare una struttura relazionale tra individui che sentono vivamente la necessità di condividere le proprie scelte di vita quotidiana e riappropriarsi del perduto senso di comunità sociale. Il consumo diventa quindi il pretesto per inseguire qualche cosa che va oltre il mero acquisto di merci e che è volto a difendere idee, valori, tradizioni, culture e territori (Cembalo et al., 2010).

In quest’ottica, l’approvvigionamento alimentare e il consumo di cibo assumono un ruolo chiave nella definizione di pratiche di consumo critico. In ogni società, infatti, il cibo si carica di un grande significato culturale e rappresenta il simbolo della  *fusione sociale*  degli individui in gruppi e comunità. Gli alimenti sono un fattore di identificazione per il consumatore che attraverso  *“l’incorporazione fisiologica ed immaginaria”* , controlla il proprio corpo, la propria mente e quindi costituisce la propria identità. (Bruschelli, G., 2010). “Attraverso i cibi, le preparazioni, le occasioni rituali di consumo [...] ogni cultura esprime la sua storia, la sua identità, la sua unicità. [...] Il cibo funziona come marcatore dell’identità e dell’appartenenza (alla famiglia, ad una comunità o ad un posto), come simbolo di appartenenza di classe, come messaggio identificativo di un’ideologia o uno stile di vita”<sup>29</sup>

---

<sup>28</sup> Lucia Briamonte e Sabrina Giuca “*Comportamenti e consumi socialmente responsabili nel sistema agroalimentare*” - Istituto Nazionale di Economia Agraria (INEA)

<sup>29</sup> Bruschelli, Ibidem

(Bruschelli, 2010).

Ne consegue che, in tale contesto in cui si assiste all'evoluzione della figura del consumatore, il sistema agro-alimentare nel suo complesso assume un ruolo centrale vista l'importanza che il settore riveste per l'intera società. “Il sistema agroalimentare è, infatti, coinvolto nella quotidianità del consumatore per molteplici motivi. Salute pubblica, benessere e qualità della vita, sviluppo economico legato all'impresa, valenza nutrizionale e biodiversità rappresentano fattori che attribuiscono centralità al sistema agroalimentare. Lo stretto legame esistente fra salute e alimentazione, l'impatto dell'attività agricola sull'ambiente, l'incisiva collocazione dell'azienda agraria nel paesaggio, la familiarità e interdipendenza dei prodotti con il territorio di produzione, richiedono, più che in altri settori, di valutare gli stimoli e le richieste provenienti dal consumatore, soprattutto in termini di maggiore eticità sia dei prodotti che delle strategie aziendali.”<sup>30</sup>

Oggi il settore agro-alimentare è rappresentato da un sistema complesso in continua evoluzione perché costituito da una pluralità di soggetti eterogenei e da diversi settori produttivi (agricoltura, industrie e servizi). Questo modello di sistema industrializzato e globalizzato, che ha spogliato il cibo della propria identità, della propria storia e del proprio significato, propone prodotti spersonalizzati e omologati. Negli ultimi anni, anche per via dei numerosi scandali alimentari (mucca pazza, influenza aviaria, contraffazioni alimentari, ecc.), i prodotti alimentari sono ri-chiamati a rispondere alle nuove esigenze dei consumatori in termini di valori etici, sociali, ecologici e culturali.

Sempre più consumatori oggi richiedono cibi migliori in termini di qualità (igiene, proprietà nutrizionali, tipicità, gusto, aspetto, ecc.) e in termini di sicurezza (provenienza, metodi di coltivazione, processi di produzione, confezionamento e distribuzione, trasparenza e rintracciabilità).

“In un mercato ormai globalizzato che propone prodotti spersonalizzati

---

<sup>30</sup> Capocchi Elisabetta Ibidem pag 2

dall'industria, con etichette indicative di prodotti generici (ad esempio 100% italiano), privi di identità tipica certificata e rintracciabile, il consumatore si mostra particolarmente sensibile all'etica agroalimentare, basata sulla sostanza (qualità) del prodotto, forte del recupero delle tradizioni olfattive e gustative legate alle origini territoriali o aziendali, rilevate nella certificazione o ereditate da una tradizione produttiva. [...] Nelle scelte di acquisto dei prodotti alimentari il consumatore odierno è mosso da un senso di responsabilità e di consapevolezza, da una condivisione di vedute e di sensibilità in cui l'etica e la responsabilità sociale - soprattutto in termini di impatto che la produzione e la distribuzione può avere sulla vita delle persone, sui legami sociali e sull'ambiente - sono sempre più parte integrante del concetto di qualità. [...] Infatti, in un contesto generale di crisi dell'economia internazionale e di erosione del potere di acquisto delle famiglie che stanno caratterizzando la fine di questo decennio, la maggiore sensibilità verso l'etica agroalimentare e verso i temi salutistici e ambientali, spinge comunque il cittadino-consumatore ad avere, sulla propria tavola, prodotti tipici a denominazione di origine e, in misura maggiore, prodotti biologici. Il biologico, in particolare, continua a far registrare tassi di crescita che complessivamente vanno in controtendenza rispetto al settore convenzionale. [...] Il consumatore, infatti, in questi prodotti percepisce, da un lato, il legame della materia prima utilizzata con il territorio come valore di qualità aggiunta al prodotto stesso, espressione di genuinità e di sicurezza alimentare; dall'altro, il rispetto della stagionalità, delle tradizioni e dei cicli biologici naturali all'interno del sistema agricolo locale. Si tratta di prodotti con una forte componente etica, in grado di esprimere un valore aggiunto immediatamente riconoscibile, distintivo e univoco per comunicare - e preservare - l'identità socio-economica della collettività geografica che lo produce (più evidente nei prodotti a denominazione di origine) e un modello di sviluppo sostenibile basato sulla salvaguardia e sulla valorizzazione delle risorse naturali oltre che sul rispetto dell'ambiente, della salute umana e del

benessere animale (più evidente nei prodotti biologici)”.<sup>31</sup>

Negli ultimi anni, si osserva, infatti, allo sviluppo e diffusione, a livello globale, di diverse iniziative promosse e avviate dai cittadini (movimenti, associazioni, gruppi di persone e altre organizzazioni collettive) che cercano di attuare e mettere in campo delle “*reti alimentari alternative*” che si contrappongono all’attuale modello sociale capitalista e globalizzato.

Dalle mobilitazioni di Seattle e poi di Genova, si è manifestata una nuova forma di movimento sociale, che propone - in questo caso con la forza delle idee e dei fatti - una profonda trasformazione del mercato a partire dai propri consumi quotidiani (Forno, F., 2011).

I network alternativi del cibo comprendono un *ampio spettro di pratiche*<sup>32</sup> ed esperienze che, sperimentate e diffuse in tutto il mondo, hanno l’obiettivo generale di ridefinire i confini tra cittadinanza e consumo, tra politica e interessi privati attraverso l’attuazione di concrete forme nuove e “alternative” di produzione, vendita e consumo dei prodotti agroalimentari.

Tra i fattori che hanno contribuito allo sviluppo di una coscienza critica dei consumatori vi è stato il crollo di fiducia nei confronti dell’attuale sistema agro-alimentare dovuto ai numerosi scandali sanitari associati alla catena alimentare che negli ultimi anni hanno investito il settore. La sindrome della mucca pazza (BSE), gli organismi geneticamente modificati (OGM), l’influenza aviaria, le mozzarelle di bufala alla diossina, le mozzarelle blu, carne suina e pollo alla diossina, latte alla melanina, vino adulterato con sostanze nocive, frodi alimentari, contraffazioni, detenzione di alimenti in cattivo stato di conservazione, ecc., sono il sintomo di un sistema di produzione malato che è finalizzato solo alla massimizzazione del profitto senza tener conto della salute dell’uomo, senza tutelare sufficientemente il consumatore.

---

<sup>31</sup> Lucia Briamonte e Sabrina Giuca, 2008 (a cura di) “*Comportamenti e consumi socialmente responsabili nel sistema agroalimentare*”. Quaderno Inea - Istituto Nazionale di Economia Agraria.

<sup>32</sup> Laboratorio di studi rurali Sismondi quaderno n. 5

Tra le diverse esperienze internazionali di produzione e consumo alternativo, che vedono la collaborazione sinergica di produttori e consumatori, ricordiamo i *Teikei* giapponesi, letteralmente “*il cibo che porta la faccia dell'agricoltore*”; i *Japanese Organic Agriculture Association* (JOAA); l'*Association pour le Maintien d'une Agriculture Paysienne* (AMAP) francese; le *Community Supported Agriculture* (CSA) americane; i *Grupos Autogestionados de Consumo* (GAK) in Spagna; l'*Agriculture Soutenue par la Communauté* canadesi (ASC); i *Gruppi di Acquisto Solidale* (GAS) in Italia; *Les Groupe D'achat Commun de Produits Biologiques* (GAC) in Belgio; i *Grupos de Compra Solidária* in Sudamerica. Rientrano all'interno dei reticoli alimentari alternativi anche quelle forme di filiera corta come la vendita diretta in azienda (es. *Pick your own*), i *Farmers' markets* (mercati dei contadini) i prodotti a “*Km 0*” e le pratiche produttive eco-compatibili (biologico e biodinamico).

### **2.3 Sviluppo rurale e agricoltura multifunzionale**

“Il mangiare é un atto agricolo ed ecologico e il modo in cui mangiamo determina, in misura piuttosto consistente, come viene usato il mondo” (Berry, W., 2005).

Sulla base di questa convinzione, i piccoli agricoltori rurali e consumatori critici urbani, attraverso le reti alimentari alternative, coltivano in comune l'ambizione di cambiare i modelli di consumo alimentare e di promuovere e favorire le pratiche produttive sostenibili attraverso la costruzione di un nuovo sistema agroalimentare che rimetta al centro dell'interesse l'attività agricola, la campagna ed i contadini intesi non come produttori di merci, ma come guardiani della terra e della nostra sopravvivenza (Pinto, C., 2009).

Si assiste, oggi, all'affermazione di vari “*movimenti*” che criticano il modello di agricoltura industrializzata e propongono il ritorno ad un'agricoltura più in sintonia con l'uomo e con la natura.

Nel secondo dopoguerra, l'industrializzazione del settore agricolo ha, infatti, segnato il passaggio da un'agricoltura tradizionale rurale ad un'agricoltura moderna di tipo industriale che ha determinato un cambiamento radicale delle aree rurali in termini economici, sociali, culturali e ambientali.

Attraverso l'impiego di tecniche e metodi produttivi insostenibili che richiedono forti input energetici, si è riusciti, nel tempo, ad aumentare le rese produttive penalizzando la dimensione ambientale dei contesti rurali e modificando profondamente il tessuto culturale degli agricoltori.

Il forte impiego di sostanze chimiche di sintesi (fertilizzanti, diserbanti e pesticidi) e l'abbandono delle coltivazioni tradizionali (e degli allevamenti) a favore di poche specie ibride selezionate, ha determinato l'inquinamento di suoli e falde acquifere, nonché una notevole perdita di biodiversità causando un impoverimento degli agro-ecosistemi. Inoltre, gli agricoltori "*custodi del territorio*" hanno perso il sapere di tradizioni millenarie, enogastronomiche e di pratiche agricole (fertilizzazione dei suoli, l'irrigazione, il miglioramento dei semi, la coltivazione e l'allevamento) che si tramandavano da generazioni.

La terra è stata impoverita, sfruttata, addizionata e ridotta a mero substrato materiale nel quale mettere a dimora semi ed iniettare fitofarmaci. Gli agricoltori sono oramai ridotti al ruolo di meri esecutori, di schiavi della tecnologia, espropriati della loro saggezza, della loro conoscenza senza più alcuna possibilità creativa né autonomia decisionale rispetto a ciò che va coltivato ed a come coltivarlo; sono diventati degli "*agricoltori virtuali*" capaci solo di eseguire correttamente un complesso di operazioni prescritte dall'esterno e trasmesse attraverso un apparato di divulgazione e assistenza tecnica. [...] Soltanto oggi ci si rende conto che questa vasta operazione di riduzionismo colturale e biologico ha comportato enormi danni per l'ambiente, per il territorio ed in molti casi ha alterato degli equilibri ecologici che duravano da millenni (Pinto, C., 2009).

Alla modernizzazione del mondo agricolo, oggi si contrappone il paradigma

dello *sviluppo rurale*.<sup>33</sup>

Per sviluppo rurale si intende uno sviluppo socio-economico delle aree extra-urbane caratterizzate da svantaggi competitivi in termini territoriali, di servizi, conoscenze e opportunità.

Lo sviluppo rurale si basa sulla diffusione e diversificazione delle attività economiche e sulla loro integrazione in una medesima area territoriale ed è fondato sulla capacità del sistema locale rurale di garantire un'adeguata valorizzazione delle risorse impiegate nelle attività agricole e, in generale, primarie, fermo restando il ruolo più o meno rilevante che può essere assunto dalle attività agricole (Romano, D., 1998).

Sviluppo rurale significa sviluppo territoriale integrato, endogeno e sostenibile delle aree rurali in cui l'agricoltura rappresenta un'attività comprimaria multifunzionale produttiva non soltanto di derrate agro-alimentari ma anche di beni e servizi secondari (tutela dell'ambiente, valorizzazione del territorio, cura del paesaggio agrario e rurale, ecc).

E' uno sviluppo integrato perché non chiama in causa soltanto l'agricoltura ma comprende tutte le altre attività economiche presenti sul territorio (turismo,

---

<sup>33</sup> Nell'ambito della Comunità Europea, la terminologia "sviluppo rurale" identifica una modalità di intervento a carattere strutturale in favore del mondo rurale, che si è attuato e si attua attraverso specifici piani e programmi operativi nell'ambito dei quali sono contenute una serie di misure, il cui fine ultimo è quello di migliorare la competitività del settore agricolo, di assicurare la salvaguardia dell'ambiente, migliorare l'ambiente e lo spazio rurale attraverso un sostegno alla gestione del territorio, migliorare la qualità della vita nelle zone rurali, promuovere la diversificazione delle attività economiche e la creazione di nuove fonti di reddito tramite le misure che si rivolgono al settore agricolo e ad altri attori rurali.

La politica di sviluppo rurale scaturisce dal regolamento 1257/99 che segna il passaggio da un'economia agraria non più in grado di assicurare un normale tenore di vita a larghe fasce della popolazione, ad un'economia integrata che si fonda su attività non agricole e sulle attività plurime degli agricoltori.

La politica di sviluppo rurale è messa a punto in modo organico dall'Atto Unico del 1987 che non ne aveva parlato in modo esplicito ma l'aveva fatta rientrare nella più ampia concezione di politica di coesione. E' stata poi rinforzata, sotto il profilo normativo, dal Trattato di Maastricht del 1992/93 il quale, modificando il Trattato di Roma che istituì la Comunità Economica Europea, inserisce per la prima volta il concetto di "zone rurali" all'interno della politica di coesione. Con Agenda 2000 la politica di sviluppo rurale diventa comune, cioè di tutti e per tutti, che riguarda tutto il territorio dell'Unione e non solamente le regioni e zone obiettivo. Agenda 2000 pone le premesse per una politica di sviluppo rurale comune ed integrata e fa sì che nel 1999 venga approvato un regolamento (n.1257/99) sul "sostegno allo sviluppo rurale", da parte del FEOGA, entrato in vigore l'1 gennaio 2000.

artigianato, industria, servizi e formazione).

Sviluppo integrato significa che le soluzioni alle questioni economiche debbono essere trovate valorizzando contemporaneamente tutti i settori e tutti i territori nel rispetto degli obiettivi di salvaguardia ambientale (Sotte, 1997).

E' uno sviluppo endogeno perché si svolge su base locale, si basa sulla valorizzazione delle risorse locali ed è finalizzato al miglioramento della qualità della vita delle popolazioni locali.

Sviluppo rurale comporta anche affermare i principi della sostenibilità non solo in termini ambientali ma anche in termini economici e sociali.

L'inclusione della tematica ambientale nella politica di sviluppo rurale non è altro che l'ennesima espressione del riconoscimento del ruolo multifunzionale dell'agricoltura, ovvero della sua capacità di produrre beni e servizi di pubblica utilità, tanto ai fini della tutela, valorizzazione, fruizione del territorio e del suo patrimonio naturale (paesaggistico e genetico) e culturale (storico, architettonico, delle attività tradizionali e artigianali), quanto della sicurezza e della qualità alimentare (Hoffmann, A., 2006)

Il termine multifunzionale si riferisce al settore primario e indica come l'agricoltura può svolgere diverse "*funzioni sociali*" che si affiancano a quella più tradizionale di produzione di beni alimentari.

Oltre alla produzione di alimenti e fibre (sani e di qualità) l'agricoltura può modificare il paesaggio, contribuire alla gestione sostenibile delle risorse, alla preservazione della biodiversità, a mantenere la vitalità economica e sociale delle aree rurali (OCSE, 1998).

La nozione di multifunzionalità non è completamente nuova, la novità risiede nell'associazione tra multifunzionalità e capacità dell'agricoltura di produrre un effetto netto positivo in termini di beni e servizi di interesse collettivo (Velazquez, B., 2001).

Le funzioni attribuite al settore agricolo sono numerose e molto articolate, possono essere raccolte nelle seguenti tipologie (Belletti, G., 2002):

- assicurare lo sviluppo del sistema socio-economico delle aree rurali, garantendo una sufficiente vitalità e qualità della vita, con particolare riferimento alle aree più marginali e svantaggiate a rischio di erosione economica, sociale e culturale. Ciò si può ottenere migliorando il reddito degli agricoltori, tutelando le strutture aziendali, fornendo servizi ricreativi, sanitari e riabilitativi e salvaguardando le tradizioni culturali;
- garantire il raggiungimento della sicurezza alimentare (prodotti alimentari salubri e sicuri dal punto di vista igienico-sanitario);
- soddisfare le esigenze di qualità e varietà delle produzioni realizzate, a fronte della crescente standardizzazione degli alimenti conseguente all'industrializzazione e globalizzazione dei processi produttivi e dei modelli di consumo;
- mantenere e riprodurre le risorse naturali disponibili, contribuendo alla riduzione dell'impatto delle attività sull'ambiente;
- preservare e riprodurre l'ambiente antropico, nelle sue differenti manifestazioni: culture, tradizioni locali, gastronomia, ecc.

Con riferimento alla funzione ambientale, occorre ricordare che l'agricoltura interviene direttamente sull'ambiente modificandolo nelle sue caratteristiche e specificità fisico-biologiche, a volte anche in maniera irreversibile. Le attività agricole possono interferire sull'ecosistema producendo effetti negativi e positivi, che dipendono in principal misura dalle modalità di utilizzo della terra e dalle tecniche di produzione utilizzate. Tra le ripercussioni negative sull'ambiente, si citano solitamente la contaminazione del suolo e delle acque con reflui e pesticidi, la produzione di cattivi odori, la salinizzazione delle falde acquifere, l'emissione di gas tossici, l'erosione del suolo e la destrutturazione pedologica con susseguente incapacità a far fronte ad eventuali shock meteorologici, la riduzione di habitat naturali, la perdita di biodiversità. Tra gli effetti positivi si ricordano: la conservazione e protezione del paesaggio, la costruzione e gestione di paesaggi di particolare pregio, la

creazione e protezione di habitat seminaturali, la conservazione dei suoli, la protezione delle falde acquifere, la regimazione delle acque interne, la conservazione della biodiversità (Velazquez, 2001).

Quando si parla di sviluppo rurale e multifunzionalità in agricoltura, si fa riferimento ad una serie di strategie ed obiettivi che mirano a mantenere sul territorio persone, risorse, conoscenze, know-how, fattori socio – economico - culturali indispensabili per mantenere viva quell'area. In quest'ottica, la “*filiera corta*” è una delle componenti dello sviluppo rurale e della multifunzionalità agricola che ha lo scopo di stimolare l'economica del territorio di riferimento e di sviluppare i legami sociali a livello locale, consolidando così la permanenza della popolazione e delle attività nelle campagne (Guidi, F., 2009).

La modernizzazione del sistema agro-alimentare, l'avvento della globalizzazione e lo sviluppo dei mercati su scala internazionale hanno portato, negli ultimi decenni, al consolidamento di “*filiere lunghe*” dominate da grandi catene di supermercati, grandi piattaforme di distribuzione e stoccaggio e grandi imprese multinazionali che vedono il loro punto di forza nella standardizzazione e omologazione dei prodotti offerti, dei gusti alimentari e dei consumi.

Le criticità e gli effetti negativi derivati da questi processi evolutivi sono in gran parte oramai ben noti e sono divenuti oggetto di intenso dibattito anche al di fuori della cerchia degli “addetti ai lavori” (Rossi, A., 2008)<sup>34</sup>:

- la situazione di crescente difficoltà per molte aziende agricole o intere aree rurali, di fatto marginalizzate da questi processi di sviluppo del sistema agroalimentare o poste in condizione di insostenibilità economica (sono espressione di tale situazione la perdita di potere decisionale e la riduzione dei redditi di molti degli agricoltori collocati nelle filiere lunghe, come anche le difficoltà di accesso al mercato da parte delle aziende di ridotte

---

<sup>34</sup> Manuale ARSIA “*Guida per l'attivazione di forme collettive di vendita diretta: Esperienze, approcci e strumenti*” Regione Toscana 2008

- dimensioni o con produzioni non rispondenti agli standard richiesti);
- l'elevato impatto ambientale dovuto ai metodi produttivi intensivi e fortemente industrializzati, alle modalità di commercializzazione e alle grandi distanze interposte tra sistemi produttivi e consumo;
  - l'industrializzazione, l'artificializzazione e la standardizzazione degli alimenti, l'impoverimento della loro qualità organolettica e nutrizionale;
  - la separazione sociale, culturale e geografica della produzione di alimenti dal loro consumo, con conseguente perdita da parte dei consumatori di conoscenze, di cultura alimentare, di abilità gastronomiche, di possibilità di controllo diretto;
  - il verificarsi di periodiche crisi alimentari che, unitamente alla mancanza di conoscenze e di possibilità di controllo, hanno favorito la crescita di senso di sfiducia, insicurezza e ansietà nel consumo di alimenti;
  - l'incremento delle patologie legate a modelli e pratiche alimentari non adeguati, in un sistema produttivo e alimentare sostanzialmente guidato da logiche di mercato.

In contrapposizione a questo modello imposto dalle poche corporazioni internazionali che dettando le regole per la produzione, trasformazione, distribuzione e trasporto, la filiera corta ha ritrovato un nuovo slancio, dando così la possibilità ai piccoli produttori locali di ritornare protagonisti attivi nei canali commerciali e recuperare redditività valorizzando, al contempo, le risorse endogene dei territori.

Oggi assistiamo ad una grande varietà di iniziative realizzate a livello locale che hanno coinvolto in primo luogo produttori e consumatori ma sempre più spesso anche altri soggetti<sup>35</sup>, attorno all'obiettivo comune di riportare a una dimensione locale la relazione tra produzione e consumo di cibo.

Dal lato dei consumatori queste iniziative rispondono alle esigenze diffuse

---

<sup>35</sup> Associazioni culturali, organizzazioni professionali e del biologico, movimenti sociali, amministrazioni, enti di ricerca, ecc.

di ritrovare un rapporto più gratificante e sereno con il cibo, di recuperare conoscenze e abilità andate perdute, di sentirsi nuovamente soggetti attivi e liberi da condizionamenti, di assumere un ruolo responsabile rispetto all'impatto dei propri comportamenti di consumo. Per i produttori, in particolare per quelli di piccole dimensioni, esse rappresentano percorsi alternativi all'interno di un sistema sempre più insostenibile, che permettono di tornare a valorizzare le proprie capacità produttive, riacquistare potere decisionale, ritrovare soddisfazione nella propria attività.

Per entrambi il soddisfacimento di queste esigenze deriva dalla possibilità di instaurare un rapporto diretto, attraverso cui comunicare e condividere principi e significati attorno alla produzione e al consumo di cibo (Brunori G., 2010).

L'importanza rivestita da queste esperienze, nella diversità di forme e significati assunta, va ben al di là, quindi, della loro spesso contenuta dimensione economica e risiede nel loro intrinseco potenziale innovativo. Esse sono espressione della ricerca/creazione di nuove modalità di interazione attorno alla produzione e al consumo di cibo, le quali coinvolgono i vari soggetti attorno ad una gamma di principi e obiettivi più ampia rispetto agli scopi puramente economici, includendo, come si è detto sopra, anche valori ambientali, culturali ed etici. [...] La ri-localizzazione implica un processo di innovazione organizzativa, i cui tratti salienti sono nuove pratiche di produzione, distribuzione e consumo, e nuove modalità di relazione tra gli attori coinvolti. (Guidi, F., 2009).

Attualmente i processi di ri-localizzazione sono animati soprattutto dai movimenti dal basso, che in pochi anni sono stati in grado di crescere notevolmente e di suscitare una crescente attenzione nella società civile, nel tessuto economico e nelle istituzioni. Attraverso l'iniziativa di questi gruppi, la ri-localizzazione ha assunto una dimensione simbolica, una relazionale ed una fisica (Falasconi, L., 2008)<sup>36</sup>:

---

<sup>36</sup> Falasconi L. (2008), "Modalità di commercio a valenza sociale, etica ed ambientale" - seminario

- **ri-localizzazione simbolica** significa rafforzare la consapevolezza del valore delle risorse locali (la biodiversità, il paesaggio, la cultura, le reti sociali) e dell'origine delle merci, per consentire agli attori economici di prendere decisioni informate e responsabili. Se il consumatore sa da dove viene il prodotto che consuma, può acquisire la consapevolezza dello sfruttamento dell'ambiente e dell'uomo che ne ha consentito la produzione e la distribuzione. Se il produttore locale è in grado di comunicare ai consumatori il valore che l'impiego delle risorse locali aggiunge al prodotto finale, può creare una situazione di vantaggio per entrambi;
- **ri-localizzazione relazionale** significa favorire relazioni di scambio tra attori locali. Si stabilisce un canale di comunicazione tra consumatori e produttori imperniato sulla comunanza di valori che consente di generare forme di conoscenza e un'etica del consumo esterne alla relazione commerciale;
- **ri-localizzazione fisica** implica la ristrutturazione della produzione, della distribuzione e del consumo in modo da privilegiare, quando possibile, la riduzione delle distanze e delle intermediazioni commerciali.

Ri-localizzare significa dunque:

- diminuire l'inquinamento, il consumo di energia ed il traffico, ed inoltre dovendo coprire brevi distanze possono arrivare più freschi sui piatti;
- dà la possibilità al consumatore di conoscere direttamente i produttori
- i cibi escono dall'anonimato ci "raccontano" la loro storia;
- permette di riscoprire colture e soprattutto culture della zona da cui provengono, proteggendo la biodiversità, i sapori, le ricette e le tradizioni;
- consente di rispettare la stagionalità dei prodotti che il consumatore acquista e mangia, inoltre produrre e distribuire prodotti fuori stagione è certamente più costoso e soprattutto il loro apporto nutrizionale è sicuramente inferiore.

Il processo di ri-localizzazione dei processi alimentari vede, in tutto il mondo, la sperimentazione di diverse iniziative con l'obiettivo di mettere in atto una gestione alternativa della catena agro-alimentare finalizzata a sostenere le dinamiche di sviluppo rurale. Tra le esperienze di filiera corta ricordiamo alcuni esempi:

- **Farmers Market** (mercati dei contadini)

Sono spazi di vendita al pubblico (piazze, strade, ecc.) messi a disposizione da Enti pubblici (Istituti, Università, ecc.) o da Amministrazioni locali (Comuni, provincie, ecc), dove vengono allestiti piccoli mercati di prodotti agroalimentari gestiti direttamente dai produttori. In questo modo gli agricoltori hanno la possibilità di vendere i loro prodotti direttamente ai consumatori assicurandosi un margine di guadagno superiore rispetto a quello gli verrebbe garantito dalla vendita dei prodotti nei convenzionali canali commerciali. Grazie ai Farmers Market diviene possibile un contatto diretto tra produttori e consumatori, che possono quindi venire a conoscenza dei processi produttivi e della provenienza dei singoli prodotti. Questa tipologia di mercati stanno avendo in tutto il mondo una crescita esponenziale nel corso degli ultimi anni, grazie al forte interesse emerso nell'opinione pubblica e al supporto organizzativo ed economico fornito dalle Amministrazioni Pubbliche e dalle organizzazioni professionali.

- **Community supported agriculture**

sono piccoli gruppi composti da poche famiglie fino a qualche decina, che sostengono, attraverso l'acquisto dei loro prodotti, piccoli convivium di aziende agricole locali.

- **Pick your own**

rappresenta una particolare forma di vendita diretta che consiste nella raccolta dei prodotti dell'azienda agricola (frutta, verdura, uova, ecc.) effettuata direttamente in campo dai consumatori. In questo modo il consumatore stabilisce un rapporto diretto con il prodotto e, quindi, con la

campagna.

- **Il box scheme**

è una forma distributiva di prodotti agricoli stagionali, solitamente biologici, organizzata dall'agricoltore che rifornisce direttamente un gruppo di consumatori convenzionati. L'agricoltore si impegna a recapitare al consumatore, generalmente direttamente a domicilio, ad intervalli concordati – a cadenza settimanale o quindicinale - un determinato quantitativo di prodotti coltivati in azienda. Questo tipo di distribuzione diretta viene svolta da singole aziende, ma in molti casi i produttori scelgono di collaborare – in forma associata o di cooperativa - allo scopo di ampliare il paniere di prodotti offerti. Il box scheme è una forma di approvvigionamento dei prodotti agro-alimentari diffusa soprattutto negli Stati Uniti, in Canada e nei Paesi del Nord Europa, dove alcune esperienze – sia condotte da singole aziende che da iniziative di collaborazione tra più produttori - raggiungono alcune migliaia di consegne a settimana. Molte iniziative offrono una vasta scelta ai consumatori, che possono decidere non soltanto il quantitativo di prodotto da acquistare, ma anche il contenuto delle ceste (Guidi, F., 2009).

- **GAS**

sono gruppi di persone che decidono di concentrare la domanda di beni acquistandoli direttamente dai produttori, saltando, così, i lunghi e costosi passaggi della filiera agroalimentare.

### **3. I Gruppi di Acquisto Solidale: un punto d'incontro tra sviluppo rurale e consumo critico.**

#### **3.1 Che cosa sono i Gruppi di Acquisto Solidale**

I Gruppi di Acquisto Solidale (GAS) sono organizzazioni spontanee di consumatori costituite da persone con sviluppata coscienza critica nei confronti dell'attuale sistema economico capitalistico che si incontrano per acquistare collettivamente, in modo "consapevole e responsabile", determinati beni e servizi direttamente dai produttori con cui instaurano rapporti di fiducia diretti, personali e non solo commerciali.

I Gruppi di Acquisto si definiscono "Solidali" poiché sono costituiti da persone che operano scelte socialmente responsabili con connotazioni etiche tali da far ascrivere il fenomeno all'interno di quelle forme di consumo critico che attingono, in larga parte, dall'impianto teorico del Commercio Equo e Solidale. L'aggettivo solidale sta ad indicare un atteggiamento di benevolenza e comprensione, ma soprattutto uno sforzo attivo e gratuito, atto a venire incontro alle esigenze e ai disagi dei piccoli produttori esclusi dai meccanismi della GDO; dei lavoratori sempre più sfruttati dalle grandi imprese; dei consumatori succubi dei bisogni indotti dall'attuale sistema economico; dell'ambiente naturale depauperato in modo indiscriminato.

I GAS si differenziano dai semplici gruppi d'acquisto con sola finalità di risparmio economico poiché la scelta dei produttori selezionati e dei prodotti acquistati viene fatta non solo sulla base di considerazioni che tengono conto del prezzo di vendita ma anche sulla base di determinati principi di solidarietà che riguardano sia la sfera sociale che quella ambientale<sup>37</sup>. Ci si discosta dal

---

<sup>37</sup> Dal dicembre 2007 i GAS sono ufficialmente riconosciuti anche dalla legge italiana, infatti la legge finanziaria 2008 all'articolo 266 definisce i gruppi di acquisto solidali riconoscendone la valenza etica, sociale e ambientale, ma soprattutto confermando la natura "non commerciale" dell'attività di acquisto collettivo e la successiva distribuzione, senza ricarichi, tra i membri, aspetto questo che aveva creato qualche problema in passato.

semplice consumo utilitaristico e si valuta l'intero ciclo di vita del prodotto: le conseguenze e gli effetti della sua produzione e commercializzazione sull'ambiente e sulle persone.

I GAS si distinguono appunto per quella "S" che sta a significare la Solidarietà come criterio-guida nelle scelte quotidiane di consumo (Saroldi A., 2001).

I principi generali che guidano le scelte dei gruppi e li connotano come "solidali" sono diversi. Tra quelli più comunemente adottati ricordiamo:

- **la ricerca di alimenti sicuri dal punto di vista sanitario.** Il membro di un GAS vuole acquistare alimenti che garantiscono la sicurezza sanitaria, vuole alimenti genuini, naturali, non industriali, prodotti con i saperi antichi e con le tradizioni locali. La ricerca della salute riporta all'attenzione il valore della qualità del prodotto e dell'azienda produttrice. La sicurezza alimentare può essere garantita, infatti, solo da adeguate pratiche di produzione, manipolazione e conservazione degli alimenti che spesso non vengono seguite proprio perché l'unico interesse è il profitto e non vi è responsabilità d'impresa;
- **la ricerca di prodotti realizzati attraverso processi produttivi ecosostenibili.** Il valore della salute richiama immediatamente quello della naturalità. La ricerca del prodotto biologico, naturale, e tradizionale, si affianca alla voglia di benessere. La genuinità delle materie prime, la loro provenienza, i processi di trasformazione, la tipologia di conservazione, un trattamento *soft* ed *ecocompatibile* sono percepiti come criteri indispensabili nella guida alla scelta alimentare (Russo, 2009). La scelta di alimenti prodotti senza l'utilizzo di pesticidi, di diserbanti e di concimi chimici di sintesi che determinano inquinamento di biotopi e biocenosi rappresenta un altro modo per migliorare le condizioni dell'ambiente naturale e preservare la biodiversità degli agro-ecosistemi.

- **l'acquisto di prodotti locali.** L'acquisto di prodotti locali risponde a diverse esigenze sia di carattere ecologico che di natura economica e sociale. Comprare prodotti locali, infatti, vuol dire ridurre i costi ambientali ed economici di trasporto e quindi il prezzo finale del bene acquistato. I prodotti locali inoltre, dovendo percorrere distanze ridotte, arrivano più freschi e gustosi e richiedono un minor impiego di input energetici per la loro conservazione (utilizzo di conservanti e impiego di celle refrigeranti). La scelta dei prodotti tipici locali può voler dire anche contribuire alla riduzione dell'erosione di biodiversità in termini genetici e varietali poiché si scelgono cultivar endemiche tipiche dei luoghi di origine.
- **l'acquisto di prodotti provenienti principalmente da piccoli produttori locali.** Questo tipo di scelta consente di instaurare rapporti di conoscenza diretta con i produttori. Se il consumo diventa un'esperienza collettiva aiuta a sviluppare delle relazioni e favorisce lo scambio di idee ed esperienze (Saroldi A., 2001). Creare e mantenere relazioni dirette e rapporti di fiducia con i produttori locali può contribuire a diffondere la conoscenza dei processi produttivi, riscoprire e mantenere vive le tradizioni e la cultura del mondo rurale e quindi contribuire allo sviluppo del territorio nel suo complesso. Infine la scelta di piccoli produttori locali contribuisce a migliorare le opportunità commerciali a quei produttori che, per motivi di carattere organizzativo o economico, non possono o non vogliono entrare nei consueti circuiti commerciali della grande distribuzione organizzata.
- **l'acquisto di prodotti realizzati rispettando i diritti dei lavoratori.** In questo caso, scegliere prodotti che sono stati realizzati senza ricorrere allo sfruttamento dei lavoratori coinvolti nei processi di produzione (sfruttamento dei minori, sovraccarico degli orari lavorativi, lavoro nero e scarsamente retribuito, mancanza dei requisiti minimi di sicurezza,

ecc.) significa contribuire a regolamentare il mercato del lavoro e difendere la dignità e i diritti dei lavoratori e delle persone. Mentre le grandi imprese multinazionali spostano la loro produzione nelle regioni del mondo in cui i costi della manodopera sono più bassi e i diritti dei lavoratori più calpestati, i Gruppi si orientano su produttori che adottano cicli produttivi rispettosi dell'uomo e dell'ambiente, che garantiscono condizioni di lavoro accettabili, che rispettano gli accordi internazionali sul lavoro e i livelli salariali (Saroldi A., 2001).

- **l'acquisto di prodotti realizzati da agricoltura sociale e da aziende confiscate alla mafia.** Con il semplice gesto dell'acquisto responsabile di prodotti realizzati in aziende confiscate ai mafiosi o aziende che praticano agricoltura sociale si può dare un contributo e premiare le esperienze che promuovono la dignità delle persone e dell'intera società civile.

“Essere un GAS perciò non vuole dire soltanto risparmiare acquistando in grandi quantitativi, ma soprattutto chiedersi e sapere che cosa c'è dietro ad un determinato bene di consumo: se, chi lo ha prodotto, ha rispettato le risorse naturali e le persone che le hanno trasformate; 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”<sup>38</sup>.

### *3.1.1 Struttura organizzativa e modalità operative*

Sulla base dei principi guida il gruppo di consumatori critici, dopo essersi costituiti in GAS, inizia ad organizzarsi per avviare le attività e gestire gli acquisti<sup>39</sup>.

Indipendentemente dal tipo di Gruppo e dagli obiettivi che si prefissano,

---

<sup>38</sup> Documento Base dei GAS “*I Gruppi di Acquisto Solidale: un modo diverso di fare la spesa*” Luglio 1999, p.4

<sup>39</sup> Generalmente i GAS nascono come gruppi informali (gruppi senza una struttura organizzativa formalmente riconosciuta) per poi trasformarsi verso forme più strutturate come le associazioni formali. In altri casi nascono come una delle diverse attività presenti all'interno di una associazione preesistente.

solitamente i GAS iniziano con il definire una lista di prodotti che intendono acquistare e di conseguenza individuano i potenziali produttori da cui rifornirsi. In un secondo momento, in funzione del numero di partecipanti e della disponibilità di strutture e attrezzature di supporto (sede, computer, scaffali, bilance, mezzo di trasporto, ecc.), si passa alla suddivisione di compiti e mansioni tra soci e all'organizzazione degli ordini e della distribuzione dei prodotti.

Di solito, all'interno dei GAS, si costituiscono dei piccoli sottogruppi ognuno dei quali ricopre un ruolo e dei compiti ben definiti. Si creano così i referenti che gestiscono gli ordini e gli acquisti; i responsabili della distribuzione dei prodotti tra i soci; i responsabili del sito web; la commissione qualità che si occupa di verificare che le caratteristiche di prodotti e produttori selezionati corrispondano realmente ai criteri guida scelti dal gruppo, ecc.

Questo tipo di impostazione è finalizzata a creare, tra i membri del gruppo, uno spirito partecipativo e collaborativo che favorisce la convivialità, le relazioni collettive e lo scambio di esperienze tra persone siano essi consumatori che produttori.

Un GAS non è solo un gruppo di persone che acquistano insieme prodotti ad alto contenuto di solidarietà e sostenibilità. E' prima di tutto un laboratorio di partecipazione. I membri di un GAS decidono, tutti insieme, i criteri a cui ispirare gli acquisti, scelgono i fornitori, vanno a conoscerli. Fare parte di un GAS significa prima di tutto tornare protagonisti della propria spesa, senza delegare le scelte a nessuno (Valera L., 2005).

Una volta che si sono creati i primi rapporti con i fornitori e scelti i singoli prodotti il gruppo incomincia a sperimentare l'organizzazione della logistica gestendo gli ordini e la distribuzione prodotti. Le modalità operative e di funzionamento sono molteplici e generalmente i GAS, per i prodotti alimentari, sono così organizzati: i referenti degli ordini creano, insieme ai fornitori, un paniere di prodotti che variano in funzione della disponibilità

stagionale. La scheda dell'ordine è inviata tramite posta elettronica a tutti i soci che provvedono entro i termini utili a rinviarla compilata dei prodotti scelti. Una volta recuperati gli ordini collettivi questi vengono raggruppati in un unico file excel e trasmessi al produttore che provvederà a consegnare presso il luogo e l'orario stabilito la fornitura dei prodotti.

La successiva distribuzione dei beni acquistati avviene attraverso delle cassette personalizzate preparate o dal produttore oppure dai responsabili della distribuzione. Generalmente la tipologia di prodotti acquistati dai GAS sono rappresentati oltre che da generi alimentari anche da servizi (internet, convenzioni, ecc.) e beni non alimentari (abbigliamento, prodotti dell'artigianato, detersivi, ecc.).

Oltre alle attività di acquisto solitamente i GAS organizzano alcune attività (cene sociali, degustazioni di prodotti, visite aziendali, ecc.) che hanno l'obiettivo di rafforzare le relazioni tra i soci e il mondo della produzione. Inoltre i GAS tendono ad ampliare le proprie iniziative organizzando attività di sensibilizzazione (seminari, convegni, feste, ecc.) che coinvolgono le altre realtà territoriali che si fondano sugli stessi principi di giustizia e solidarietà.

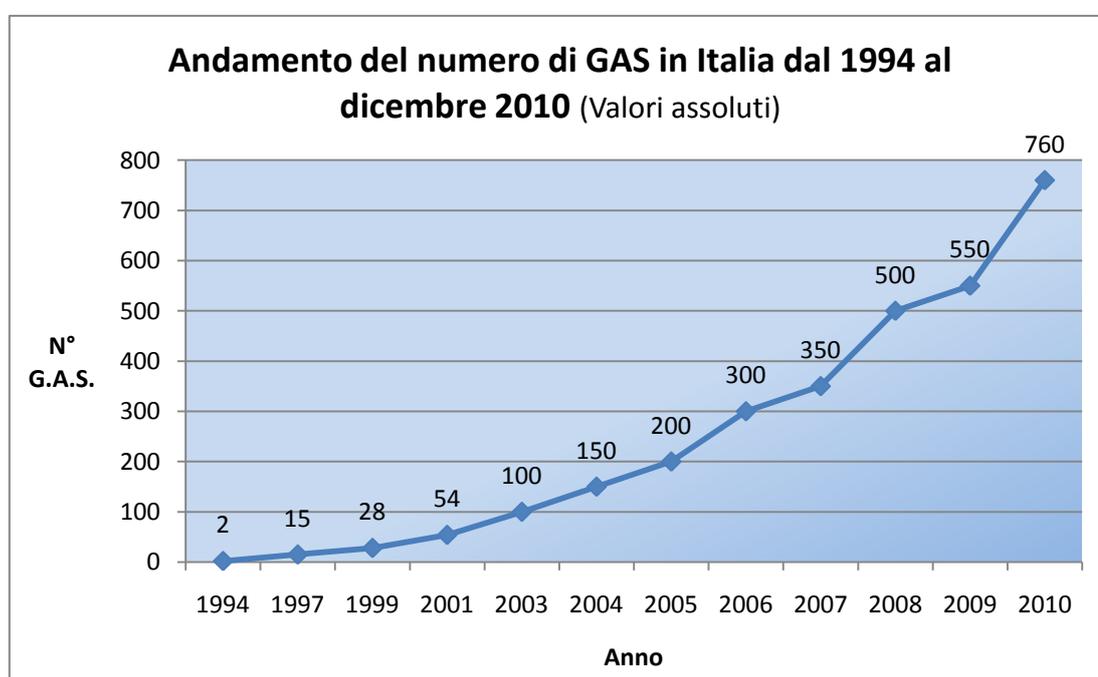
## **3.2 Lo sviluppo dei Gruppi di Acquisto Solidale in Italia**

### *3.2.1 Analisi del contesto nazionale*

In Italia i primi Gruppi di Acquisto Solidale nascono tra la fine del 1993 e l'inizio del 1994. Sono due i GAS che prendono le prime mosse in quegli'anni. Il primo, il più famoso, è quello di Fidenza (PR) costituito da un gruppo di amici attenti alle problematiche ambientali e ai problemi del Terzo Mondo che dopo diversi anni di rodaggio si sono costituiti in associazione per proporsi come punto di riferimento e svolgere un ruolo di risposta sul territorio. Il secondo, sicuramente meno conosciuto, è rappresentato dal Gruppo informale di Palazzolo Acreide (SR) che nasce dall'unione di diverse famiglie che decidono di approvvigionarsi di prodotti agro-alimentari direttamente da

aziende agricole locali operanti in regime di agricoltura biologica, rispettose quindi dell'ambiente naturale. In Italia l'esperienza dei GAS è quindi dapprima circoscritta alle sole Regioni del Veneto e della Sicilia ma con il passare degli anni si diffonde in diverse aree del territorio nazionale interessando oggi, anche se in misura diversa, tutte le Regioni.

Attualmente quelli censiti grazie ai dati disponibili sul sito della Rete nazionale di collegamento dei GAS<sup>40</sup> sono circa 760. Pur tuttavia tale fonte permette solo un esame parziale del loro sviluppo. Tale stima è da considerarsi infatti imprecisa e sicuramente sottostimata poiché alla Rete si registra solo una parte dei Gruppi realmente presenti sul territorio nazionale<sup>41</sup>, essendo l'adesione volontaria.



**Figura 1 Fonte: Rete Nazionale GAS e rilevazione diretta (dicembre 2010)**

<sup>40</sup> [www.retegas.org](http://www.retegas.org) è il sito della rete nazionale di collegamento dei GAS

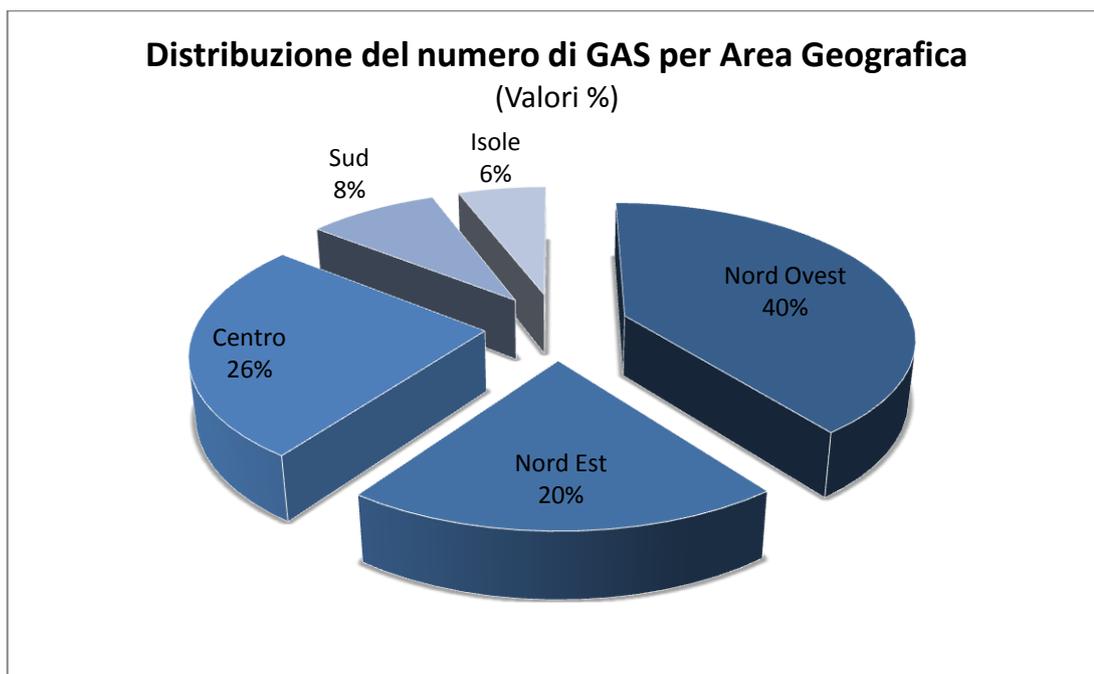
<sup>41</sup> Si può stimare che il numero reale dei GAS in Italia sia almeno il doppio di quelli iscritti nei circuiti nazionali. Basti pensare che in Sicilia ad oggi risultano iscritti solamente 23 Gruppi. In realtà in seguito a rilevazione diretta sono stati censiti 34 GAS

Come è possibile osservare in Fig.1, vi è stato, a partire dal 1994, un andamento sempre crescente del fenomeno, con un tasso di sviluppo particolarmente sostenuto negli ultimi anni: il numero dei Gruppi si è incrementato del 52% nel triennio che va dal 2008 al dicembre 2010 ed è più che raddoppiato dal 2007 ad oggi.

La distribuzione dei GAS per area geografica non è uniforme a livello nazionale. La maggior diffusione riguarda le Regioni del Centro-Nord dove il fenomeno risulta ben sviluppato. In particolare nell'area geografica del Nord Ovest (Valle D'Aosta, Piemonte, Liguria, Lombardia) sono stati trovati oltre 300 gruppi, che rappresentano il 40% del totale nazionale. L'area del Nord Est (Trentino-Alto Adige, Friuli-Venezia Giulia, Veneto, Emilia-Romagna) in cui sono presenti poco più di 150 gruppi ha un peso del 20% sul totale. Più rappresentative sono le Regioni del Centro Italia (Umbria, Marche, Lazio, Toscana) dove si trovano quasi 200 gruppi che rappresentano il 26% del totale nazionale. Più marginale e meno sviluppato risulta il fenomeno nelle Regioni del Sud anche se interessato da un forte incremento. In particolare nelle Regioni di Basilicata, Abruzzo, Molise, Calabria, Campania e Puglia si registra la presenza di 65 Gruppi, pari al 8% del totale. Nelle Isole (Sicilia e Sardegna) sono stati censiti 44 GAS pari al 6% del totale nazionale.

**Tabella 3 Distribuzione del numero di GAS per Area Geografica al dic. 2010 (Valori assoluti)**

<b>Area Geografica</b>	<b>Regione</b>	<b>Numero GAS</b>
<b>Nord Ovest</b>	Valle D'Aosta, Piemonte, Liguria, Lombardia	301
<b>Nord Est</b>	Trentino-Alto Adige, Friuli-Venezia Giulia, Veneto, Emilia-Romagna	154
<b>Centro</b>	Umbria, Marche, Lazio, Toscana	196
<b>Sud</b>	Basilicata, Abruzzo, Molise, Calabria, Campania, Puglia	65
<b>Isole</b>	Sicilia, Sardegna	44
<b>Totale</b>		<b>760</b>



**Figura 2: Rete Nazionale GAS e rilevazione diretta (dicembre 2010)**

Da come si può evincere dalla tabella 2, le Regioni in cui si registra il maggior numero di GAS sono la Lombardia con 190 Gruppi (25% sul totale nazionale), la Toscana con poco più di un centinaio di Gruppi (14%) e il Piemonte con quasi 90 Gruppi (11%). Queste Regioni, oltre a presentare il maggior numero di GAS, sono quelle in cui negli ultimi anni vi è stato un maggior incremento del numero di GAS.

In Lombardia si è passati da 96 gruppi del 2007<sup>42</sup> a 190 del 2010 con un incremento del 98% mentre sempre tra il 2007 e il 2010 in Toscana e Piemonte vi è stato un incremento di oltre il 100%. Le Regioni in cui si riscontra il minor numero di GAS sono invece il Molise, in cui risultano costituiti solo 3 Gruppi (0,4%), la Basilicata e la Valle D'Aosta con 4 Gruppi ciascuno (0,5%).

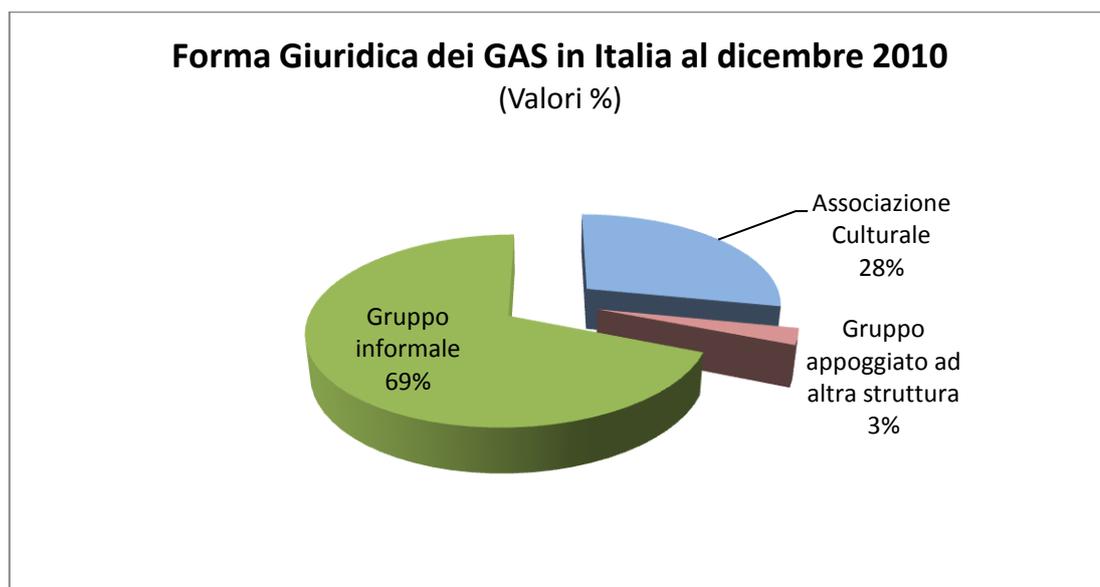
<sup>42</sup> Fonte: Silvia Sivini "Filiere corte e *alternative food consumers*: risultati da una survey nazionale" in Workshop su "Innovazione sociale e strategie di governante per uno sviluppo sostenibile delle aree rurali – Trento 16-18 giugno 2007

**Tabella 4: Distribuzione del numero di GAS iscritti alla Rete Nazionale GAS al dicembre 2010**  
(Valori assoluti)

<b>Regione</b>	<b>Numero GAS</b>
Molise	3
Basilicata	4
Valle D'Aosta	4
Umbria	5
Calabria	6
Friuli-Venezia Giulia	10
Sardegna	10
Abruzzo	11
Trentino-Alto Adige	14
Campania	20
Puglia	21
Liguria	23
Marche	24
Sicilia	34
Lazio	62
Emilia-Romagna	62
Veneto	68
Piemonte	84
Toscana	105
Lombardia	190
<b>Totale</b>	<b>760</b>

### 3.2.2 Caratteristiche dei GAS in Italia

I Gruppi di Acquisto Solidale oggetto di indagine risultano essersi costituiti tra il 1994 e il 2010. La tipologia organizzativa maggiormente rappresentata nei GAS italiani risulta essere il “Gruppo informale” che caratterizza il 69% dei casi analizzati. Un numero modesto di GAS (3%) pur rimanendo un gruppo informale si appoggia, per svolgere le proprie attività, ad altre strutture già esistenti come associazioni o cooperative. Il 28% dei Gruppi intervistati ha, invece, deciso di costituirsi in associazione formale. La scelta di adottare questa tipologia di organizzazione, che per molti rappresenta una forma rigida e vincolante, nasce generalmente dalla necessità di gestire le esigenze di un maggior numero di soci e per usufruire delle agevolazioni messe a disposizione da parte di diversi Enti pubblici che erogano finanziamenti a fondo perduto indirizzati ai GAS.



**Figura 3:** Fonte rilevazione diretta (dicembre 2010)

In molti casi, Comuni, Province e Regioni italiane sostengono e promuovono lo sviluppo dei Gruppi di Acquisto Solidale sul proprio territorio e incentivano la pratica della filiera corta e il consumo di prodotti agricoli di qualità attraverso la concessione di specifici contributi economici indirizzati ai GAS formalizzati in associazioni.

Il 13 % dei Gruppi analizzati ha, infatti, ottenuto finanziamenti pubblici per affrontare le spese di creazione, di funzionamento e di organizzazione del GAS (Registrazione dello Statuto, acquisto attrezzature anche informatiche, affitto di una sede per la distribuzione dei prodotti, ecc.).

Altri Gruppi, invece, hanno ricevuto sovvenzioni pubbliche per promuovere, attraverso l'organizzazione di incontri informativi e di approfondimento (seminari, convegni e incontri) queste nuove ed emergenti forme di acquisto e di consumo intelligente che coniugano il rispetto dell'ambiente, la solidarietà e il rapporto diretto con il produttore.

Nell'80% dei casi, indifferentemente dalla forma giuridica, i GAS si propongono al territorio facendo rete con le altre realtà "solidali" presenti nel contesto territoriale di riferimento.

L'analisi della consistenza numerica dei componenti dei GAS ha rilevato che il 69% dei Gruppi sono costituiti da un numero di soci che non supera le 40 unità. Il restante 31% dei casi è costituito invece da un numero di soci che presenta una forbice tra 41 e 107 soci. Ogni Gruppo presenta un numero medio di soci che risulta essere pari a 36 componenti. Questo dato sottolinea che superato un certo numero di componenti l'attività organizzativa e gestionale del GAS diventa complessa e farragিনosa e di solito si preferisce chiudere le adesioni e incentivare, attraverso la "gemmazione", la nascita di nuovi gruppi con cui condividere produttori e modalità operative.

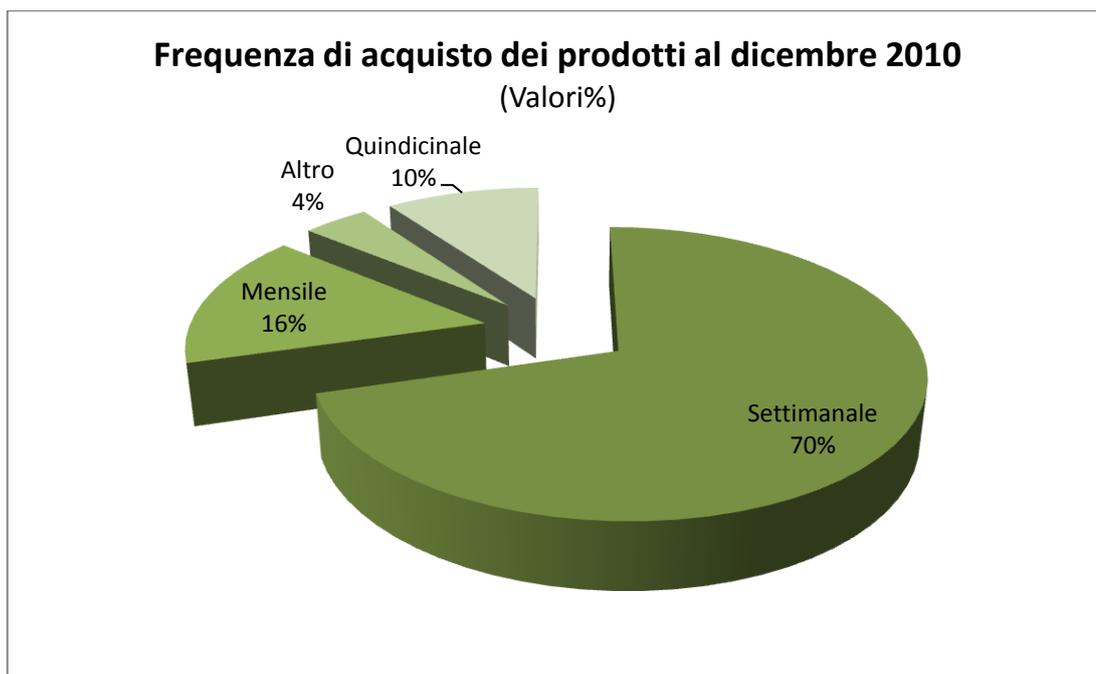
Per quanto riguarda la gestione interna delle attività del GAS, dall'indagine è emerso che la totalità dei gruppi è gestita dai soci in modo del tutto volontario. In un solo caso è emerso che il GAS, oltre a vedere la partecipazione volontaria dei membri del gruppo, è gestito da due persone che ricevono un compenso per le attività svolte.

Per la copertura dei costi di gestione è prevista nel 45% dei casi il pagamento di una quota annua che varia da un minimo di cinque ad un massimo di quindici euro. Il 10% dei GAS applica un rincaro proporzionato al

volume di acquisto dei prodotti e solo una piccola parte (3%) applica un rincaro agli acquisti unitamente al pagamento di una quota associativa annua. Nel 42% dei casi invece non si presentano costi di gestione tali da giustificare un'ulteriore partecipazione economica dei membri del Gruppo.

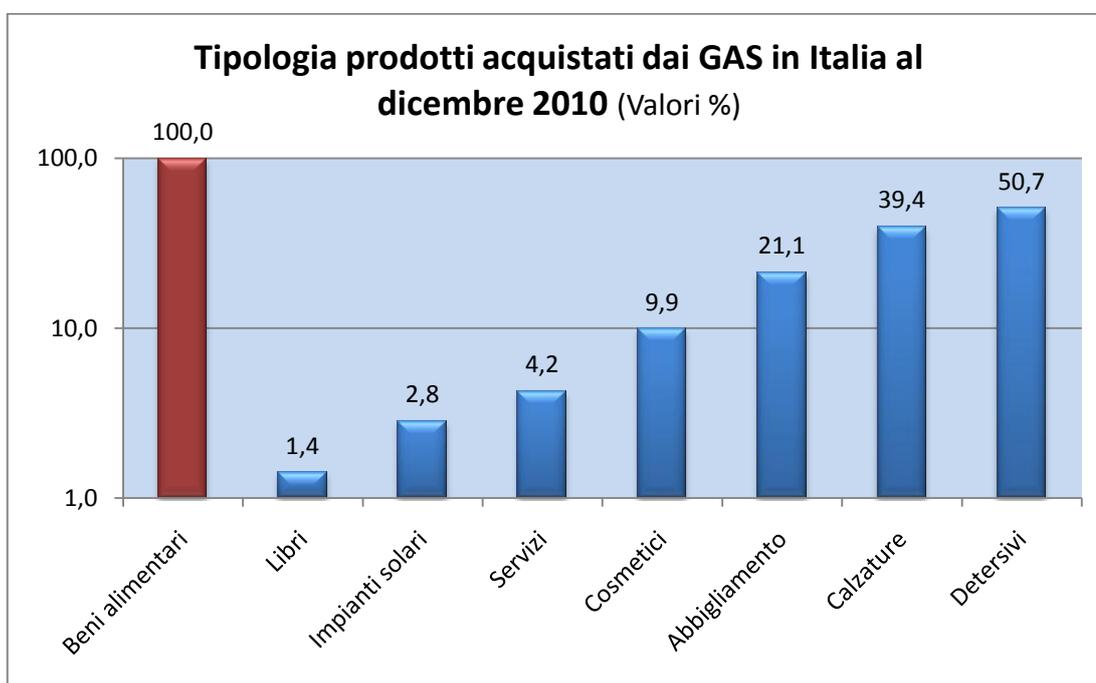
Il 53% dei Gruppi effettua gli ordini dei prodotti con l'ausilio della posta elettronica, l'11% utilizza invece il sito web del GAS appositamente creato al fine di effettuare, nel modo più efficiente, gli ordini direttamente ai produttori. Una piccola parte di GAS (6%) per effettuare gli ordini utilizza il telefono o si avvale di schede compilate di persona durante la fase di distribuzione dei prodotti. La restante parte dei Gruppi (30%) utilizza contemporaneamente più forme di gestione degli ordini (e-mail, sito web, telefono, di persona) andando in contro alle diverse esigenze pratiche dei soci.

Per quanto riguarda la frequenza di acquisto, dall'analisi svolta si è potuto constatare che la maggiorparte dei GAS (70%) effettua gli acquisti settimanalmente rimandando a scadenze più lunghe l'acquisto di prodotti non freschi a lunga conservazione. Il 16% invece effettua gli acquisti con cadenza mensile e il 10% dei GAS li effettua ogni quindici giorni. La restante parte (4%) effettua gli ordini raramente o comunque ogni qualvolta si raggiunge il numero minimo per poter inoltrare l'ordine al produttore.



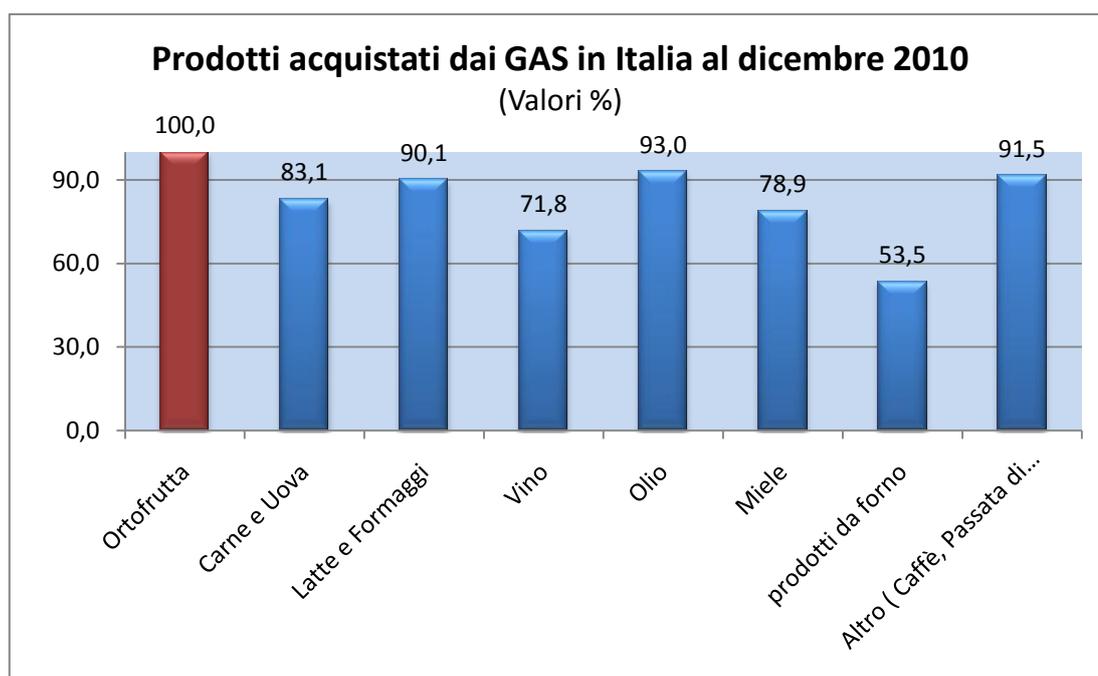
**Figura 4: Fonte rilevazione diretta (dicembre 2010)**

Da come si evince dalla tabella (fig. ) tutti i GAS intervistati acquistano beni alimentari ma una parte considerevole (circa il 75%) acquista anche generi non alimentari (detersivi, calzature, abbigliamento, cosmetici, libri, servizi e pannelli fotovoltaici).



**Figura 5: Fonte rilevazione diretta (dicembre 2010)**

Tra i beni alimentari, i prodotti che compongono sempre il paniere di acquisto sono costituiti da frutta e ortaggi. Tutti i Gruppi acquistano sempre ortofrutta, il 90% dei GAS acquista anche latte e derivati (formaggi, burro, ecc.). L'olio extravergine d'oliva risulta essere acquistato dal 93% dei GAS e l'83% compone il proprio paniere di carne. Un'alta percentuali di Gruppi (circa il 92%) acquista inoltre altre tipologie di prodotti alimentari (caffè, passata di pomodoro, marmellata, pasta, pesce, manna, legumi, amari, liquori).



**Figura 6: Fonte rilevazione diretta (dicembre 2010)**

Le difficoltà riscontrate per la gestione delle attività di approvvigionamento e distribuzione dei prodotti acquistati dai Gruppi risultano essere diverse. Tra queste circa il 30% dei GAS analizzati ha considerato l'aspetto organizzativo relativo alla gestione degli ordini ai produttori. Un aspetto considerato rilevante dal 24% dei Gruppi è risultato essere la gestione generale del GAS e in particolare la difficoltà a trovare soci consapevoli e volenterosi disposti a partecipare attivamente alla gestione delle diverse attività promosse dal Gruppo, trovare aziende che condividessero i principi di solidarietà ed eticità. Tra le altre difficoltà si è potuto constatare che

il 17% dei GAS ha riscontrato problemi nel trovare aziende in grado di organizzare la logistica e quindi le consegne dei prodotti, un altro 17% ha riscontrato difficoltà nel trovare aziende in grado di garantire la continuità degli approvvigionamenti.



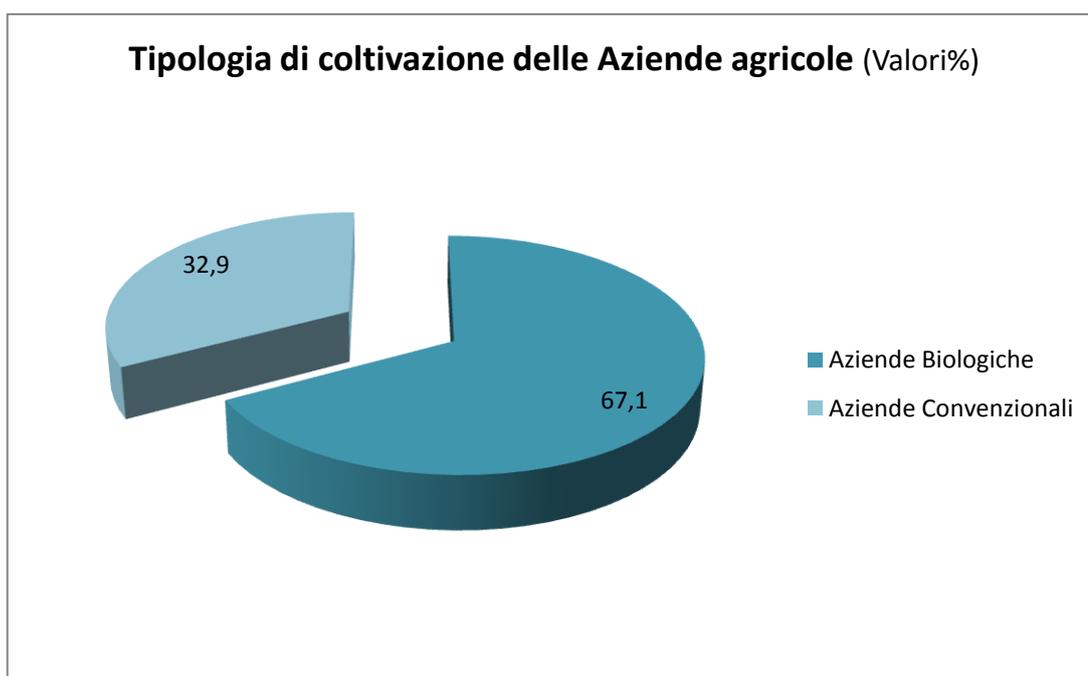
**Figura 7: Fonte rilevazione diretta (dicembre 2010)**

Il 15% ha invece avuto problemi nel reperire sul proprio territorio aziende agricole che avessero certificato i propri metodi di produzione in biologico. Di minor rilievo invece sono i problemi relativi all'approvvigionamento di prodotti diversificati (13%), difficoltà nel reperire prodotti di qualità (11%) e quantità di prodotti tali da soddisfare le esigenze dei GAS (11%). Quasi nulli risultano essere i problemi legati alla distribuzione dei prodotti tra i soci (3%) e alla mancanza della disponibilità di una sede (3%). Il 60% dei GAS ha a disposizione una sede propria dove svolge le diverse attività (distribuzione dei prodotti tra i membri, riunioni, incontri informativi, ecc.) e il restante 40% non dispone di una sede e si organizza appoggiandosi ad abitazioni messe a disposizione dai soci seguendo dei turni e delle scadenze ben precise anche in funzione delle tipologie di prodotti da

distribuire.

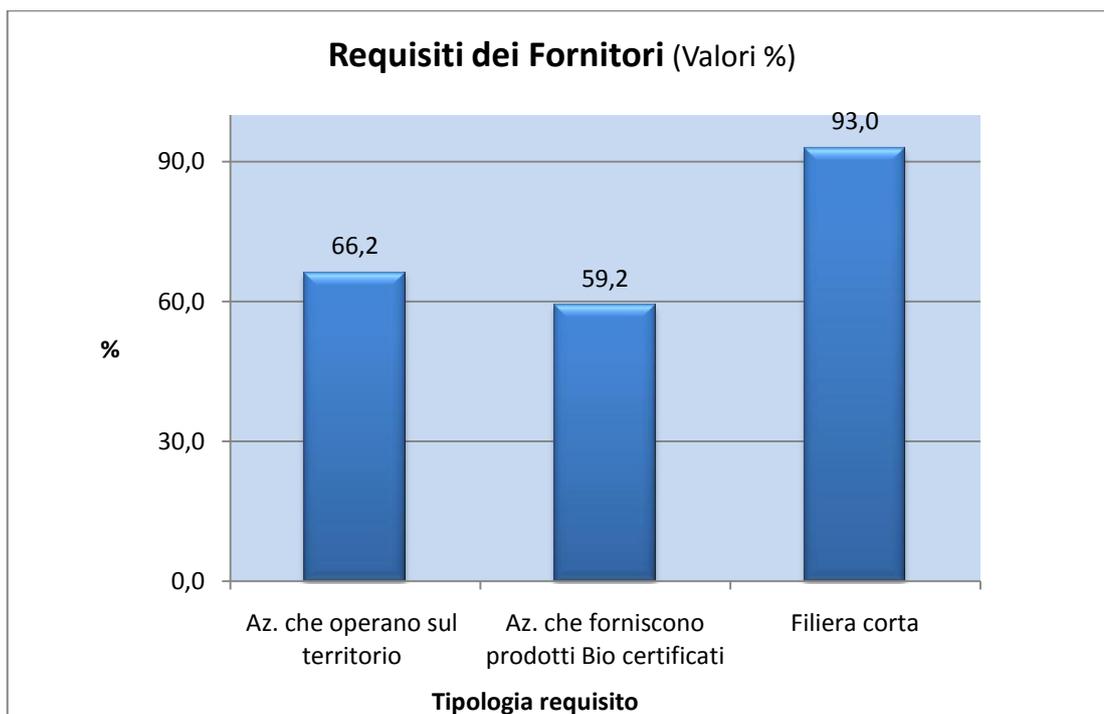
Le aziende che riforniscono i prodotti risultano essere prevalentemente aziende regionali, purtuttavia i GAS tendono ad acquistare anche prodotti nazionali come per esempio le arance siciliane e prodotti internazionali come i prodotti del commercio equo e solidale.

Per quanto riguarda le aziende agricole esse risultano essere per il 67% dei casi aziende certificate in biologico.



**Figura 8: Fonte rilevazione diretta (dicembre 2010)**

Il 42% dei GAS si rifornisce infatti esclusivamente da aziende certificate che producono secondo i metodi dell'agricoltura biologica; un altro 55% si rifornisce anche da aziende convenzionali non certificate che operano secondo i principi di tutela dell'ambiente naturale. Solo una piccola parte di GAS (3%) si rifornisce da aziende convenzionali.



**Figura 9: Fonte rilevazione diretta (dicembre 2010)**

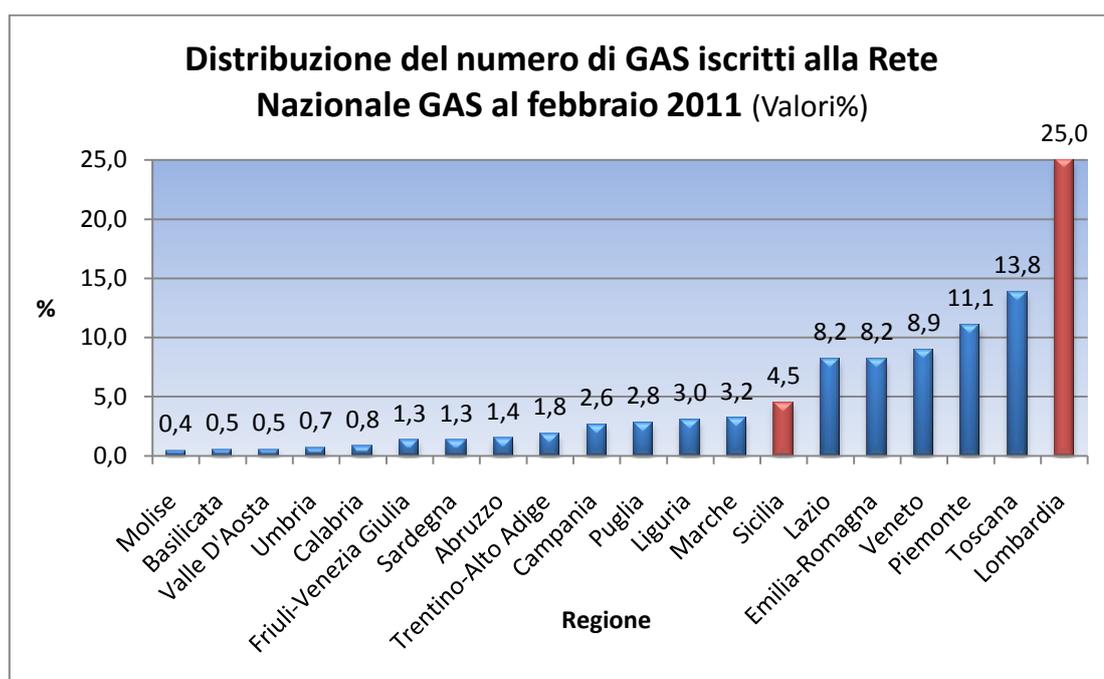
Tra i requisiti che devono avere i produttori per far parte dei fornitori dei GAS è emerso che il 66% dei Gruppi seleziona come fornitori le aziende che operano sul territorio. Circa il 60% dei GAS seleziona i propri fornitori in funzione della presenza o meno della certificazione biologica dei metodi di produzione. Altro aspetto fortemente preso in considerazione dalla maggior parte dei Gruppi è il rapporto diretto con i produttori. Il 93% dei casi infatti afferma di inserire tra i propri fornitori quei produttori con cui è possibile instaurare rapporti diretti di fiducia personale.

Il volume di acquisto medio annuo generato dai GAS risulta essere di circa 20.000 euro e il volume medio mensile risulta essere pari a poco più di 1.500 euro. Il 58% dei Gruppi genera un volume di acquisto che non supera i 19.999 euro, il 39% dei GAS ricade nella classe di valori compresa tra i 20.000 e i 48.000 euro mentre solo il 3% dei Gruppi genera un volume che supera i 50.000 euro di acquisti annui. Dall'analisi dei casi, si è potuto riscontrare che tutti i GAS al momento dell'acquisto ricevono da parte dei fornitori la ricevuta fiscale o la fattura.

### **3.3 Sviluppo e distribuzione dei Gruppi di Acquisto Solidale in Sicilia**

#### *3.3.1 Analisi del contesto regionale*

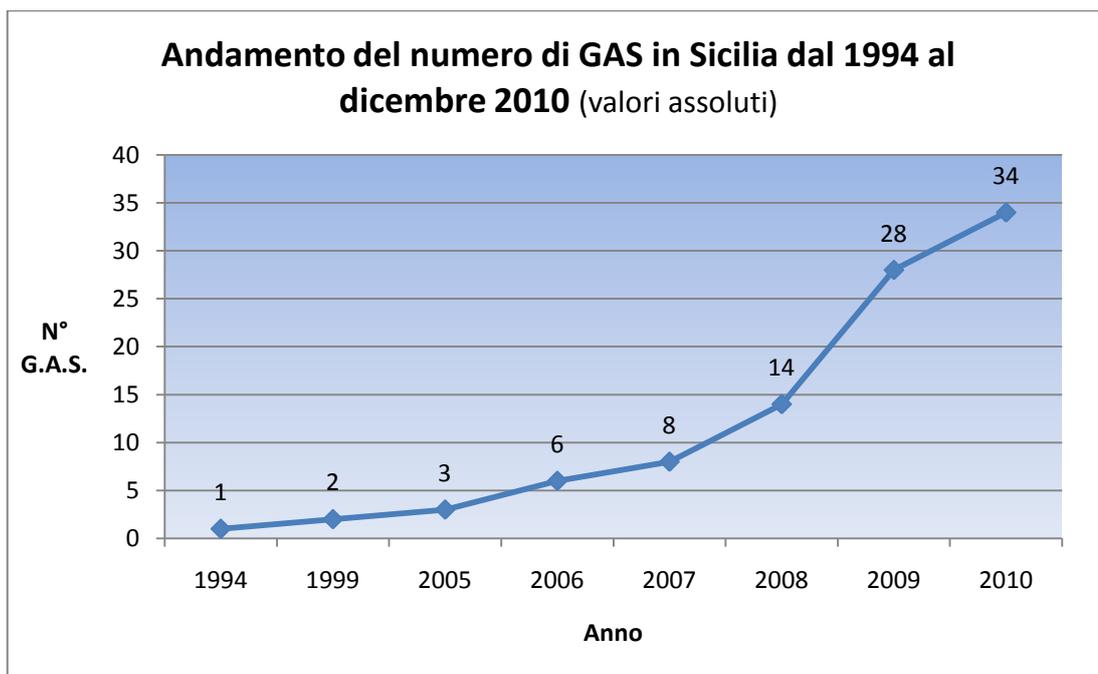
La Sicilia, come è possibile osservare dalla figura 3, con 34 GAS pari al 4,5% del totale nazionale, risulta essere la settima Regione in Italia per GAS importanza.



**Figura 10: Fonte Rete Nazionale GAS e rilevazione diretta (dicembre 2010)**

Nonostante il modesto numero di Gruppi, nella Regione si osserva una forte evoluzione del fenomeno ed una rapida diffusione negli ultimi tre anni, dell'esperienza dei Gruppi di Acquisto Solidali.

In Sicilia i primi GAS si sono costituiti nella prima metà degli anni '90 del secolo scorso ed è solo dal 2007, come del resto si osserva anche a livello nazionale, che il fenomeno si incrementa con ritmi significativi e si diffonde su quasi tutto il territorio regionale.



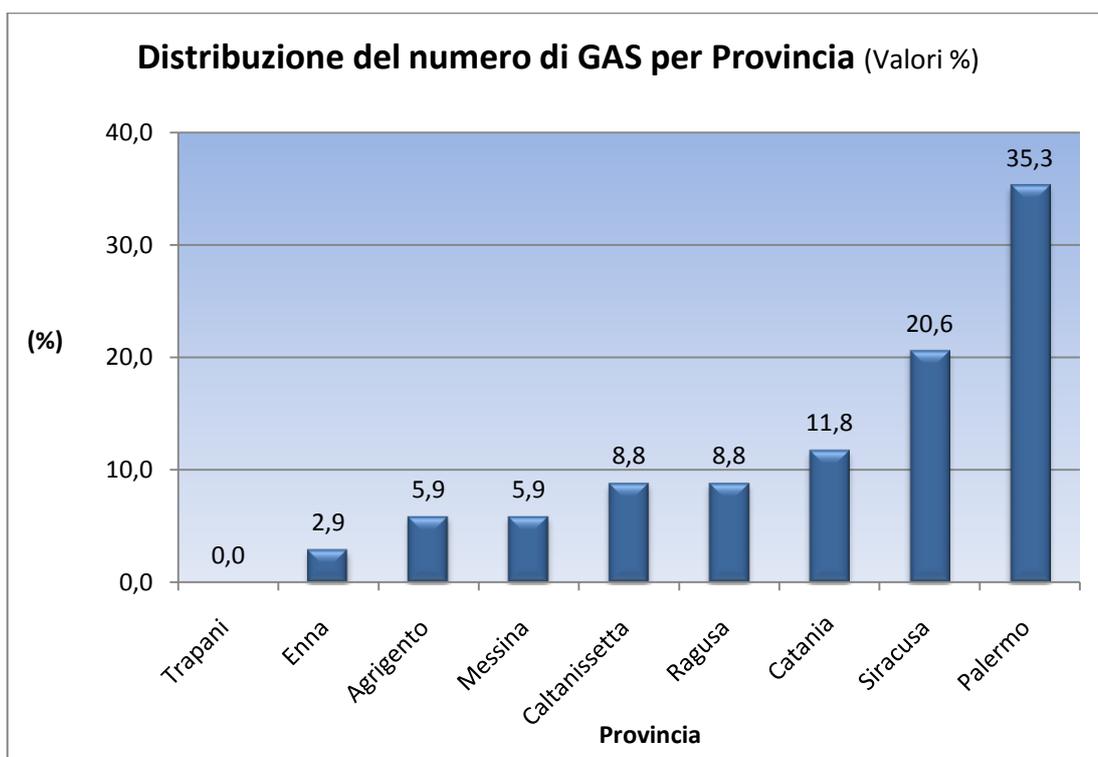
**Figura 11: Fonte Rilevazione diretta (dicembre 2010)**

Nonostante la natura informale di molti GAS, e la spiccata dinamicità del fenomeno, l'indagine ha permesso una stima precisa del numero di Gruppi presenti in Sicilia. Nella fase di censimento relativa all'indagine sono stati rilevati 54 Gruppi, di cui 34 effettivamente attivi, 8 non ancora strutturati, 6 che hanno sospeso le attività di distribuzione e 6 che, pur se presenti nei siti di riferimento, sono risultati irreperibili.

Da come si evince dalla tabella 3 la maggiore diffusione dei GAS riguarda le provincie di Palermo e Siracusa in cui risultano concentrati il 56% dei Gruppi. Gli altri GAS sono concentrati per il 12 % nella Provincia di Catania, per il 9% nella Provincia di Ragusa e Caltanissetta e per il 6% nelle Provincie di Messina e Agrigento. Nella Provincia di Enna, è presente un solo Gruppo, mentre GAS nella Provincia di Trapani non ne risultano costituiti.

**Tabella 5: Distribuzione del numero di GAS per Provincia al dicembre 2010 (Valori assoluti)**

Provincia	Numero di GAS
Trapani	0
Enna	1
Agrigento	2
Messina	2
Caltanissetta	3
Ragusa	3
Catania	4
Siracusa	7
Palermo	12
<b>Totale</b>	<b>34</b>



**Figura 12: Fonte Rilevazione diretta (dicembre 2010)**

I Comuni siciliani in cui si trovano i GAS sono complessivamente diciotto, con una forte concentrazione GAS nel capoluogo siciliano.

Nella città di Palermo sono infatti presenti dieci Gruppi, pari a circa il 30% del totale regionale, che hanno dato luogo ad un piccolo InterGAS. Tra questi GAS emergono alcune associazioni che si sono costituite presso istituzioni pubbliche come “*GASualmente*” nata presso la Facoltà di Agraria GAS e “*A tutto GAS*”, nato presso l’Ufficio Regionale della Corte dei Conti.

Altro Gruppo non ancora strutturato si è formato presso la sede del CNR di Palermo. Un Gruppo meritevole di nota è il “*BibiGAS*”<sup>43</sup>, che svolge le proprie attività presso il Centro Diurno di Sanità Mentale coinvolgendo, a fini riabilitativi, alcuni degli utenti del Centro nell’organizzazione e gestione del GAS e nei cicli produttivi delle aziende fornitrici.

Gli altri Gruppi presenti in città si sono costituiti dopo aver preso contatto diretto con il GAS di Facoltà (*Mondello, Sperlinga, Espace, Gastone*), anche a dimostrazione del fatto che il fenomeno si sviluppa in contesti socio-culturali assai differenti.

---

<sup>43</sup> Fonte: [www.bibiGAS.it](http://www.bibiGAS.it)

**Tabella 6: Distribuzione del numero di GAS per Comune al dicembre 2010 (Valori assoluti)**

Comune	N° GAS
Ragusa	1
Modica	1
Ispica	1
Palazzolo Acreide	1
Priolo	1
Caltagirone	1
S. Giovanni la Punta	1
Carini	1
Gela	1
Sciacca	1
Agrigento	1
Termini Imerese	1
Enna	1
Noto	2
Catania	2
Messina	2
Siracusa	3
Caltanissetta	2
Palermo	10
<b>Totale</b>	<b>34</b>

A Caltanissetta si è invece costituito nel 2007 il GAS “*Bio...Logico*” che, oltre a rappresentare il Gruppo più numeroso della Sicilia<sup>44</sup>, è stato il promotore della realizzazione della “*Rete GAS Sicilia*”, una rete regionale che ha l’obiettivo di migliorare e coordinare i rapporti tra i Gruppi e i produttori al fine di facilitare lo scambio di esperienze, opinioni e progetti.<sup>45</sup>

Tre GAS si sono costituiti nei Comuni dove sono presenti i principali

<sup>44</sup> Il Gruppo conta 150 nuclei familiari che si sono tesserati all’associazione e che partecipano attivamente alle iniziative promosse nel territorio.

<sup>45</sup> Tavolo per la Rete italiana di economia solidale (2010), “*Il capitale delle relazioni: come creare e organizzare gruppi d’acquisto e altre reti di economia solidale in cinquanta storie esemplari*”, Altreconomia, Milano. p34

agglomerati industriali della Sicilia (Gela, Priolo e Termini Imerese), a dimostrazione del fatto che in queste aree si sente maggiormente la necessità di sostenere, promuovere e diffondere, stili di vita sani e sostenibili soprattutto dal punto di vista sociale ed ambientale.

### *3.3.2 Caratteristiche dei GAS in Sicilia*

Le forme organizzative dei GAS sono diverse e variano in funzione del contesto socio-culturale in cui si formano e degli obiettivi che si prefiggono le persone che costituiscono il GAS.

Nella maggior parte dei casi (41%) i GAS siciliani sono stati creati per caso, da un gruppo di amici o parenti che, in seguito alla partecipazione a manifestazioni pubbliche (fiere, dibattiti e incontri divulgativi) o dopo essersi documentati in televisione o su internet sui temi del consumo critico, dell'agricoltura biologica e dell'economia solidale, sono venuti a conoscenza del fenomeno dei Gruppi di Acquisto Solidali ed hanno deciso di sperimentare personalmente questa nuova forma di acquisto collettivo. Il 26% dei GAS si è invece costituito dopo essersi messo in contatto con altri Gruppi di Acquisto Solidali già operanti sul territorio, che ne hanno stimolato la formazione e guidato le prime fasi di vita del nuovo Gruppo.

Un'altra modalità di costituzione è rappresentata, per il 9% dei casi, dalla "gemmazione". Tale processo prevede la nascita di nuovi GAS a partire da un gruppo stabile e strutturato che si ritrova costretto a dividersi in sottogruppi.

La gemmazione si verifica solitamente quando il GAS è composto da un numero di soci (nuclei familiari) talmente elevato da non permettere più una gestione agevole ed efficace degli ordini e delle attività di distribuzione dei prodotti. In questo caso si decide di dar vita a due differenti gruppi autonomi ed indipendenti che mantengono però vive collaborazioni ed intenti e condividono in alcuni casi anche sedi e fornitori.

In alcuni casi (12%) i GAS sono stati creati a partire da un gruppo di persone riconducibili ad associazioni culturali già esistenti con l'intento di

aumentare e diversificare le attività associative.

In misura minore (9%) i GAS si sono costituiti a partire da partiti politici di sinistra e in un singolo caso il GAS si è costituito in seguito al distacco da una Bottega del Commercio Equo e Solidale.

Dall'indagine svolta è emerso che in Sicilia sono tre le forme in cui si organizzano i GAS: i gruppi informali, le associazioni culturali e i gruppi che si appoggiano a strutture già esistenti.

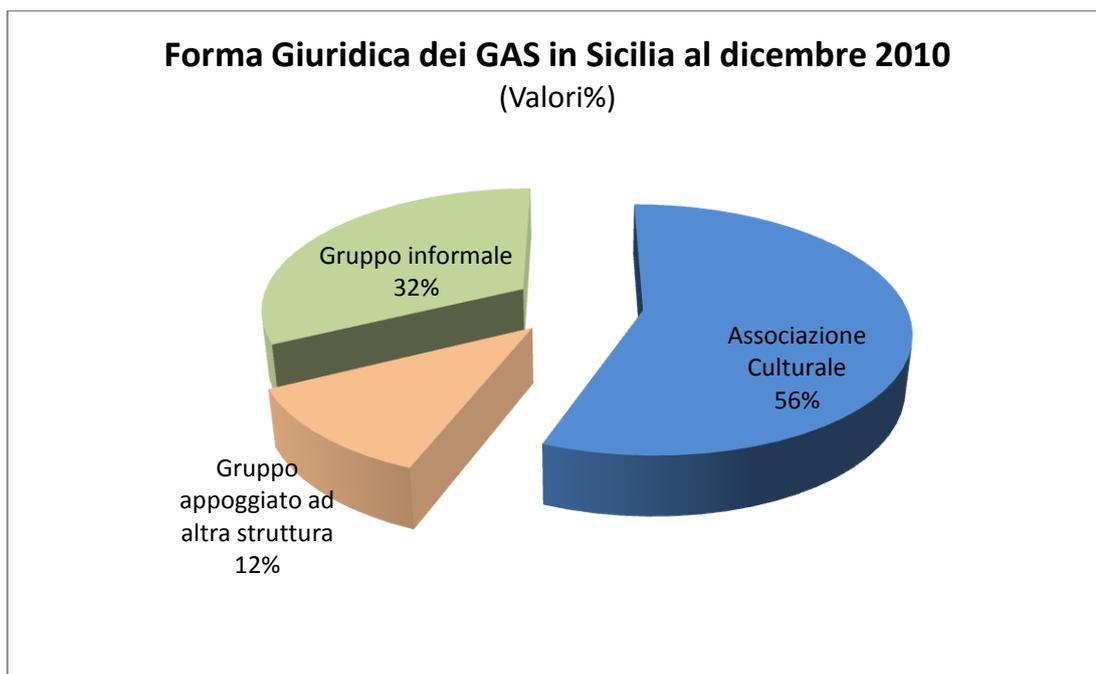
In molti casi (56%) i GAS hanno deciso di formalizzare la propria struttura organizzativa costituendosi in associazioni giuridicamente riconosciute.

Tra le motivazioni che hanno indotto i Gruppi a strutturarsi in associazioni c'è quella della gestione fiscale delle attività del GAS.

Per i Gruppi costituiti da un numero significativo di soci che generano grandi volumi di acquisto si rende infatti necessaria la registrazione delle fatture o ricevute rilasciate dai fornitori per ogni singola consegna effettuata per dimostrare, in modo inequivocabile, l'avvenuta distribuzione dei prodotti tra i soci senza alcun tipo di rincaro, così come stabilito dalla legge 244 del 2007 che disciplina i GAS

Ma il riconoscimento formale dei GAS nasce anche dall'esigenza di interagire con le istituzioni locali per poter svolgere le proprie attività e aprirsi al territorio proponendosi con maggiore visibilità al fine di sensibilizzare il maggior numero di persone. In alcuni casi infatti i GAS hanno ricevuto finanziamenti pubblici per organizzare delle manifestazioni finalizzate a promuovere il modello di consumo critico e responsabile su cui si fonda la filosofia di quello che si può definire un vero e proprio movimento.

In altri casi il rapporto con le istituzioni si è reso necessario per avviare progetti sui temi dell'economia solidale e per poter ottenere infrastrutture logistiche (una sede dove svolgere le attività sociali come riunioni e dibattiti e spazi dove effettuare la distribuzione dei prodotti, ecc).



**Figura 13: Fonte Rilevazione diretta (dicembre 2010)**

Il 32% dei casi analizzati ha mantenuto invece una connotazione informale, preservando il carattere autonomo e spontaneo dell'iniziativa.

*“Il gruppo «informale» è un gruppo di persone che agisce collettivamente, senza aver registrato presso l’Agenzia delle Entrate il proprio eventuale Statuto. Si tratta semplicemente di un gruppo di persone fisiche che acquistano insieme al solo scopo di distribuire tra loro i prodotti acquistati, senza alcun fine di lucro”<sup>46</sup>.*

Nella realtà siciliana si tratta in parte di gruppi di piccole dimensioni che non sentono la necessità di ingessarsi in rigide regole burocratiche, ma che piuttosto hanno deciso di mantenere una struttura leggera e dinamica; per la restante parte si tratta di gruppi di nuova costituzione che ancora devono superare la fase iniziale di rodaggio e che quindi ancora si trovano in una fase interlocutoria.

Il rimanente 12% è invece costituito da gruppi informali che hanno deciso di appoggiarsi a strutture già esistenti (associazioni culturali, cooperative

---

<sup>46</sup> Rete Nazionale Gruppi di Acquisto Solidali “Indicazioni per l’Attività dei Gruppi di Acquisto Solidali” Febbraio 2007 [www.retegas.org](http://www.retegas.org). pag.1

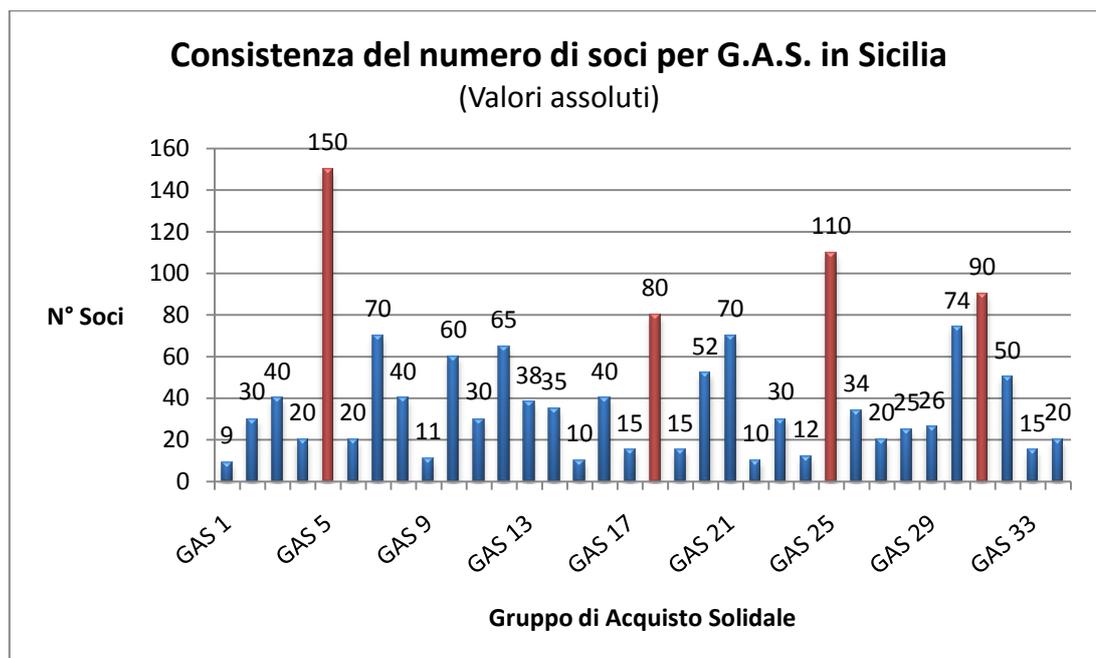
agricole, botteghe del commercio equo e solidale, ecc.) per superare le più comuni difficoltà cui va incontro un GAS, per usufruire di attrezzature o di una sede dove svolgere le attività di distribuzione dei prodotti e ovviare alle problematiche di carattere fiscale. Tra questi casi c'è da considerare quei gruppi che si sono creati all'interno di associazioni culturali e che hanno deciso di appoggiarsi alla struttura madre per condividere sede e attrezzature restando indipendenti per scopi e finalità.

Per quanto riguarda la consistenza del numero di soci, questa risulta alquanto variabile: l'analisi ha rilevato 23 GAS (pari all'68% dei casi) costituiti da un numero di soci che non supera le 40 unità, mentre la restante parte, pari al 32% dei casi, è costituito da un numero di soci che presenta una forbice compresa tra 41 e 150 soci.

Ci si trova quindi di fronte a Gruppi “*giovani*” che ancora non hanno superato la fase di assestamento iniziale e che quindi possono evolversi verso forme più complesse e partecipate. Mediamente ogni GAS è costituito da 42 soci e in tutta la Regione risultano coinvolti più di quattro mila consumatori, pari a circa 1.400 nuclei familiari<sup>47</sup>. La metà di questi (50%) risulta ricadere nei territori della Provincia di Palermo (29,0%) e della Provincia di Siracusa (21%). Un altro 36% è localizzato nei territori di Catania (10,0%), Caltanissetta (15,0%) e Ragusa(11,0%). Il restante 14% è invece localizzato nei territori di Agrigento (3,0%), Enna (4,0%) e Messina (7,0%).

---

<sup>47</sup> I soci dei GAS rappresentano altrettanti nuclei familiari quindi stimando almeno tre componenti per nucleo si può calcolare una popolazione totale di consumatori aderenti ai Gruppi di Acquisto Solidale di circa quattro mila individui.



**Figura 14:** Fonte Rilevazione diretta (dicembre 2010)

Proprio in virtù del fatto che i GAS si caratterizzano per la partecipazione attiva dei soci, generalmente a tutti i componenti viene chiesto di contribuire, a titolo gratuito e volontario, al funzionamento del Gruppo aiutando sia nella fase di organizzazione e gestione della distribuzione dei prodotti sia partecipando alle varie iniziative culturali promosse dal Gruppo stesso (organizzazione di fiere, manifestazioni, incontri informativi e di sensibilizzazione, degustazioni dei prodotti, visite aziendali, ecc.).

La tipologia di organizzazione e gestione delle attività varia molto da gruppo a gruppo. Per quanto riguarda l'organizzazione degli acquisti, dall'indagine è emerso che solo nel 38% dei casi si sono raggiunti dei meccanismi di gestione e organizzazione delle attività sufficientemente consolidati e partecipati. In questi casi le attività risultano svolte da tutti i soci che costituiscono il GAS, che si organizzano con dei turni, in funzione della disponibilità di tempo, e che operano a titolo volontario e gratuito.

Nel 47% dei casi presi in esame, l'intera organizzazione delle attività di gestione è svolta, in modo volontario e gratuito, sempre dallo stesso gruppo di persone (generalmente sono individuate tra i soci fondatori del GAS) che

risultano essere più attive e consapevoli. In questi casi, in cui non c'è una rotazione dei compiti, si corre il rischio di sovraccaricare di lavoro i membri più disponibili del GAS

Risulta infine un 15% dei casi in cui la gestione è affidata ad uno o più membri del Gruppo che ricevono un piccolo gettone per il tempo impiegato nelle attività organizzative.

La gestione degli ordini avviene principalmente (74%) per via informatica e per il restante 26% tramite l'utilizzo del telefono o tramite schede cartacee compilate presso la sede del GAS durante la fase di distribuzione dei prodotti.

Più in particolare, il 56% dei Gruppi effettua gli ordini tramite posta elettronica. In questo caso il referente del GAS invia agli altri soci iscritti alla mailinglist i listini prezzi dei prodotti disponibili precedentemente ricevuti dai diversi produttori. In questa fase il socio/consumatore deve compilare la scheda (vedi fig. ....) con i prodotti desiderati e rinviarla al referente il quale, dopo aver raccolto le richieste di ogni singolo socio, assembla gli ordini in un foglio di calcolo (excel) e li inoltra ai produttori.

Sicuramente la modalità di raccolta degli ordini più efficiente in termini organizzativi è l'utilizzo di un sito internet appositamente dedicato. Il 18% dei Gruppi ha infatti creato un sito web che è utilizzato, non solo come punto di incontro virtuale tra soci e produttori<sup>48</sup>, ma anche come piattaforma dove poter effettuare, in modo chiaro e veloce, gli ordini dei prodotti direttamente ai produttori semplificando e snellendo tutta la procedura. In tutti i casi il carrello dei prodotti presente all'interno del sito è raggiungibile solo dai soci

---

48 Le motivazioni che spingono i GAS a realizzare un proprio sito web sono diverse ed interessano vari aspetti. Da un esame, seppur superficiale, dei siti web dei GAS siciliani analizzati emerge infatti la necessità da parte dei responsabili del Gruppo di comunicare e informare costantemente i membri del Gruppo sulle novità che riguardano le attività in programma. Ogni sito presenta infatti una sezione dedicata alle "news" ovvero le ultime ed importanti notizie che si vogliono comunicare ai soci (convocazione di un'assemblea, presentazione di un nuovo produttore/fornitore, la variazione dell'orario di consegna, l'invito ad una manifestazione, ecc.). Molte altre sono però le informazioni inserite all'interno dei siti. Sono presenti sezioni dedicate alla presentazione del GAS e del suo funzionamento al fine di accrescere l'interesse dei visitatori e generare nuove adesioni. Un'altra sezione molto importante è dedicata ai produttori/fornitori del Gruppo. Generalmente per ogni singolo produttore viene mostrata una scheda che presenta l'azienda al fine di fornire informazioni sui processi produttivi e sulle caratteristiche dei prodotti.

regolarmente iscritti al GAS, in possesso di una specifica password che permette di accedere all'area riservata. Il carrello presenta per ogni singolo prodotto una breve scheda dove sono riportate alcune informazioni (provenienza, nome del produttore, prezzo, disponibilità, ecc.).

Selezionando semplicemente le quantità di prodotto desiderate si riempie automaticamente un foglio excel riassuntivo che arriva direttamente al fornitore.

Tutti i GAS ricevono i prodotti direttamente dal produttore che provvede a consegnare quanto precedentemente ordinato presso il luogo prefissato, il giorno e l'ora stabiliti. Nel 35% dei casi i gruppi provvedono direttamente a ritirare una parte dei prodotti presso alcuni dei loro fornitori. In questi casi solitamente al ritiro dei prodotti provvede un socio incaricato dal gruppo che utilizza il proprio mezzo per il trasporto ricevendo anche un compenso in denaro come rimborso delle spese effettuate per svolgimento del servizio. Questi casi si riferiscono generalmente a fornitori con aziende agricole di piccolissima dimensione che non sono organizzate con mezzi di trasporto adeguati per poter offrire un servizio sicuro ed efficiente.

Solitamente i prodotti vengono consegnati in cassette miste standard o personalizzate oppure in cassette che devono essere poi smistate dal gruppo. Le diverse tipologie dipendono dal grado di organizzazione del Gruppo e dal servizio offerto dai fornitori.

Nel caso di cassette che devono essere smistate il grosso del lavoro deve essere svolto direttamente dai soci del GAS che, una volta ricevuto o ritirato il prodotto, devono preparare delle confezioni personalizzate per ogni singolo socio in funzione dell'ordine ricevuto e distribuirlo presso la sede del Gruppo. Nel caso in cui è il produttore a consegnare i singoli ordini in confezioni personalizzate, il carico di lavoro ricade sull'imprenditore che deve adattare il processo di produzione a questa nuova forma di commercializzazione.

Questa fase, in cui si mette in pratica l'incontro tra consumatori e produttori,

rappresenta il punto critico di tutto il sistema “GAS”. Da parte dei consumatori si deve infatti concretizzare la volontà di cambiare lo stile di vita rivedendo le proprie abitudini per contribuire alla gestione logistica del Gruppo (rompere con le vecchie abitudini di consumo, programmare per tempo i consumi e gli acquisti, gestire la spesa settimanale, acquistare solo prodotti stagionali, partecipazione alle attività del GAS, ecc.).

Di contro, da parte dei produttori, vi deve essere la propensione e la capacità imprenditoriale, sia tecnica che economica, di riorganizzare le diverse fasi di produzione e commercializzazione dei prodotti aziendali (produzione, raccolta, conservazione in deposito, lavorazione, confezionamento, trasporto e consegna dei prodotti, gestione degli ordini, ecc.).

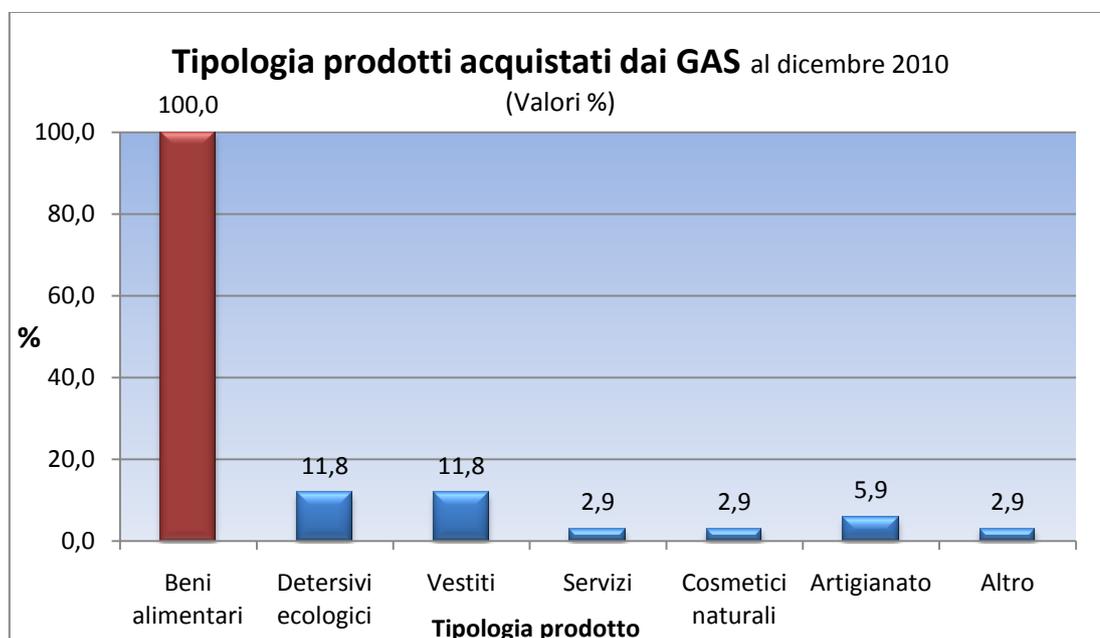
La frequenza con cui avviene la distribuzione dei prodotti tra i soci dipende da diversi fattori (dimensione del gruppo, tipologia di prodotti acquistati, capacità organizzativa ed esigenze dei soci, disponibilità o meno di una sede, distanza dei produttori, ecc.) e viene vista anche come occasione di incontro e confronto tra i membri del gruppo.

Il momento della distribuzione dei prodotti avviene, per il 73% dei casi, settimanalmente, nel 18% dei casi prevalgono gli acquisti con cadenza bisettimanale, mentre la restante parte dei gruppi (9%) si incontra ogni quindici giorni per la consegna dei prodotti ai soci.

Alcune tipologie di prodotti non freschi e a lunga conservazione, come pasta, olio, conserve e prodotti non alimentari quali scarpe, detersivi, ecc., sono invece acquistati con cadenza discontinua o comunque al raggiungimento del quantitativo minimo per poter effettuare l'ordine al produttore.

Solitamente i GAS inseriscono nel loro paniere svariate tipologie di prodotti. Da come si può evincere dalla fig. 8 tutti i Gruppi esaminati acquistano prevalentemente beni alimentari (ortofrutta, olio, pane, carne, latte e formaggi, uova, ecc.), ma nel 26% dei casi oltre a questi si acquistano anche altre tipologie di prodotti quali detersivi ecologici, cosmetici naturali, vestiti e

prodotti artigianali del commercio equo e solidale, servizi (internet), ecc., e in un caso l'acquisto collettivo ha riguardato pannelli fotovoltaici.



**Figura 15: Fonte Rilevazione diretta (dicembre 2010)**

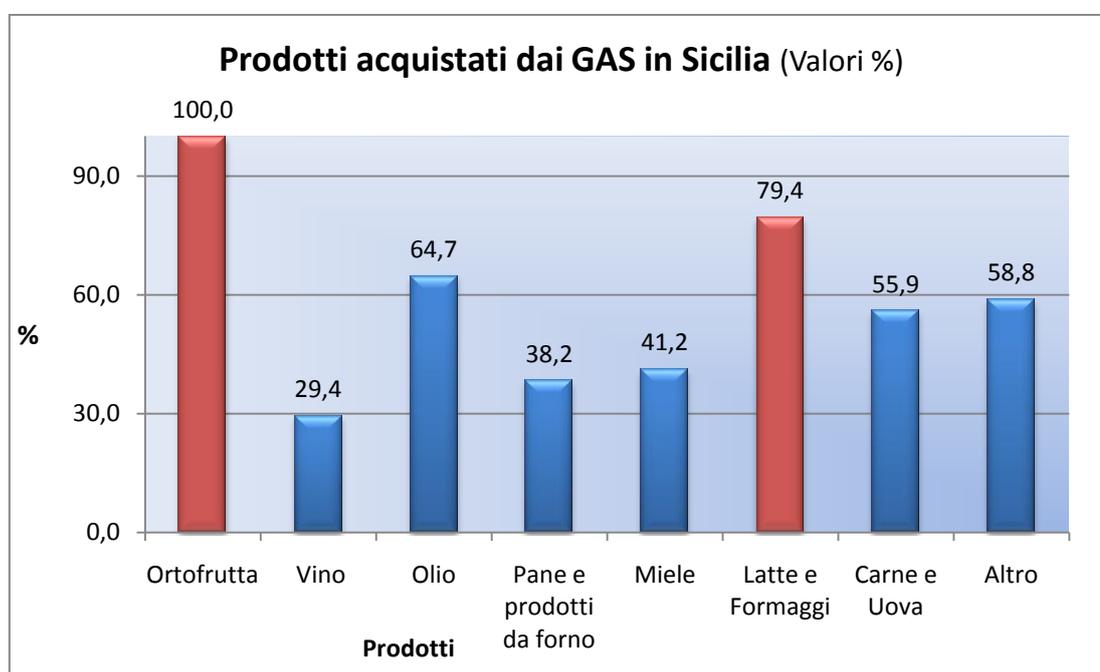
In linea generale, la costituzione del paniere di beni da acquistare segue una logica che tiene conto non solo dei criteri guida scelti e delle priorità dei componenti del Gruppo, ma anche di fattori di carattere logistico e organizzativo come per esempio la disponibilità di una sede o la partecipazione attiva dei soci.

In considerazione di ciò, la spesa di un gruppo che si cimenta con la prima esperienza di acquisto inizia sempre con un piccolo paniere di prodotti generalmente di tipo agroalimentare. Solo in una fase successiva, quando è finita la fase sperimentale di rodaggio e si è collaudata la macchina organizzativa, si procede inserendo gradualmente altri prodotti e coinvolgendo un numero maggiore di produttori.

I prodotti alimentari ritenuti meno importanti (marmellate, confetture, liquori, manna, ecc.) e i prodotti non alimentari, rappresentano di solito delle tipologie che vengono inserite nel paniere del GAS solo in un secondo momento, quando il gruppo è consolidato ed è in grado di gestire una mole più

grande di ordini e consegne.

Dall'analisi dei dati (vedi fig. 9) si evince come, tra i beni alimentari, i prodotti maggiormente acquistati dai GAS sono gli ortaggi e la frutta, acquistati da tutti i Gruppi. Circa l'80% dei casi acquista anche latte e derivati (formaggi, burro, ecc.). L'olio extravergine di oliva risulta essere un prodotto presente nel 65% dei panieri dei gruppi, seguito da carne e uova (56%), dal miele (41%), dal pane e da altri prodotti da forno (38%). Pochi risultano essere i Gruppi che acquistano il vino (30%). Il 58 % dei GAS acquista inoltre anche altre tipologie di prodotti alimentari quali pasta, passata di pomodoro, marmellate, pesce, manna, liquori, ecc..



**Figura 16: Fonte rilevazione diretta (dicembre 2010)**

Per quanto riguarda la provenienza dei prodotti agroalimentari, dall'indagine è emerso che il 71% dei gruppi compone il proprio paniere esclusivamente con prodotti provenienti da aziende agricole siciliane che ricadono nel territorio in cui è nato e si è sviluppato il Gruppo. Il restante 29% dei casi si rifornisce, oltre che da aziende regionali, sempre prevalenti, anche da altre imprese in altre regioni (pamigiano, mozzarella di bufala, scarpe, cosmetici, ecc.). In un solo caso viene acquistata della frutta (banane) da paesi

esteri.

Il dato conferma che tra i criteri che orientano la scelta dei fornitori riveste importanza la piccola dimensione delle aziende e soprattutto il fatto che queste si trovino nel territorio regionale, preferibilmente nel comune del gruppo o in comuni poco distanti, così da garantire non solo la freschezza dei prodotti e la riduzione dei costi anche energetici di trasporto (chilometro zero), ma anche il contatto diretto con l'imprenditore.

Dal grafico riportato in fig. 10 si evince infatti che più dell'82% dei GAS, in seno alla domanda "Quali requisiti devono avere preferibilmente i vostri fornitori?", al criterio di selezione: "aziende che operano sul territorio" ha risposto esprimendo un grado di importanza compreso tra discreto e ed elevato<sup>49</sup>.

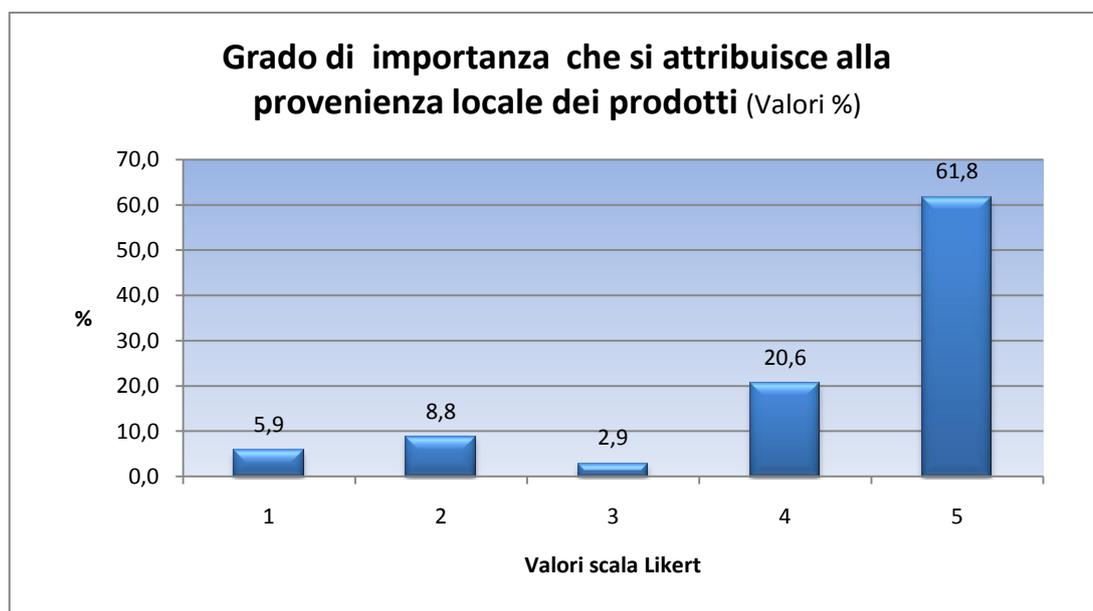


Figura 17: Fonte rilevazione diretta (dicembre 2010)

A differenza delle logiche di mercato, nel caso dei Gruppi di Acquisto Solidale il prezzo si determina sulla base del riconoscimento del valore reale del prodotto. Si cerca quindi di determinare, attraverso un processo fondato sul dialogo tra le parti, un prezzo "equo" che possa garantire la giusta redditività

<sup>49</sup> Per la valutazione degli aspetti qualitativi si è fatto ricorso a scale ordinali di giudizi, likert a 5 punti (1=Nulla, 2=Scarso, 3=Medio, 4=Discreto, 5=Elevato -)

al produttore e allo stesso tempo consentire al consumatore l'acquisto di prodotti di qualità.

Nel 47% dei casi analizzati il listino prezzi dei prodotti offerti al GAS è stabilito sulla base di un confronto diretto tra fornitori e componenti del Gruppo. In questo caso il produttore effettua una proposta di prezzo sulla base di alcune considerazioni tecnico-economiche del processo produttivo e, in seguito ad una valutazione congiunta, viene concordato e definito il prezzo finale. In un altro 47% dei casi invece il prezzo è stabilito direttamente dal produttore che, dopo le opportune valutazioni economiche, formula l'offerta. Generalmente i prodotti acquistati dai GAS hanno un prezzo inferiore rispetto a quelli dei mercati convenzionali. La mancanza di intermediazioni infatti fa sì che si definisca un'offerta conveniente per entrambe le parti.

Nel 6% dei casi la determinazione dei prezzi è fatta con modalità miste.

Il costo dei prodotti non rappresenta comunque un criterio fondamentale per la scelta delle aziende fornitrici. Il 62% dei gruppi attribuisce una importanza medio - basso al prezzo quale criterio di selezione dei produttori, a dimostrazione del fatto che sono ben altri i principi guida che ispirano la nascita e il funzionamento di un GAS.

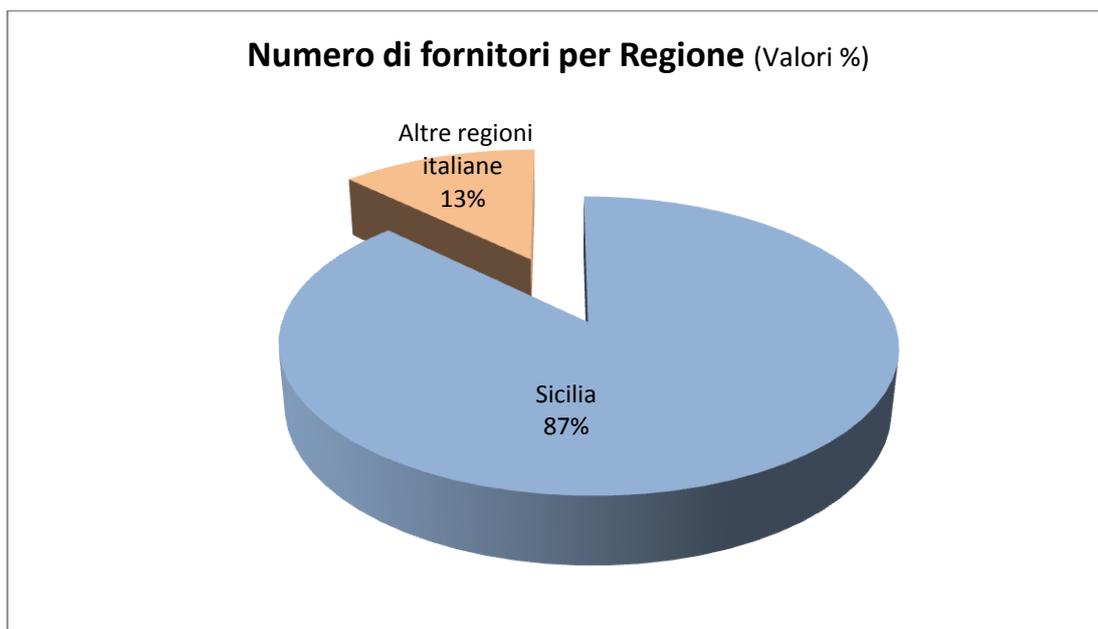
### *3.3.3 Produttori e aziende fornitrici*

Per quanto riguarda l'approvvigionamento dei prodotti (alimentari e non), i 34 GAS osservati risultano rifornirsi complessivamente da 150 imprese<sup>50</sup> con una media di 4,4 aziende per Gruppo e un campo di variazione compreso tra 4 e 32<sup>51</sup>. La maggior parte di queste (87%) sono imprese siciliane, mentre la restante parte (13%) è costituita da imprese extraregionali.

---

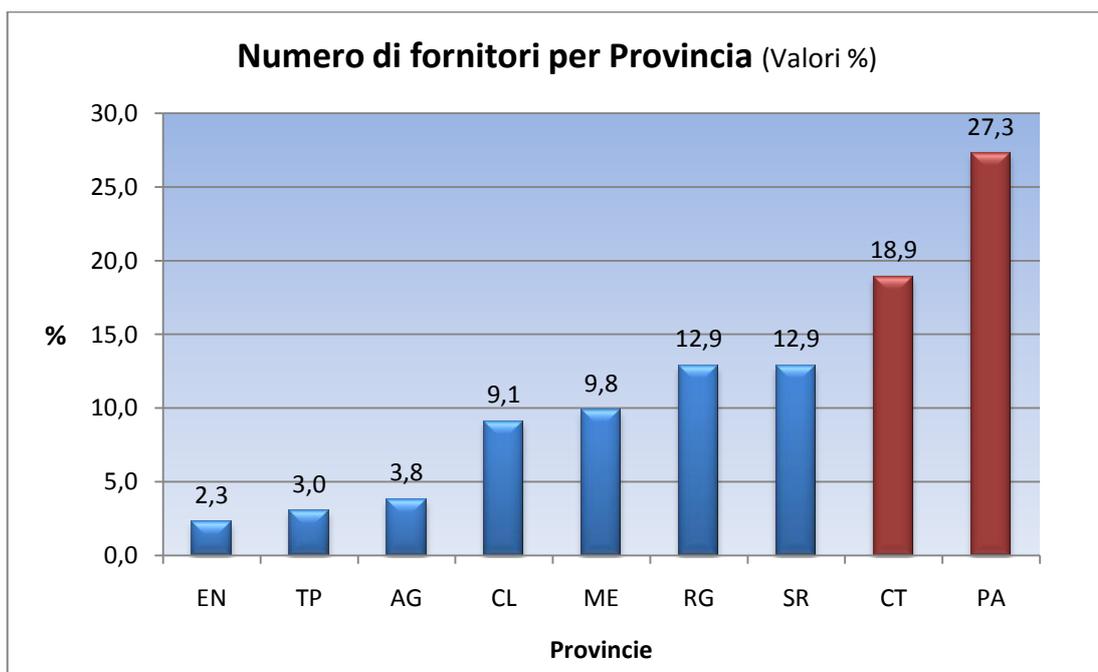
50 Nel caso di GAS di recente formazione il numero dei fornitori rappresenta un dato soggetto a continue variazioni per via del fatto che nelle prime fasi di assestamento dei Gruppi l'elenco dei prodotti e delle aziende fornitrici subisce ricorrenti aggiustamenti in funzione del cambiamento delle esigenze dei soci e dei rapporti con i produttori.

51 Il numero dei fornitori non tiene conto di quelle piccole realtà che non praticano ufficialmente l'attività agricola (orti familiari, orti di aut-produzione, hobbisti, ecc.).



**Figura 18:** Fonte rilevazione diretta (dicembre 2010)

Da come si può evincere dal grafico riportato in fig. 12 i fornitori ricadenti nel territorio siciliano sono dislocati su tutte le Province della Regione.



**Figura 19:** Fonte rilevazione diretta (dicembre 2010)

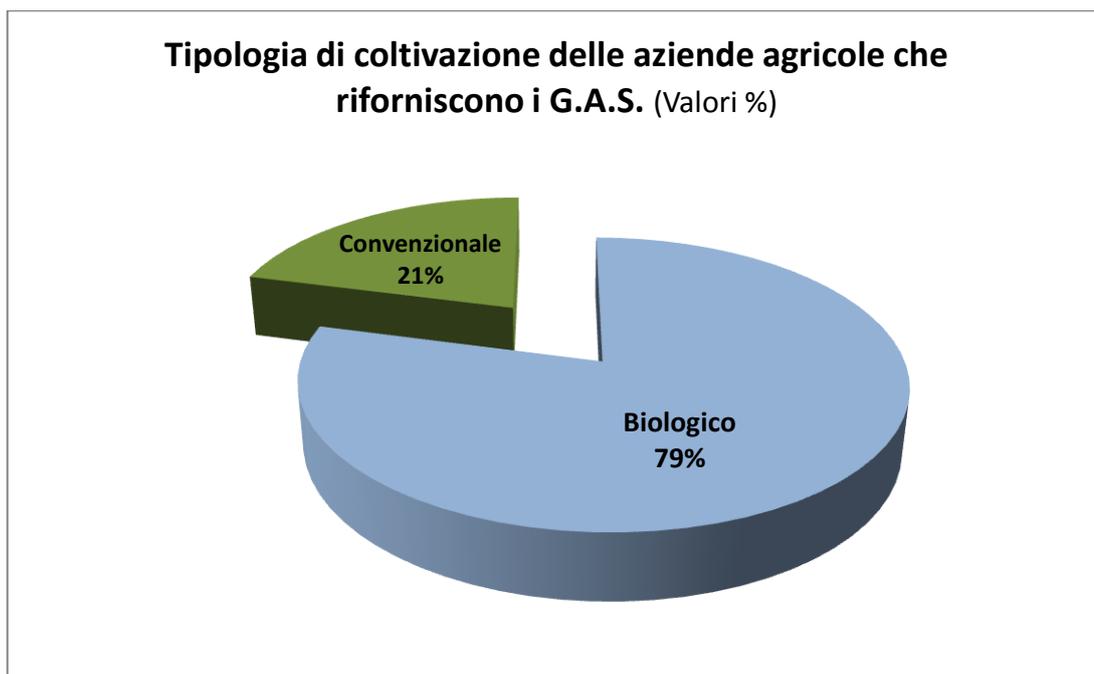
In particolare si può notare come la maggior parte dei fornitori (46%) ricade nei territori della provincia di Palermo e di Catania, dove si concentra la

maggior parte dei gruppi, a cui seguono le provincie di Siracusa e Ragusa (13%), Messina (9,8%) e Caltanissetta (9%). Bassa risulta invece la presenza di fornitori nelle Provincie di Agrigento (3,8%), Trapani (3,0%) ed Enna (2,3).

Ben 124 aziende (pari al 94% dei casi) riforniscono esclusivamente beni alimentari e sette imprese (6%) riforniscono beni non alimentari (detersivi, cosmetici, ecc.). Di queste 110 sono rappresentate da aziende agricole e 14 sono invece imprese commerciali (botteghe del commercio equo e solidale, artigiani, imprese di commercializzazione, ecc.).

In particolare quarantaquattro aziende agricole coinvolte (40,0% del totale) forniscono ortofrutta; venticinque (22,7%) sono aziende zootecniche di produzione e trasformazione che riforniscono carne, uova, latte e formaggi; sedici aziende (14,5%) forniscono olio extravergine di oliva; cinque (4,5%) sono aziende vitivinicole, Il 7% è rappresentato da aziende che riforniscono il miele; dieci sono le aziende che forniscono passata di pomodoro, legumi, marmellate, confetture, manna, ecc.)

Le imprese agricole siciliane che riforniscono i GAS sono costituite per il 79% dei casi da aziende agricole biologiche certificate. La restante parte dei casi (21%) è costituita da aziende convenzionali non certificate a cui i gruppi ricorrono sulla base di particolari accordi di produzione e in seguito all'istaurazione di un forte rapporto di fiducia. Va detto inoltre che queste aziende, tranne in alcuni casi, forniscono piccoli quantitativi di prodotti particolari (lenticchia di Villalba, caffè, ecc.).



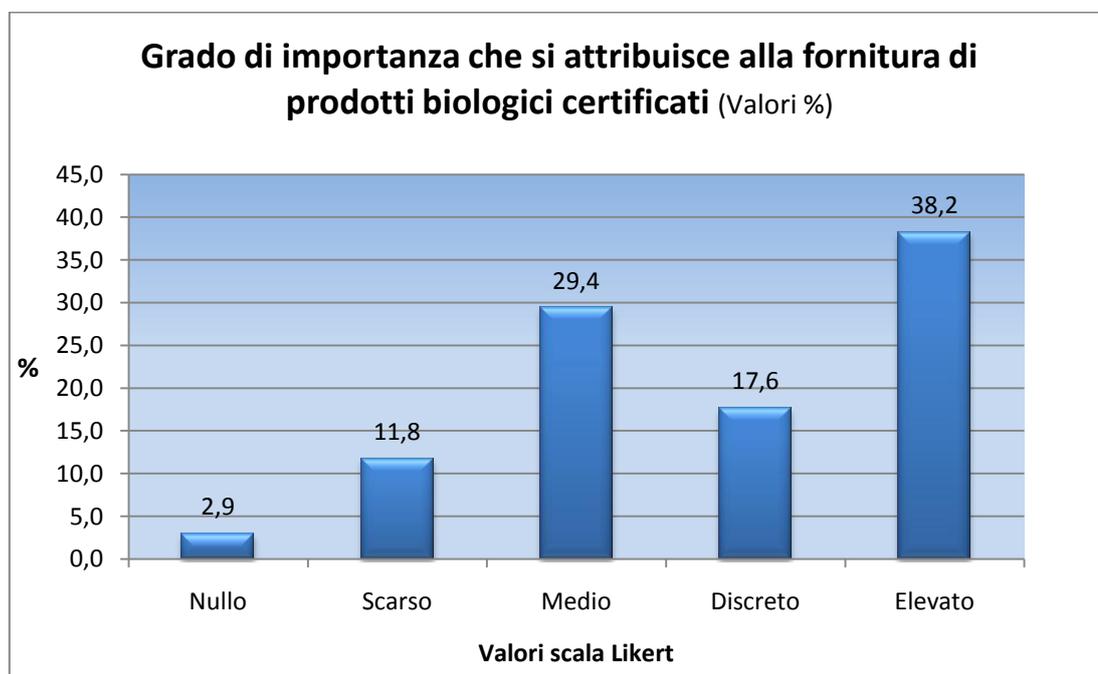
**Figura 20: Fonte rilevazione diretta (dicembre 2010)**

La presenza di una grossa percentuale di aziende agricole certificate che producono secondo i metodi dell'agricoltura biologica dimostra come uno dei principali aspetti che orienta le scelte dei GAS nella fase di selezione dei fornitori è rappresentato proprio dalla ricerca di produttori che praticano un'agricoltura eco-compatibile, a basso impatto ambientale e rispettosa delle risorse territoriali.

Per agricoltura biologica, infatti, non si deve intendere solo l'utilizzo di tecniche di coltivazione che non consentono l'impiego di prodotti chimici di sintesi ma è da intendere anche come un metodo di produzione finalizzato a tutelare e valorizzare tutti gli elementi che costituiscono l'agro-ecosistema siano essi naturali, economici o sociali.

Da come si evince dal grafico (Fig. 14) l'85% dei GAS esaminati, ha attribuito un grado di importanza medio-alto al criterio di selezione dei produttori riferito alla fornitura di prodotti biologici certificati. Per la maggior parte dei *gasisti* è quindi importante che la qualità dei prodotti sia garantita dal marchio di certificazione.

Il restante 15 % dei Gruppi ha invece attribuito un valore scarso a questo requisito. In questo caso i GAS non ritengono la certificazione come un elemento fondamentale che possa pregiudicare l'instaurarsi di un rapporto di fiducia con un produttore, sufficiente a garantire i soci.



**Figura 21: Fonte rilevazione diretta (dicembre 2010)**

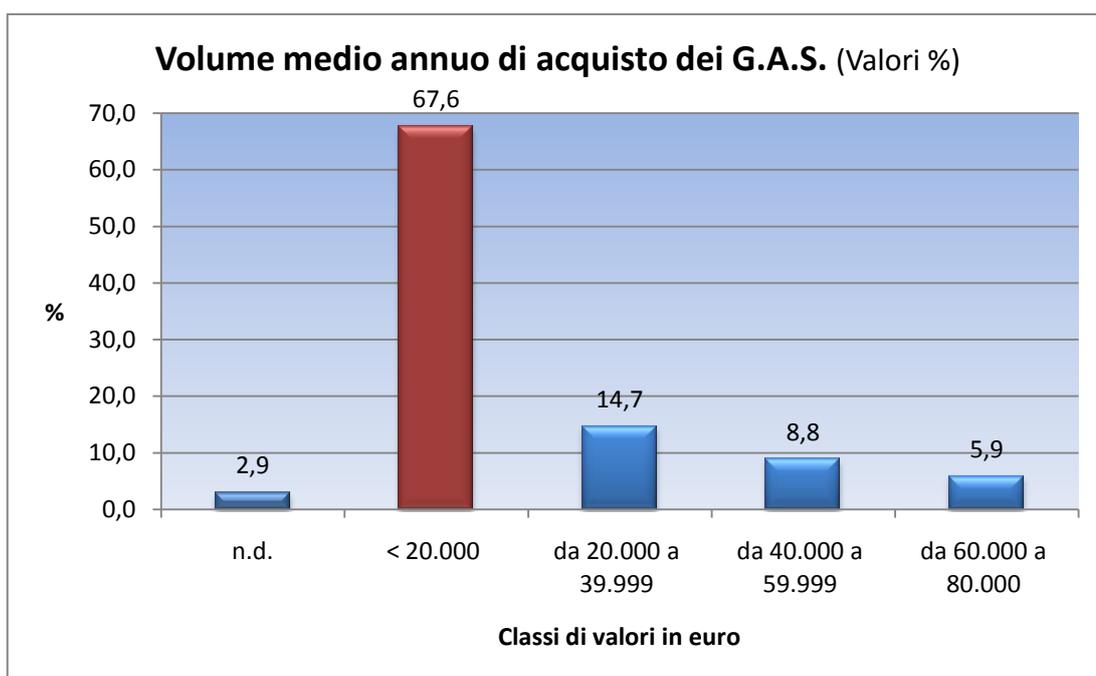
Il volume annuo degli acquisti dei GAS che è stato possibile stimare risulta essere pari a circa 630.000 euro, con una media di poco più di 19.000 euro di spesa annua per gruppo.

La consistenza degli acquisti (tabella 5) varia notevolmente da gruppo a gruppo e presenta una forbice compresa tra 1.000 e 80.000 euro.

**Tabella 7 Fonte: rilevazione diretta (dicembre 2010)**

<b>Volumi medi di acquisto dei GAS (Valori in euro)</b>			
<b>GAS</b>	<b>Volume di acquisto euro/sett</b>	<b>Volume di acquisto euro/mese</b>	<b>Volume di acquisto euro/anno</b>
GAS 1	21	83	<b>1.000</b>
GAS 2	41	166	2.000
GAS 3	60	240	2.880
GAS 4	90	360	4.320
GAS 5	90	360	4.320
GAS 6	105	416	5.000
GAS 7	125	500	6.000
GAS 8	135	542	6.500
GAS 9	150	600	7.200
GAS 10	200	800	9.600
GAS 11	200	800	9.600
GAS 12	208	833	10.000
GAS 13	250	1.000	12.000
GAS 14	250	1.000	12.000
GAS 15	250	1.000	12.000
GAS 16	250	1.000	12.000
GAS 17	250	1.000	12.000
GAS 18	291	1.166	14.000
GAS 19	312	1.250	15.000
GAS 20	350	1.400	16.800
GAS 21	350	1.400	16.800
GAS 22	375	1.500	18.000
GAS 23	350	1.400	18.000
GAS 24	500	2.000	24.000
GAS 25	500	2.000	24.000
GAS 26	500	2.000	24.000
GAS 27	500	2.000	24.000
GAS 28	625	2.500	30.000
GAS 29	833	3.333	40.000
GAS 30	833	3.333	40.000
GAS 31	1.145	4.583	55.000
GAS 32	1.250	5.000	60.000
GAS 33	1.666	6.666	<b>80.000</b>
GAS 34	n.d.	n.d.	n.d.
<b>Totale</b>	<b>13.056</b>	<b>52.232</b>	<b>628.020</b>
<b>Media</b>	<b>396</b>	<b>1.583</b>	<b>19.031</b>

Da come si evince dal grafico (Fig. 22) il 67,6% dei Gruppi<sup>52</sup> (pari ad un numero di 23 GAS) genera un volume di acquisto medio annuo inferiore ai 20.000 euro. Cinque Gruppi (14,7% del totale) hanno un volume di acquisto compreso tra i 20.000 e i 39.999 euro, mentre altri tre GAS (8,8%) ricadono nella classe di valori compresa tra 40.000 e 59.999 euro. Circa il 6% genera invece un volume di acquisti abbastanza elevato che ricade nella classe di valori compresa tra 60.000 e 80.000 euro.



**Figura 22: Fonte rilevazione diretta (dicembre 2010)**

Il numero degli ordini effettuati e la consistenza dei volumi acquistati da un Gruppo di Acquisto Solidale dipendono solitamente da diversi fattori. Primo fra tutti il numero di soci che costituiscono il gruppo. Va da se che un maggior numero di soci determina un incremento dei prodotti richiesti e di conseguenza un aumento dei volumi commercializzati.

Altro aspetto importante è dato dal grado di organizzazione e dal livello di motivazione dei soci. Solo i gruppi ben organizzati costituiti da soci motivati riescono a coinvolgere un maggior numero di fornitori e a soddisfare le

<sup>52</sup> Il dato si riferisce ai 33 GAS che hanno fornito le informazioni. In un solo caso, infatti, un Gruppo non ha reso disponibile il dato.

esigenze di un numero elevato di consumatori offrendo un paniere di prodotti più completo e un servizio più efficiente.

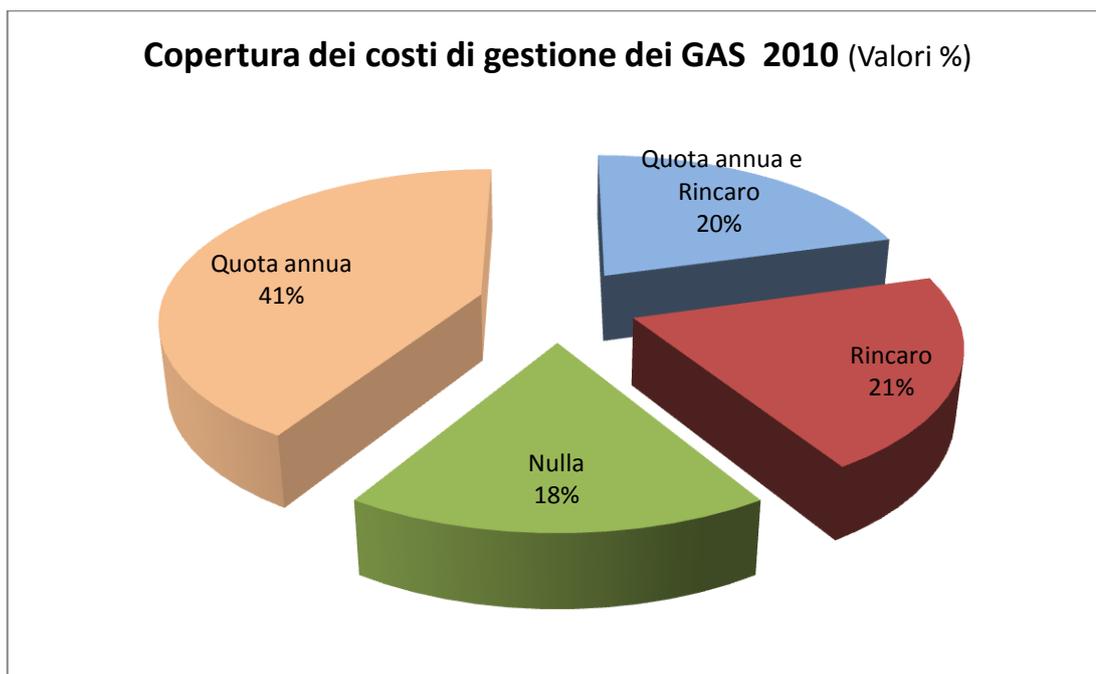
L'aspetto organizzativo dipende fortemente dall'età del GAS. I Gruppi costituiti da un maggior numero di anni, infatti, sono quelli che, dopo aver superato la fase critica di rodaggio che scoraggia numerose iniziative, riescono solitamente a creare e gestire modelli organizzativi tali da garantire un funzionamento efficiente del sistema di acquisto e di distribuzione dei prodotti.

In Sicilia la maggior parte dei GAS (circa l'80% dei casi esaminati) è rappresentata da gruppi giovani, di piccole dimensioni, nati tra il 2008 e i primi mesi del 2010 che probabilmente devono ancora raggiungere livelli di consolidamento del gruppo tali da sviluppare modalità organizzative efficienti e rispondenti alle specifiche esigenze dei soci.

Per quanto riguarda la copertura dei costi di gestione, che derivano dall'organizzazione della logistica (affitto di una sede, acquisto attrezzatura come computer, frigo, scaffali, bilance, realizzazione sito web, scaffali e spese varie), ogni GAS adotta delle modalità di reperimento fondi che fanno capo a tre tipologie differenti.

Il 41% dei casi esaminati, infatti, ricorre esclusivamente alla quota associativa annuale che si deve versare al momento dell'iscrizione al GAS.

Nel 21% dei casi i gruppi si autotassano applicando dei ricarichi sui prezzi dei prodotti. In alcuni casi, il rincaro è calcolato in percentuale, sulla base dei volumi di acquisto effettuati da ogni singolo socio, in altri casi si tratta di un rincaro fisso indipendente dalle quantità acquistate. Il 20% adotta, invece, entrambe le tipologie di autotassazione. Il restante 18% dei Gruppi intervistati, risulta non adottare nessuna tipologia di autofinanziamento.



**Figura 23: Fonte rilevazione diretta (dicembre 2010)**

## **4. La Social Network Analysis per lo studio delle relazioni di un GAS in Sicilia**

In questo capitolo si presentano i risultati dell'analisi effettuata attraverso l'applicazione delle tecniche di *social network analysis* al Gruppo di Acquisto Solidale della Facoltà di Agraria Palermo "Gasualmente".

L'analisi si basa sul presupposto che, all'interno di uno specifico settore, le organizzazioni (associazioni, imprese, istituzioni) non sono indipendenti e non operano nel proprio ambiente di riferimento come attori isolati dal contesto sociale ma, piuttosto, sviluppano le proprie attività entrando in relazione con le altre realtà territoriali con cui creano dei legami di interdipendenza.

Nel nostro caso l'obiettivo dell'applicazione della prospettiva relazionale è quello di indagare la struttura delle relazioni nelle quali è coinvolto ed immerso il GAS in questione

Più in particolare, sono esaminate le relazioni che si riferiscono ai legami di scambio e di collaborazione creati tra i diversi soggetti che operano con Gasualmente per ottenere reciproche convenienze e per promuovere pratiche di consumo critico tra i cittadini "*consapevoli*".

La breve premessa che segue, attraverso la descrizione delle principali caratteristiche del GAS (struttura, dimensione, modelli organizzativi, strategie, attività, ecc.) e della sua storia, permette di inquadrare meglio il caso studio e il contesto in cui opera.

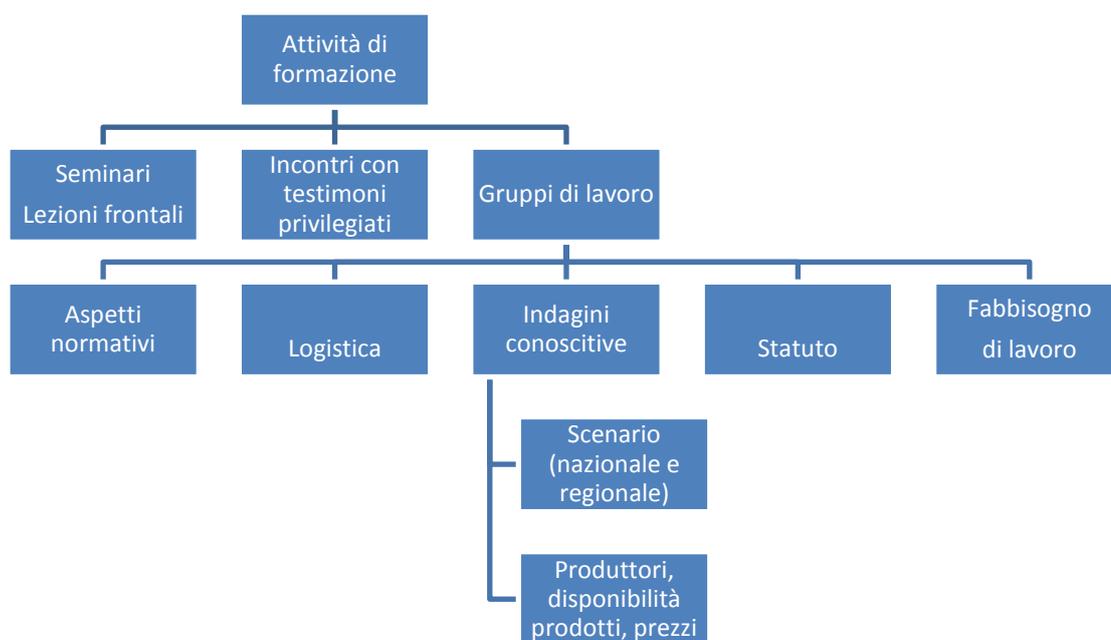
#### **4.1 Il Caso studio: “GASualmente” il GAS della Facoltà di Agraria di Palermo**

*Gasualmente* nasce nel 2009 in seguito all’iniziativa di due docenti della Facoltà di Agraria di Palermo, che propongono ad alcuni studenti e laureati dei Corsi di Laurea in Agricoltura Biologica e Scienze e Tecnologie Agrarie un percorso formativo volto alla creazione di un Gruppo di Acquisto Solidale nella Facoltà. L’idea è anche quella di utilizzare il GAS come modello di studio nell’ambito di un articolato progetto di ricerca, che nello stesso periodo è avviato dal Dipartimento Demetra - Settore di Economia dei sistemi Agro-Forestali, e che successivamente sarà finanziato dall’Assessorato alle Risorse Agricole e Alimentari della Regione Siciliana, e al quale parteciperà anche l’Istituto Nazionale di Economia Agraria (INEA).

“L’iniziativa si basa sulla verifica della capacità degli allievi della Facoltà di trasferire le loro conoscenze e competenze, divenendo soggetti attivi attraverso la costituzione e la gestione diretta di un’attività commerciale particolare, perché senza scopo di lucro e su base volontaria (no-Profit), che implica la gestione di un gruppo di consumatori dalle caratteristiche ed aspettative particolari e di imprese agroalimentari fornitrici”.

Pianificato il programma di lavoro, durante il periodo di formazione sono stati organizzati incontri e seminari, e costituiti gruppi di lavoro per approfondire le diverse problematiche da affrontare: è stata sviluppata una breve indagine di scenario; sono stati esaminati gli aspetti relativi all’organizzazione delle attività essenziali; alla scelta dei fornitori e alla distribuzione dei prodotti; le forme giuridiche più adatte alla costituzione dell’associazione; i problemi della logistica.

E’ stata inoltre avviata una piccola indagine di mercato sulla disponibilità dei prodotti e sui prezzi e sono state contattate e visitate le prime aziende (figura 24) (Schifani et al., 2011).



**Figura 24:** Fonte Schifani et.al., 2011

Nel 2010 il GAS si è ufficialmente istituito come associazione universitaria di volontariato e utilità sociale senza fini di lucro attraverso la registrazione, presso l’Agenzia delle Entrate, dello statuto e dell’atto costitutivo.

Ai fini del Codice Civile ha assunto la forma di “*associazione non riconosciuta*” e, ai fini fiscali, quella di “*ente non commerciale - ONLUS*”.

Il riconoscimento ufficiale del GAS si è reso indispensabile al fine di potersi relazionare con le istituzioni pubbliche<sup>53</sup> e poter espletare le diverse attività così come definite dallo statuto.

Nel contesto nazionale il GAS rappresenta un’esperienza per molti versi atipica, sia per le modalità che hanno accompagnato la sua nascita, sia per il ruolo che svolge nell’ambito del progetto di ricerca, ma soprattutto per le competenze che caratterizzano il nucleo costituente, fatto da laureati e laureandi in Agricoltura Biologica.

Il ruolo svolto all’interno del progetto di ricerca rappresenta per molti

<sup>53</sup> Enti pubblici con cui si relaziona casualmente: Facoltà di Agraria, Rettorato dell’Università di Palermo, Assessorato Regionale Risorse Agricole ed Alimentari, Comune di Palermo, Organizzazioni di categoria, Associazioni di produttori e consumatori, ecc.

aspetti, per il nucleo fondatore, come una continuazione del percorso formativo, soprattutto in quelle fasi operative in cui si è chiamati a risolvere problemi concreti.

### **Art. 3 – Scopi dell’Associazione**

*L’Associazione si prefigge lo scopo di promuovere: il consumo e la diffusione di prodotti: a) dell’agricoltura e dell’artigianato locale e dei piccoli produttori, anche consorziati o associati, stabilendo con essi rapporti diretti che garantiscano un’equa remunerazione; b) caratterizzati da una specifica qualità di processo e di prodotto che privilegi gli aspetti legati alla equità delle condizioni di lavoro e del rispetto dell’ambiente e nel caso specifico dei prodotti agro-alimentari gli aspetti legati alla salubrità, alla sicurezza alimentare ed alle caratteristiche organolettiche; c) derivati dall’agricoltura biologica e biodinamica, dal commercio equo e solidale, ecc...; la solidarietà tra i soci; la solidarietà tra i produttori; la salvaguardia della natura e delle sue risorse; lo sviluppo di una cultura e di una sensibilità che mirino al rispetto dei diritti dell’uomo e dell’ambiente; l’integrazione nei processi produttivi ed economici di soggetti in situazione di disagio o emarginazione; l’attività di promozione degli scopi ai soci e anche ai non soci verso i quali l’Associazione potrà svolgere l’attività sociale e formativa; la possibilità di istituire una Banca del Tempo. L’Associazione potrà inoltre svolgere per il conseguimento dello scopo sociale qualunque altra attività connessa o affine a quelle precedentemente indicate, potrà compiere e concludere tutte quelle attività contrattuali necessarie o utili alla realizzazione degli scopi, che siano direttamente o indirettamente attinenti ai medesimi.*

### **Art. 4 - Strumenti**

*Gli strumenti utilizzati sono: acquisti collettivi di prodotti di cui all’art. 3 comma 1; assistenza ed informazione ai Soci nel campo alimentare ed artigianale, e nei settori ad essi collegati (modalità di produzione e di distribuzione, “ricette” per l’uso, impatto ambientale, ecc.); diffusione di prodotti provenienti dalla cooperazione sociale; gestione di un locale interno per la diffusione e la distribuzione dei prodotti; organizzazione di corsi di formazione e seminari, fruibili anche da parte dei non-*

*soci; stampa e divulgazione di materiale informativo; organizzazione di momenti di aggregazione; tutte le operazioni commerciali, finanziarie, immobiliari atte al raggiungimento dello scopo sociale.*

Gli organi sociali dell'associazione sono rappresentati da: l'Assemblea generale dei soci; il Consiglio Direttivo; il Presidente; Il Collegio dei probiviri. A questi si aggiunge una "Commissione qualità" che ha il compito di garantire al GAS la scelta dei produttori e l'approvvigionamento di prodotti, agro-alimentari e non, rispondenti alle caratteristiche decise dai soci.

La sede dove l'Associazione svolge le proprie attività di distribuzione dei prodotti è rappresentata da un'aula studenti all'interno della Facoltà di Agraria concessa dalla Presidenza della Facoltà di Agraria.

Al GAS aderiscono circa 70 nuclei familiari costituiti soprattutto da personale docente e tecnico-amministrativo della Facoltà, studenti dell'Ateneo e alcuni produttori. I soci al momento dell'adesione versano una piccola quota di euro 20,00.

Il GAS si rifornisce da 12 imprese di cui 10 aziende agricole biologiche (5 riunite in cooperativa), una cooperativa di produttori dotata di un impianto di trasformazione che produce pasta biologica, e una piccola impresa artigianale che produce scarpe con particolari requisiti etici e ambientali (Fig.25).

Per quanto riguarda i prodotti alimentari le imprese, selezionate in base alla conoscenza diretta riconducibile soprattutto all'attività di ricerca sviluppata dal settore Economia dei Sistemi Agro Forestali del Dipartimento, tranne che in un caso si trovano tutte in provincia di Palermo. In alcuni casi si tratta di imprese agricole che ospitano studenti per le attività di tirocinio previste nell'ambito dei Corsi di Laurea della Facoltà. La scelta delle aziende biologiche e dei prodotti da inserire nel "paniere" del GAS è supportata da una apposita "Commissione qualità", nell'ambito della quale sono valutate le caratteristiche dei prodotti e la compatibilità con l'organizzazione degli approvvigionamenti.

L'introduzione dei prodotti agro-alimentari è avvenuta gradatamente:

all'inizio gli acquisti collettivi hanno riguardato la sola ortofrutta, cui è seguita la carne, e a breve distanza la pasta, l'olio e il vino, i formaggi, il pane, i biscotti e altri prodotti da forno, le scarpe.

Le imprese selezionate forniscono attualmente i seguenti prodotti: due aziende zootecniche, a diverso indirizzo produttivo, forniscono una formaggi (in parte presidio Slow-food), latte, ricotta e burro, e l'altra carni bovine e suine e insaccati; i numerosi prodotti ortofruttili biologici sono forniti dalle aziende che aderiscono alla cooperativa, e sono sempre di stagione; un'azienda fornisce vino biologico; una pane e prodotti da forno (biscotti, pizza, farina, ecc.); un'azienda fornisce olio; una cooperativa la pasta. Le scarpe sono acquistate da un'impresa del nord - Italia.

Gli ordini sono effettuati dai soci tramite posta elettronica: i fornitori inviano settimanalmente (la domenica sera) i listini con la disponibilità dei prodotti (in un foglio di calcolo appositamente predisposto) al responsabile del GAS, che la mattina successiva li invia ai soci. Questi compilano gli ordini e li rispediscono, entro il martedì successivo, al GAS, che la sera stessa provvede ad inviarli ai fornitori; la consegna dei prodotti, accompagnati da scontrino fiscale, avviene due giorni dopo, ad orari prestabiliti, presso l'aula messa a disposizione dalla Facoltà di Agraria.

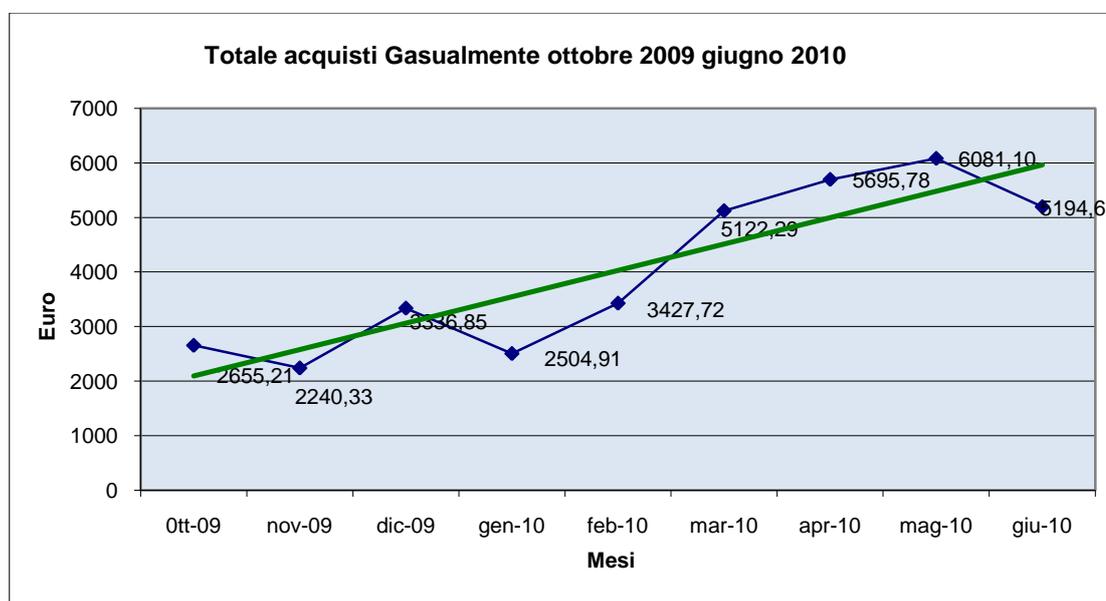
Dalle 13:00 alle 15:00 i soci ritirano i prodotti, preventivamente smistati e controllati da 5 di essi che prestano il servizio volontariamente. I responsabili del servizio provvedono anche alla raccolta dei pagamenti che sono effettuati ai fornitori la settimana successiva (Schifani et. al., 2011).

### Aziende fornitrici di Gasualmente

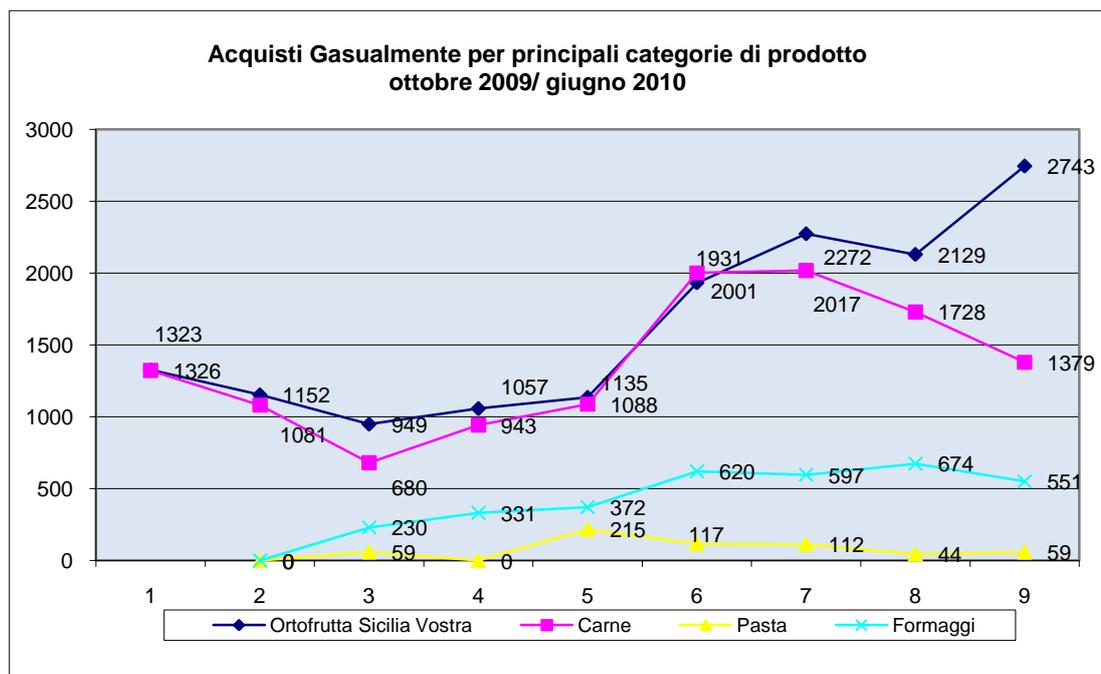


**Figura 25:** Fonte G. Schifani et.al., 2011

In alcuni periodi il volume degli acquisti del GAS ha raggiunto picchi pari a circa 1.400,00 euro/settimana, di cui circa il 40,0% riguarda l'ortofrutta, il 38,0% la carne, il 9,0% i formaggi, e con valori più modesti gli altri prodotti.



**Figura 26:** Fonte Schifani et.al., 2011



**Figura 27: Fonte Schifani et.al., 2011**

Le attività del GAS si sono via via allargate: dal 2010 il gruppo è, infatti, promotore di una manifestazione, “A Fera Bio”, organizzata con il supporto di altre quattro associazioni tra cui l’Associazione Italiana Agricoltura Biologica (AIAB), ospitata con cadenza mensile nella prestigiosa sede dell’Ateneo palermitano di Palazzo Chiaramonte Steri. La fiera, specializzata biologica, fa parte di un circuito regionale che prevede analoghe manifestazioni che si tengono mensilmente nelle città di Catania, Messina, Caltanissetta (settimanale) ed Enna.

Al suo successo concorrono circa cinquanta produttori, parte dei quali attivi anche nell’organizzazione dell’evento. La manifestazione è inoltre occasione per lo svolgimento di attività seminariali su temi specifici concordate con la Facoltà di Agraria e gli uffici dell’Ateneo.

Il gruppo fondatore del GAS, in collaborazione con alcuni i produttori ha inoltre avviato un servizio di domiciliazione per soddisfare le esigenze di coloro i quali hanno difficoltà a ritirare i prodotti secondo le modalità e gli orari stabiliti, contribuendo ad allargare la possibilità di accedere al consumo critico.

## **4.2 I network relazionali del GAS di Facoltà.**

Una delle principali caratteristiche che contraddistingue i Gruppi di Acquisto Solidale rispetto ad altre esperienze di consumo critico e di filiera corta risiede nel fatto che le iniziative, che nascono dall'aggregazione spontanea di consumatori che si organizzano e si "mettono in rete" per gestire collettivamente gli acquisti, si completa e si trasforma gradualmente verso qualcosa di più grande.

Infatti, anche se i motivi che inducono la nascita di un GAS sono rappresentati dalla volontà di ricercare alimenti sani e genuini, attivare rapporti sociali e ricostruire legami di conoscenza diretta tra consumatori e produttori locali, spesso queste iniziative si evolvono rapidamente verso "*sistemi relazionali*" più complessi che vedono la partecipazione e l'interazione di una molteplicità di soggetti eterogenei (consumatori, produttori, agricoltori, associazioni, botteghe del commercio equo e solidale, organizzazioni, istituzioni, altri GAS, ecc.) che si riuniscono attorno a principi, ideali e obiettivi condivisi, di ampio respiro, che testimoniano la volontà di fare una "*altra*" economia.

Mentre in una prima fase, le relazioni sociali all'interno di un GAS si manifestano attraverso la convivialità e la suddivisione dei compiti tra i membri del gruppo nonché dai rapporti che si instaurano tra soci/consumatori da un lato e produttori/fornitori dall'altro, finalizzati alla compra-vendita dei prodotti; in una fase successiva il gruppo tende a creare, in modo generalmente spontaneo e naturale, relazioni volontarie, formali o informali con altri soggetti presenti nel territorio, finalizzate alla condivisione ma anche alla diffusione di pratiche di consumo critico e sostenibile anche dal punto di vista ambientale.

Il GAS diventa quindi catalizzatore e generatore di relazioni. Non solo di relazioni dirette tra consumatori e produttori, ma relazioni tra cittadini e

territorio, tra cultura e identità, tra tradizione e *innovazione sociale*<sup>54</sup>.

I Gruppi si rivolgono all'esterno e si mettono a sistema con gli altri attori presenti sul territorio creando reti di livello superiore, sviluppando sinergie progettuali e portando avanti iniziative concrete e virtuose, con l'obiettivo comune di incidere sui modelli di consumo della società capitalista e a costruire un futuro sostenibile.

Sono diverse infatti le esperienze che hanno portato alla costituzione di reti locali "*di secondo livello*" come gli InterGas regionali, la ReteGas nazionale, la Rete di Economie Solidali (RES) o i Distretti di Economia Solidale (DES)<sup>55</sup>.

Nel processo di attivazione della RES è strategica l'attivazione, a partire dai territori, di "Distretti di Economia Solidale" (DES). Tali 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.<sup>56</sup> E' inteso che tali esperienze pilota potranno avviarsi solo laddove si manifesti la volontà, da parte dei soggetti interessati, di partecipare attivamente al

---

<sup>54</sup> Guidi F. p. 142

<sup>55</sup> Il processo verso la realizzazione della Rete Italiana di Economia Solidale (RES) è stato inizialmente promosso dalla Rete di Lilliput e si è sviluppato successivamente con il sostegno delle Botteghe del Mondo, dei Gruppi di Acquisto Solidali, delle organizzazioni della finanza etica (MAG, Banca Etica), del turismo responsabile e delle cooperative sociali. Tale progetto è da considerarsi aperto a tutte le realtà che già operano, che si "sentono" parte, o che comunque intendono agire ispirandosi ai valori e ai principi dell'economia solidale.

<sup>56</sup> Originariamente il termine "Distretto" indicava il territorio sottoposto al dominio di una città. In economia è stato riutilizzato, con l'aggiunta dell'attributo "industriale", per indicare un territorio caratterizzato dal «dominio» di uno specifico settore di produzione (distretto del tessile, del mobile, calzaturiero) che caratterizzava le relazioni spaziali e sociali di un'area. Con l'attributo di "culturale", si suole indicare un territorio che si contraddistingue per la presenza di un'industria che procede a valorizzare le risorse culturali del territorio. Un'industria che non deve essere per forza «dominante» ma che comunque svolga un ruolo rilevante nella caratterizzazione del modello di sviluppo economico e sociale di un'area territoriale. La qualificazione "rurale" sottolinea invece la de-specializzazione del sistema produttivo locale che non si basa su una produzione «dominante» o caratterizzante, bensì sull'interazione di una pluralità di attività economiche, diversificate ma fortemente radicate ad un determinato territorio. Il termine distretto non è quindi una semplice enunciazione accademica, quanto il riconoscimento di un territorio come sistema socio-economico e produttivo, culturale e ambientale. La logica del distretto presuppone, infatti, che istituzioni ed operatori economici operino in maniera integrata, dando vita ad uno strumento di programmazione che, mettendo a sistema le attività economiche presenti sul territorio, combinandole con ambiente, cultura, storia, tradizioni, deve diventare il motore dell'economia locale.

processo.<sup>57</sup>

Il Distretto, infatti, è un sistema complesso, relazionale, programmato e partecipato perché è il risultato di una strategia e di un coerente piano d'azione e perché la sua esistenza dipende dalla capacità di mettere in rete non solo risorse e processi ma, soprattutto, i soggetti. Il Distretto è perciò una struttura di relazioni da costruire per uno scopo: lo sviluppo locale sostenibile attraverso la valorizzazione integrata delle risorse e dei capitali del territorio.

I "soggetti" dei Distretti dell'economia solidale comprendono: 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 e le loro associazioni o imprese; i lavoratori dell'economia solidale; le istituzioni (in particolare gli Enti Locali) che intendono favorire sul proprio territorio la nascita e lo sviluppo di esperienze di economia solidale. I soggetti appartenenti ai DES potranno, in accordo con la RES, delineare i criteri per l'attribuzione di "marchi" al fine di valorizzare i prodotti e processi caratteristici dell'economia solidale.

I soggetti appartenenti ai DES potranno altresì essere collegati, oltre che a livello locale, anche con soggetti analoghi in altri territori (reti settoriali) e, per alcuni prodotti o campi di azione, con esperienze di economia solidale di altri paesi e continenti. L'insieme dei soggetti, singoli ed organizzati, dei distretti, delle reti settoriali di economia solidale, collegati in vario modo fra di loro, costituiscono la Rete italiana dell'economia solidale.<sup>58</sup>

Agendo sul territorio, i GAS si trovano a collaborare con altre realtà che cercano di applicare l'*economia delle relazioni* ai diversi aspetti dell'attività economica: produzione, distribuzione, servizi e consumo. I GAS riconoscono quindi di essersi inseriti in una carovana già in viaggio, in cui i compagni di strada sono le botteghe e gli importatori del commercio equo e solidale, i Bilanci di giustizia, le realtà di finanza etica e di turismo responsabile, i piccoli

---

<sup>57</sup> Carta per la Rete Italiana di Economia Solidale (Res) marzo 2007.

<sup>58</sup> Ibidem Carta per la Rete Italiana di Economia Solidale (Res) marzo 2007.

produttori biologici, le cooperative sociali, le cooperative di produttori e servizi e così via. Sul territorio queste realtà si incontrano e si riconoscono come animate da una concezione dell'economia come strumento di relazioni finalizzate al benessere di tutti (Valera, L., 2005).

In quest'ottica ogni singolo GAS può diventare l'unità di base, il "nodo" di una "rete sociale"<sup>59</sup> più ampia, dove ogni attore promuove pratiche e iniziative volte a contrastare l'insostenibilità del modello di sviluppo economico dominante, le logiche del consumismo e a sostenere, invece, un'economia etica e solidale basata sulle relazioni umane dove i volti e le storie delle persone tornano ad avere un significato.

"Il GAS è una cellula di un organismo più grande e per questo è necessario creare un sistema, una rete tra le diverse realtà che sono nate e che stanno nascendo nel territorio siciliano e nazionale, al fine di attuare un nuovo modello organizzativo degli attori sociali da proporre al territorio che possa garantire un miglioramento della qualità della vita".<sup>60</sup>

La rete ego-centrata (*personal network*) del GAS Gasualmente rappresenta, in tal senso, uno specifico contesto relazionale composto da cinquantuno *attori critici*<sup>61</sup> che interagiscono tra loro, attraverso legami di diversa natura, perché stimolati dalla condivisione di intenti e obiettivi.

L'analisi degli attori immersi nella rete ha evidenziato una consistente variabilità qualitativa dei soggetti coinvolti che risultano essere quindi fortemente eterogenei.

La quasi totalità dei casi (82%) risulta essere costituita da soggetti privati

---

<sup>59</sup> Il concetto di rete indica una particolare forma di legame sociale dotato di caratteristiche specifiche (estensione, densità, tipo di legami, etc.). Le reti sociali, a differenza delle organizzazioni a rete che rappresentano un modello organizzativo in cui i diversi soggetti (nodi del sistema) convergono su obiettivi comuni, sono costituite da persone tra cui esistono legami significativi che consentono e favoriscono meccanismi di scambio finalizzati al conseguimento del benessere: le parole chiave delle reti sociali sono allora *relazionalità* e *associazione* o, se si preferisce, capacità di perseguire obiettivi condivisi attraverso la costruzione di legami (Rizzo, A. M., 2008).

<sup>60</sup> Dott. Giovanni Ruvolo referente del Gruppo di Acquisto Solidale "Bio....Logico" di Caltanissetta.

<sup>61</sup> Il numero di nodi del network di Gasualmente individuati è superiore al dato indicato, ma ai fini del presente studio, solo cinquantadue sono stati ritenuti più rilevanti.

(produttori agricoli, associazioni culturali e ambientaliste, GAS, etc.), il restante 18% è costituito invece da soggetti pubblici (Università, Enti di ricerca, Assessorato regionale per le Risorse Agricole e Alimentari, etc.).

Nel grafico (Fig.28) è riportato il numero degli attori della rete raggruppati in nove differenti macro-categorie.

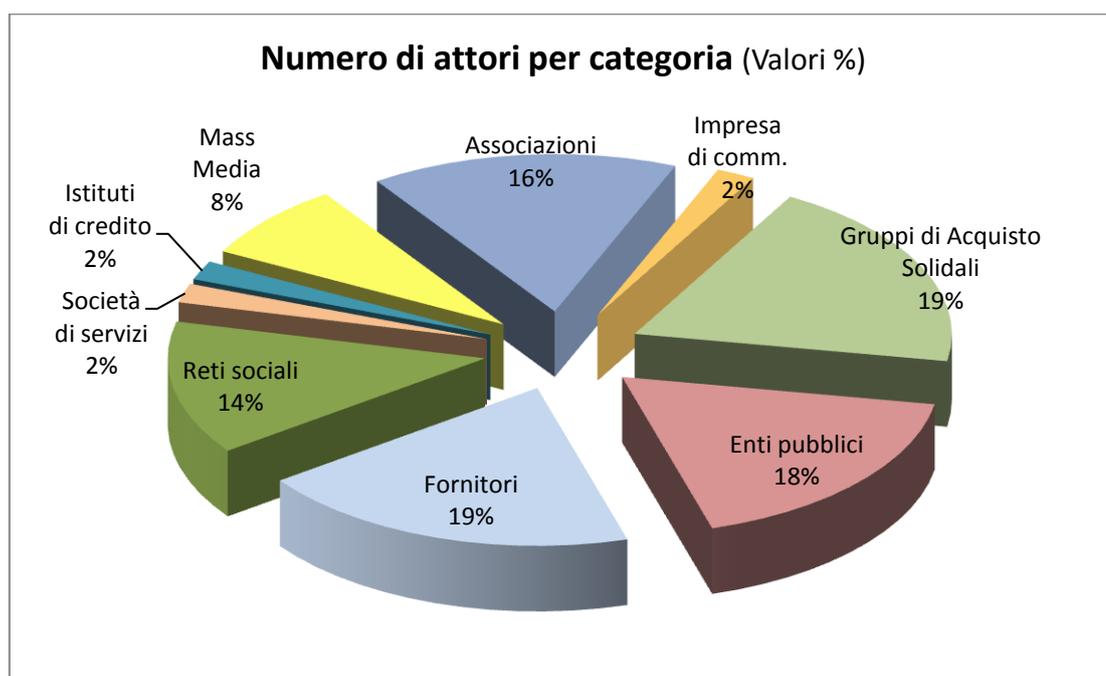


Figura 28: Fonte rilevazione diretta (dicembre 2010)

1. *Enti pubblici*: all'interno di questa categoria sono considerate tutte le istituzioni pubbliche con cui interagisce il *sistema* e che svolgono un ruolo di amministrazione del territorio regionale.

I rapporti che il GAS di Facoltà ha attivato con gli Enti pubblici hanno portato alla realizzazione di esperienze fortunate e di successo. Come già accennato, con l'Università degli Studi di Palermo e altre Associazioni si è attivata una collaborazione che ha portato all'organizzazione di un mercato biologico di produttori che ha riscosso molta popolarità. Il mercato, che è diventato appuntamento che si ripete con cadenza mensile presso la sede del Rettorato, rappresenta, oltre che un'occasione per poter acquistare prodotti locali di qualità, un momento di incontro e di promozione del consumo

responsabile che avviene anche attraverso la realizzazione di seminari, dibattiti e convegni.

Sono state strette relazioni molto forti con il Dipartimento Interventi Infrastrutturali per l'Agricoltura dell'Assessorato Regionale Risorse Agricole e Alimentari, con l'Istituto Nazionale di Economia Agraria, con il Dipartimento Demetra. La Facoltà di Agraria, come detto, ha messo a disposizione uno spazio per le attività di smistamento dei prodotti.

2. *Fornitori*: sono tutte quelle imprese private locali che hanno instaurato rapporti con il GAS di Facoltà e che condividono i principi di un'economia etica e solidale.

Si tratta per lo più di piccole aziende agricole e artigiane che riforniscono il GAS ma anche di imprese di trasformazione e commercializzazione che prendono parte alla manifestazione "A Fera Bio" di Palermo.

3. *Associazioni*: sono quelle organizzazioni che svolgono attività di utilità sociale. Sono state inserite in questa categoria alcune Associazioni di produttori agricoli come "Siqillyhà", "A Fera Bio", l'Associazione Italiana per l'Agricoltura Biologica (AIAB), nonché Associazioni culturali, ambientaliste e universitarie con le quali il GAS è in contatto.
4. *Reti sociali*: all'interno di questa categoria sono state inserite tutte le organizzazioni strutturate in rete e che sono costituite da diversi soggetti e con cui Gasualmente ha stretto rapporti di collaborazione. La RES Sicula è la Rete di Economia Solidale della Sicilia che si propone territorio quale coordinamento di iniziative volte alla costruzione di circuiti di "Altra" economia tra le diverse realtà che operano in Sicilia (GAS, botteghe del commercio equo, imprese private, associazioni, cooperative sociali, persone, ecc.). La Rete Rifiuti Zero è invece costituita da una pluralità di soggetti che si occupano delle problematiche dei rifiuti e della loro gestione. La Rete Fattorie Sociali è composta da imprese agricole che offrono servizi assistenziali, educativi, formativi e di inclusione sociale e lavorativa per

soggetti socialmente svantaggiati.

5. *Gruppi di Acquisto Solidale*: sono state considerate tutte le relazioni che si sono intessute con gli altri Gruppi presenti sul territorio al fine di creare dei sistemi di rete. In particolare, a Palermo è stato creato un InterGAS che vede coinvolti, per la gestione degli acquisti collettivi, quattro realtà la cui nascita è stata fortemente supportata dal GAS di Facoltà. Inoltre, si è preso parte al processo di costituzione della Rete Regionale dei GAS siciliani e si è aderiti alla Rete Nazionale.
6. *Mass media*: nell'ultimo periodo si è visto anche l'instaurarsi di rapporti con le testate giornalistiche locali (Giornale di Sicilia, Ateneo News Student, Valori, Livesicilia.it, mappanuovomondo.org, ecc.) che hanno mostrato interesse per il fenomeno dei Gruppi di Acquisto Solidale e, nel caso specifico, con le attività proposte e organizzate dal GAS di Facoltà realizzando dei servizi di approfondimento sull'esperienza di Gasualmente. Tra le altre attività portate avanti dal Gruppo, per promuovere le iniziative e raggiungere e coinvolgere un maggior numero di pubblico, si ricorda la presenza in due social network (Facebook e LinkedIn).

### **4.3 Risultati dell'analisi di rete**

Il primo passo per effettuare l'analisi del network di Gasualmente è stato quello di archiviare i dati organizzandoli in una matrice di adiacenza (caso x caso) appositamente predisposta<sup>62</sup> (tabella n.8). Una matrice può essere pensata come una tabella bidimensionale di valori numerici formata da  $m$  righe ed  $n$  colonne che può assumere diverse dimensioni e forme. Per definizione, dato un grafo  $G = (V, E)$ , la sua matrice di adiacenza  $A \in M_{V \times V}$  è costituita da una matrice binaria quadrata che ha come indici di righe e colonne i nomi dei vertici del grafo. Ogni valore contenuto al suo interno è

---

<sup>62</sup> Si tratta di una matrice costituita da una serie di righe e di colonne che sono state etichettate con valori binari. L'immissione dei dati nella matrice è avvenuta importando sul foglio elettronico di UCINET 6 la matrice costruita precedentemente su un foglio elettronico excel.

individuato univocamente da una coppia di indici numerici i cui valori sono compresi tra 0 e il numero totale di righe o di colonne.

Per l'analisi del nostro caso studio è stata costruita una matrice quadrata avente un numero di righe identico al numero delle colonne ( $n \times n$ ) e che è risultata essere di dimensioni "51 x 51", pari al numero di attori che interagiscono in diversa forma con Gasualmente.

Osservando la matrice possiamo notare come questa sia stata costruita inserendo nella prima fila di riga e di colonne i nomi di tutte le strutture organizzative che interagiscono con il GAS. Le righe e le colonne identificano i nodi del grafo o gli attori della rete. La matrice risulta, quindi, essere costituita dai rapporti di collaborazione tra le organizzazioni. In ogni cella di intersezione della matrice sono stati inseriti dei valori binari che indicano la presenza o assenza della relazione tra i diversi soggetti: "1" se la relazione è presente e i soggetti sono adiacenti; "0" se la relazione è assente e i soggetti sono privi di collegamento.

In una generica matrice di tipo quadrato "caso x caso" che rappresenta un network, infatti, il valore di  $n_{ij}$  risulta essere pari a zero se gli attori  $i$  e  $j$  non sono legati da una relazione, mentre, in caso contrario, è uguale ad un valore positivo ("1" se si tratta di valori binari).

Nel caso specifico la matrice è stata predisposta per introdurre dati simmetrici "*Symmetric Mode*", poiché le relazioni tra soggetti sono state considerate bidirezionali e quindi prive di direzione. In questo caso non ha, infatti, senso parlare di "verso" o di "direzione" della relazione. Operando in questo modo la diagonale della matrice non riporta alcun valore perché le celle corrispondenti a ciascun soggetto indicano la relazione del soggetto in questione con se stesso.

Ciò significa che, rispetto alla diagonale principale che assume tutti i valori pari a zero, i valori inseriti nel triangolo superiore destro della matrice sono identici (speculari) a quelli espressi nel triangolo inferiore sinistro (Chiesi,

1999).

Inoltre, trattandosi di matrice simmetrica rispetto alla diagonale principale, i marginali di riga e di colonna risultano essere uguali e per ogni nodo indicano il *grado* corrispondente.

#### 4.3.1 Analisi matematica della rete

In seguito alla costruzione della matrice di adiacenza si è proceduto con l'analisi matematica della rete per studiare il network nel suo complesso. L'analisi riferita all'intera rete, applicata quindi ad un livello generale, è finalizzata alla misurazione delle caratteristiche strutturali attraverso l'utilizzo di statistiche che permettono di definire le proprietà “*globali*” del network.

Il *range*, dato dal conteggio del numero di nodi presenti nella rete, permette di misurare l'ampiezza del network. Nel nostro caso il range della *ego-network* di Gasualmente è pari a  $N=51$ .

Una delle principali misure descrittive adottate per indagare il grado di coesione della rete è la *densità*. Tale indice è dato dalla quantità delle relazioni e corrisponde al rapporto tra il numero di legami effettivamente presenti nella rete e quelli potenzialmente attivabili.

In formula:<sup>63</sup>

$$\Delta = \frac{L}{N(N-1)/2}$$

dove **L** indica il numero dei legami attivati nel reticolo e il denominatore  $(N - 1)$  rappresenta il numero massimo possibile dei legami attivabili.

Nel caso di relazioni reciproche (simmetriche) il prodotto  $N(N - 1)$  si deve dividere per due al fine di evitare di conteggiare due volte le relazioni possibili. La densità ha un campo di variazione compreso tra un valore minimo di “0”, che indica una densità nulla (rete completamente disconnessa)

---

<sup>63</sup> Formula per i grafi non orientati.

e un valore massimo di “1” che indica la densità estrema dove tutti i legami potenzialmente attivabili sono stati attivati.



Nel nostro caso l'analisi ha mostrato, attraverso il Log file di output (tabella 9) della matrice di Gasualmente<sup>64</sup>, un valore di densità pari a 0.8658. Tale valore sta a indicare che nella rete, su un numero totale di 1275 relazioni potenzialmente attivabili tra i 51 attori presenti, sono stati attivati 1104 legami pari al 87% di quelli possibili.

**Tabella 9: Log file di output Density**

DENSITY / AVERAGE MATRIX VALUE		
Input dataset:		
Output dataset:	MATRICE GASUALMENTE -density	
	Density	No. of Ties
MATRICE GASUALMENTE	0.8658	1104.0000



**Figura 29: Fonte rilevazione diretta (dicembre 2010)**

<sup>64</sup> Per calcolare la densità è stato selezionato dalla barra degli strumenti il menu Network/ Network Properties/Density

In generale questo indicatore misura il livello di coesione di un'organizzazione e la sua valutazione dipende dal contesto in cui si applica: in alcuni casi può essere meglio una rete ad alta densità, in altri casi una rete meno densa (Oriani, G., 2008).

Il valore della densità è inversamente proporzionale alla dimensione della rete per via del fatto che i legami di un attore non aumentano all'aumentare dei nodi della rete e per questo la misura deve essere correlata alla dimensione della rete.

Nel caso specifico ci troviamo di fronte ad una rete che presenta una densità molto alta. Ciò indica che gli attori della rete sono strettamente collegati tra loro e che la rete nel suo complesso è molto coesa.

Tale proprietà conferisce alla rete una certa solidità strutturale caratterizzata da legami forti e supportivi in cui gli attori presentano elementi di somiglianza sociale (Salvini, A., 2005).

La forza dei singoli legami, che caratterizzano la struttura di questo network indica, infatti, che gli attori sono motivati da saldi valori condivisi che si concretizzano in rapporti fiduciari e senso di collaborazione. Ciò consente lo scambio di informazioni nonché la condivisione e il trasferimento di conoscenze tra i partner del network.

Tuttavia essi possono generare fenomeni di intrappolamento cognitivo (effetto di *lock-in* cognitivo). L'esplorazione di nuova conoscenza diretta alla creazione di innovazione richiede, infatti, da un lato, flessibilità dei legami per sperimentare nuove combinazioni e quindi legami deboli in termini di durata e di distanza; dall'altro, elevata frequenza di interazione e fiducia che agevolano lo scambio e la co-produzione di conoscenze di valore e quindi legami forti in termini di ampiezza del campo d'azione, disponibilità alla condivisione e frequenza di interazione (Levanti, G., 2010).

La struttura forte e non vulnerabile della rete, non soggetta quindi alla perdita di relazioni tra attori, fa sì che questa risulti in un certo qual senso

“chiusa”<sup>65</sup> perché caratterizzata dalla presenza di diversi *legami ridondanti*<sup>66</sup>, scarsamente efficienti, che rappresentano un ostacolo e un impedimento alle dinamiche evolutive della struttura e ai naturali processi creativi e innovativi.

Le reti più aperte, infatti, hanno generalmente più probabilità di introdurre nuove idee e opportunità ai propri membri che non reti chiuse con molti legami ripetitivi. Questo perché un gruppo di individui collegati ad altri mondi sociali (reti) può ricevere più stimoli provenienti dall’ambiente esterno e avere accesso ad una gamma più ampia di informazioni.

Al fine di evitare l’omogeneità informativa interna al gruppo, che scoraggia l’innovazione, è preferibile, infatti, disporre di connessioni ad una varietà di reti e quindi accedere a conoscenze diverse, piuttosto che disporre di molte connessioni all’interno di un singolo network.

Si tratta quindi di una rete molto attiva ma che presenta, al contempo, una struttura che tende ad ostacolare la sua stessa evoluzione ed espansione.

Sempre all’interno della rete di Gasualmente sono stati individuati, inoltre, diversi “colli di bottiglia” (*bottlenecks*) ovvero soggetti su cui si concentra un numero talmente elevato di messaggi tale da non permettere una corretta gestione dello scambio di informazioni tra attori. Nel caso specifico questi colli di bottiglia sono rappresentati da attori “esperti” (in quanto detentori della conoscenza) che, rappresentando molteplici interessi, ricoprono contemporaneamente più ruoli centrali determinando così un rallentamento, e in alcuni casi, un’interruzione dei flussi informativi all’interno dell’organizzazione.

Un altro elemento utilizzato nella *network analysis* per misurare il grado di coesione della rete è la *distanza*. Tale misura di coesione tiene conto dei

---

<sup>65</sup> Il network di Gasualmente risulta essere costituito da una molteplicità di piccoli reticoli aperti che si raggruppano in una grande rete forte ma chiusa.

<sup>66</sup> Concetto di ridondanza secondo Oriani: “se l’attore A è collegato agli altri attori B, C e D che hanno le stesse informazioni, due delle sue tre relazioni sono ridondanti. Poiché ogni relazione ha un suo costo di mantenimento, la ridondanza sarebbe da evitare”.

differenti percorsi di diversa lunghezza<sup>67</sup> esistenti tra due nodi connessi. Per l'analisi della distanza tra nodi si utilizzano due indici: la geodesica e il diametro.

La geodesica rappresenta il numero di link che ci sono tra un nodo e un altro. Tale indice focalizza la propria attenzione su quanto un attore è vicino agli altri. Il diametro della rete è definito come la geodetica maggiore tra tutte le coppie possibili di nodi della rete stessa (percorso più lungo tra un nodo e un altro). L'indice può assumere valori compresi tra 1 (ogni nodo è collegato direttamente con gli altri) e N-1 nel caso in cui la rete è completamente disconnessa (sequenza pura).

Il programma Ucinet ci ha permesso di calcolare tre importanti misure di coesione, riportate in tabella n.10: la media delle distanze geodetiche (*Average distance*); l'indice di coesione basato sulla distanza (*Distance-based cohesion*); la misura di frammentazione basata sulla distanza (*Distance-weighted Fragmentation*).

Nel nostro caso, trattandosi di una *ego-network*, tutti i valori contenuti nella *matrix geodesic distance*<sup>68</sup> che indicano la lunghezza del percorso più breve che collega ogni coppia di attori, sono risultati essere molto bassi.

**Tabella 10: Log file di output Distanza Geodetica**

```
GEODESIC DISTANCE
-----
Type of data:                ADJACENCY
Nearness transform:          NONE
Input dataset:                Matrice Gasualmente
Output distance:             Matrice Gasualmente

For each pair of nodes, the algorithm finds the # of edges in the shortest path
between them.

Note: Data were dichotomized.

Average distance                = 1.567

Distance-based cohesion ("Compactness") = 0.716
  (range 0 to 1;
  larger values indicate greater cohesiveness)

Distance-weighted fragmentation ("Breadth") = 0.284
```

<sup>67</sup> Per lunghezza si intende il numero di legami tra coppie di nodi.

<sup>68</sup> Per calcolare la matrice di distanza è stato selezionato dalla barra degli strumenti il menu Network/ Cohesion/Distance

Ciò sta a indicare che tutte le coppie di nodi sono ben collegate tra loro perché nessun attore è più distante di due legami da ogni altro e che quindi la rete di Gasualmente, come detto, è fortemente coesa.

Si può, infatti, osservare che la media delle distanze geodetiche (*Average distance*) tra tutte le coppie di nodi è rappresentata da un valore molto basso, pari a 1.567.

Questo perché nella matrice di distanza per i nodi adiacenti è presente un solo percorso indicato con il valore “1”, mentre per le coppie di attori che presentano più percorsi alternativi di connessione “brevi” il valore è  $>$  di 1.

Nel nostro caso specifico la più lunga distanza geodetica, rappresentata dal *diametro* del network, è risultata essere pari a “2”.

L'indice di coesione basato sulla distanza (*Distance-based cohesion*), che ha un range compreso tra “0” e “1”, presenta un valore pari a 0.716. Anche in questo caso la misura conferma l'elevato grado di coesione del network perché quanto più il valore si avvicina ad “1” tanto più grande è la coesione della rete.

A rafforzare quanto detto, anche l'indice di frammentazione basato sulla distanza (*Distance - weighted Fragmentation*) determina un alto livello di coesione all'interno della rete. La misura presenta infatti valore  $F=0.28$  indicando che ogni nodo è raggiungibile da ogni altro<sup>69</sup>.

L'indice, che varia tra “0” e “1”, per valori di  $F=0$ , indica infatti che ogni coppia di nodi è adiacente ad ogni altra; con valori di  $F=1$  indica, invece, che tutti i nodi sono isolati.

La rete risulta così connessa che l'indice di **connettività** calcolato per ogni coppia di vertici,<sup>70</sup> basato sul conteggio del numero di nodi che devono essere rimossi per disconnettere il network, risulta presentare valori molto alti. Alti valori di  $k$  indicano, infatti, alti livelli di connettività del grafo.

---

<sup>69</sup> Per  $F=1$  la misura di frammentazione basata sulla distanza indica la presenza di nodi isolati.

<sup>70</sup> Ucinet permette di calcolare l'indice di connettività selezionando dal menu a tendina Network/Cohesion/Point Connectivity.



#### 4.3.2 Analisi matematica degli attori

Per approfondire l'analisi e aumentare la comprensione della struttura del network si è fatto ricorso ad alcuni dei principali indicatori relazionali disponibili per l'analisi matematica degli attori, che permettono di individuare la posizione e le caratteristiche di ogni singolo nodo sulla rete.

Tali misure di *network centrality* sono state effettuate con degli indici, detti di centralità, che servono per misurare la posizione strutturale del nodo in relazione a quella degli altri presenti nella rete.

La centralità rappresenta uno degli obiettivi principali nell'analisi empirica delle reti sociali, in quanto permette di definire ed individuare il posizionamento di un determinato soggetto nel proprio network in termini puramente relazionali (Cordaz, 2005).

La misura della centralità può essere di tre differenti tipologie a seconda se si prende in considerazione il *grado* **degree centrality** (misura il numero di legami interorganizzativi intrattenuti dal nodo nella rete), *l'interposizione* **betweenness centrality** (misura la capacità di connettere nodi che non hanno legami tra loro ovvero quanto un nodo gioca un ruolo di intermediario - controllo di flussi di informazione) o la *vicinanza* di un nodo rispetto ad altri punti del grafo **closeness centrality** (misura quanto un nodo è vicino agli altri nodi ovvero la capacità di raggiungere, sia direttamente che indirettamente, un numero elevato di altri attori reticolari).

Il **Degree centrality** (centralità locale basata sul grado) è un indice analitico che varia da "0" a "1" (minima e massima centralità) e misura quanto un nodo è connesso. Secondo questa modalità la maggiore centralità di un nodo è determinata dal numero di relazioni che ogni nodo effettivamente intrattiene con gli altri, calcolato sulla base delle relazioni potenzialmente attivabili.

La formula è:

$$C_D(n_i) = \frac{d(n_i)}{n-1}$$

dove  $C_D$  sta per indice di centralità calcolato sul degree;  $d(n_i)$  indica il grado del nodo;  $n$  rappresenta il numero dei nodi che costituiscono il reticolo.

In un grafo semplice il *grado* varia da 0 (isolamento) a  $n-1$  (legato a tutti gli altri nodi). È evidente che un maggior grado corrisponde a una maggiore integrazione del nodo nella rete (Marcolin, 2007).

Nel nostro caso il *degree range* varia da un minimo di 5 a un massimo di 50. Dalla tabella n.12, in cui sono riportati i valori di *degree* per ciascun nodo considerato, emergono tutti i nodi centrali e quelli periferici della rete<sup>71</sup>.

Nell'*Output Dataset* relativo al *Freeman's Degree Centrality Measures* è riportato: nella prima colonna, il numero progressivo dei nodi; nella seconda colonna i nomi dei nodi che fanno parte del network di Gasualmente (N=51); nella terza colonna i valori di degree relativo ad ogni singolo nodo. Nella quarta colonna i valori sono espressi in percentuale (divisi per  $n-1$  e moltiplicati per 100).

Da questa prima misurazione della rete si è potuto osservare che nel nostro network il ruolo di primo piano è rappresentato da Gasualmente il cui grado  $d(n_i)$  è uguale a  $n - 1 = 50$ , pari al 100% delle relazioni possibili tra i nodi della rete. Ciò sta a indicare che il GAS di Facoltà rappresenta il nodo maggiormente connesso perché adiacente a tutti gli altri attori. Esso rappresenta il luogo dove "le cose accadono", al contrario dei soggetti con un basso grado che rappresentano le posizioni periferiche della rete.

Trattandosi della *network personale* di Gasualmente pare comunque scontato trovare il GAS in posizione focale rispetto agli altri nodi della rete.

Risulta interessante invece andare a concentrarsi sulle caratteristiche degli *alters*.

Altri nodi, infatti, risultano abbastanza centrali perché mostrano un elevato valore di degree.

---

<sup>71</sup> La tabella è stata elaborata attraverso il programma Ucinet 6. Il software permette di utilizzare tale procedura selezionando dalla barra degli strumenti il menù Network/Centrality/Degree.

**Tabella 12: Log file di output Centralità basata sul Grado**

FREEMAN'S DEGREE CENTRALITY MEASURES:

```
-----
```

Diagonal valid?		NO		
Model:		SYMMETRIC		
Input dataset:		MATRICE GASUALMENTE		

		1	2	3
		Degree	NrmDegree	Share
		-----	-----	-----
1	Gasualmente	50.000	100.000	0.044
2	Prof S	43.000	86.000	0.038
12	P. 2 Fera Bio e Gasualmente	42.000	84.000	0.037
11	P. 1 Solo Fera Bio	41.000	82.000	0.036
30	Rete GAS Sicilia	39.000	78.000	0.035
25	Ass. Culturali	35.000	70.000	0.031
51	ATS "A Fera Bio Palermo"	35.000	70.000	0.031
7	Dip. Demetra	33.000	66.000	0.029
10	Assessorato Regionale	32.000	64.000	0.028
31	Rete GAS Nazionale	31.000	62.000	0.027
13	P. 3 Coop. Soc. Vita bio	31.000	62.000	0.027
14	P. 3 Az. Invidiata	30.000	60.000	0.027
44	Gas Riportiamo alla Luce	28.000	56.000	0.025
37	Social network	28.000	56.000	0.025
15	P. 3 Az. Lo Curto	27.000	54.000	0.024
9	Inea Sicilia	27.000	54.000	0.024
43	Gas Bio...Logico!!!	27.000	54.000	0.024
4	Prof F	27.000	54.000	0.024
38	solexp	25.000	50.000	0.022
26	Ass. 'a Fera Bio CT	25.000	50.000	0.022
33	InterGas Palermo	24.000	48.000	0.021
21	Aiab	23.000	46.000	0.020
32	Rete Fattorie sociali	23.000	46.000	0.020
39	Gas Mondello	23.000	46.000	0.020
22	Siqillyhà	23.000	46.000	0.020
17	P. 3 AZ. Guccione	20.000	40.000	0.018
27	RES Sicula	20.000	40.000	0.018
29	Rete rifiuti zero	19.000	38.000	0.017
45	Gas BibiGas	19.000	38.000	0.017
28	Rete green economy	18.000	36.000	0.016
23	Ass. Ambientaliste	18.000	36.000	0.016
41	Gas Espace	17.000	34.000	0.015
40	Gas Sperlinga	17.000	34.000	0.015
49	GASualmente Domicilio	17.000	34.000	0.015
42	Gas Le Nuvole	17.000	34.000	0.015
19	P. 3 Az. I due Soli	17.000	34.000	0.015
46	Gas ATuttoGAS	16.000	32.000	0.014
16	P. 3 Forno Badamo	15.000	30.000	0.013
3	Prof I	14.000	28.000	0.012
5	Rettorato	14.000	28.000	0.012
34	Giornale di Sicilia	14.000	28.000	0.012
36	Libreria Feltrinelli	12.000	24.000	0.011
47	Gas Gastone	12.000	24.000	0.011
18	P. 3 AZ. Noto	11.000	22.000	0.010
50	Banca Etica	11.000	22.000	0.010
8	Dip. di Psicologia Unipa	9.000	18.000	0.008
20	P. 3 Astorflex calzaturificio	8.000	16.000	0.007
35	Ateneo news	6.000	12.000	0.005
6	Presidenza Facoltà di Agraria di Pa	5.000	10.000	0.004
24	Ass. Univ. Agroetica	5.000	10.000	0.004
48	Commercialista	5.000	10.000	0.004

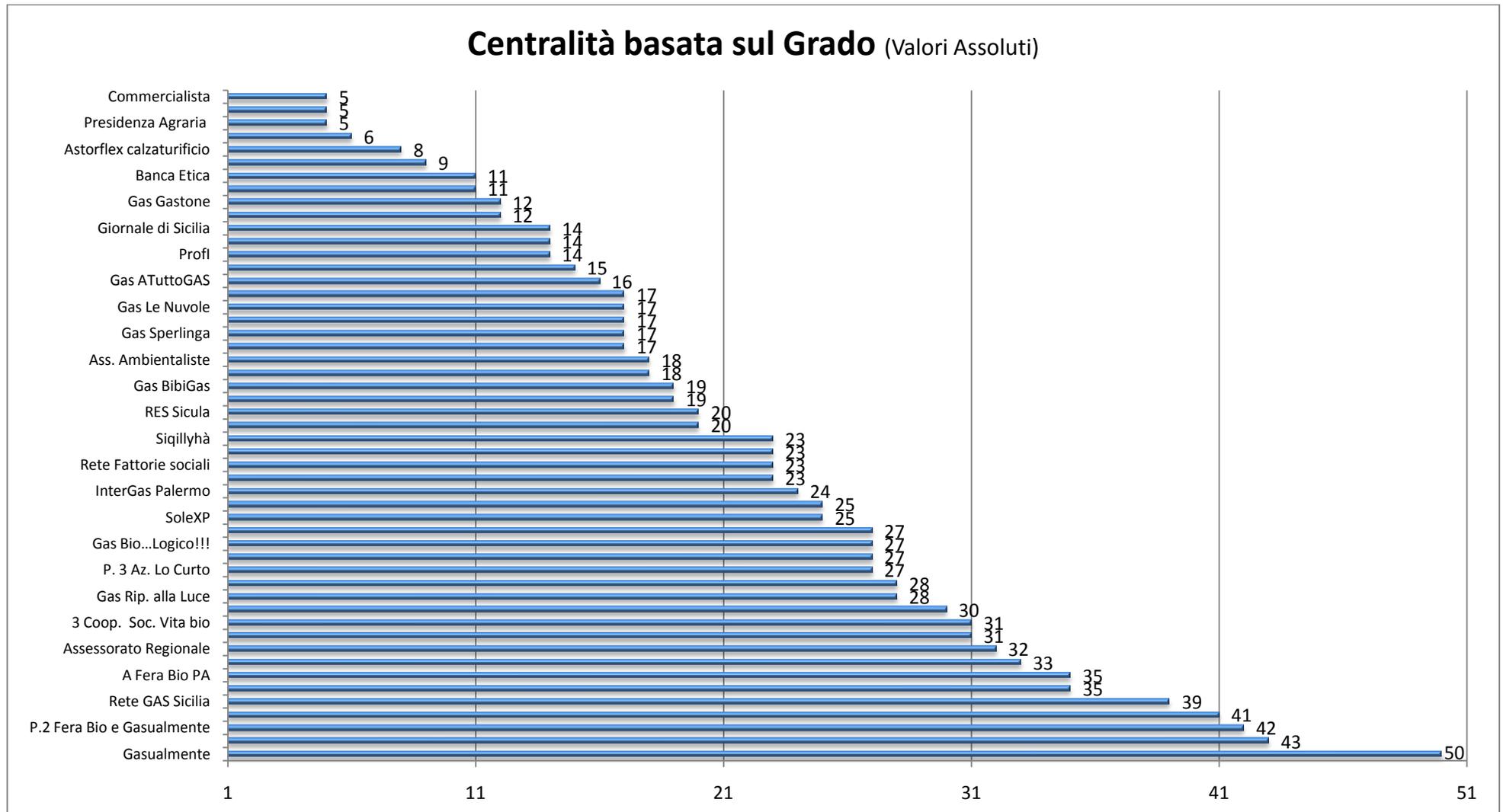


Figura 30: Fonte elaborazione diretta (dicembre 2010)

Tra questi osserviamo il ProfS che, con un  $d(n_i)$  pari a 43, mantiene l'86% delle relazioni possibili all'interno del sistema. Centrali risultano anche i produttori "P2"<sup>72</sup> e "P1"<sup>73</sup> che hanno un valore di *degree* pari a 42 e 41 intessendo rispettivamente l'84 % e l'82% delle relazioni possibili.

Abbastanza centrali sono anche i seguenti nodi: Rete GAS Sicilia, Associazioni culturali, A Fera Bio di Palermo, il Dipartimento Demetra, il Dipartimento interventi Infrastrutturali per l'Agricoltura dell'Assessorato Regionale Risorse Agricole e Alimentari, La Rete GAS Nazionale e i principali produttori/fornitori di Gasualmente "P3"<sup>74</sup> (Cooperativa Vita Bio, Azienda Agricola Invidiata, Azienda Agricola Lo Curto, etc.), nonché il GAS Riportiamo alla Luce, che presentano tutti valori di *degree* compresi tra 39 e 28.

Questi nodi assumono un ruolo centrale perché svolgono la funzione di coordinamento con lo scopo di ideare, creare e gestire iniziative concrete che, in linea con i principi dei Gruppi di Acquisto Solidale, possano dare un contributo alla promozione di pratiche di consumo critico.

Gli attori che invece occupano una posizione più periferica sono: la Presidenza della Facoltà di Agraria di Palermo (10%), il Dipartimento di Psicologia dell'Università di Palermo (18%), il commercialista (10%), il calzaturificio Astorflex fornitore del GAS (16%), l'Associazione Universitaria Agroetica (10%), Ateneo news students (12%). Questi soggetti risultano quindi periferici non tanto per il ruolo secondario svolto all'interno del network di Gasualmente, quanto per il fatto che non sono connessi con gli altri attori della rete.

Nella tabella n.13 sono illustrate alcune statistiche descrittive calcolate con l'ausilio di Ucinet che indicano il modo in cui si distribuiscono i valori di centralità degli attori (Cordaz, 2005). Un dato significativo che si può

---

<sup>72</sup> P2 sono quei produttori che oltre a rifornire il GAS di Facoltà "Gasualmente" partecipano al mercato "A Fera Bio" di Palermo.

<sup>73</sup> P1 sono quei produttori che partecipano esclusivamente al mercato "A Fera Bio" di Palermo.

<sup>74</sup> P3 sono i produttori che riforniscono esclusivamente il GAS di Facoltà "Gasualmente".

osservare riguarda il valore della centralità media  $\sum d(n_i)/N$  che risulta essere pari a 22.118.

Tale valore prende in considerazione il numero totale degli attori del network e indica, in questo caso, l'elevato grado di integrazione tra i soggetti; altro dato fornito è il *range di degree* che nel nostro caso è compreso tra un valore basso (*minimum*) di 5 e un valore alto (*maximum*) di 50.

**Tabella 13: Log file di output Statistiche descrittive (Centralità basata sul grado)**

DESCRIPTIVE STATISTICS				
		1	2	3
		Degree	NrmDegree	Share
		-----	-----	-----
1	Mean	22.118	44.235	0.020
2	Std Dev	10.523	21.046	0.009
3	Sum	1128.000	2256.000	1.000
4	Variance	110.731	442.925	0.000
5	SSQ	30596.000	122384.000	0.024
6	MCSSQ	5647.294	22589.176	0.004
7	Euc Norm	174.917	349.834	0.155
8	Minimum	5.000	10.000	0.004
9	Maximum	50.000	100.000	0.044
10	N of obs	51.000	51.000	51.000

Network Centralization = 58.04%  
 Blau Heterogeneity = 2.40%. Normalized (IQV) = 0.45%  
 Actor-by-centrality matrix saved as dataset FreemanDegree

Altro indice relazionale che è stato utilizzato per analizzare le caratteristiche dei singoli attori all'interno del network è il *Closeness Centrality*. Basandosi sul presupposto che un nodo è tanto più centrale quanto più vicino è agli altri, tale indice permette di ottenere la misura di centralità misurando la “vicinanza” fra nodi. L'indice di *closeness* individua quali attori sono più vicini agli altri attraverso il calcolo complessivo delle distanze geodetiche che li separano.

Più breve è il “*percorso*<sup>75</sup>” che un attore deve attraversare per poter raggiungere un altro attore destinatario, più esso è vicino. Un attore è tanto più

<sup>75</sup> Un *percorso* (*walk*) di lunghezza  $n$ , di un grafo, è una sequenza di nodi e linee (non necessariamente tutti distinti) che descrive un tragitto all'interno del grafo. La distanza geodetica tra due attori indica il percorso più breve in grado di collegarli.

centrale quanto più è nella posizione di interagire velocemente (avendo meno intermediari) con altri attori. Nel caso in cui l'attore ha un rapporto (vicino) con tutti gli altri l'indice assume valore pari a uno. Se, al contrario, il *percorso* è lungo la *closeness* diminuisce sino ad assumere valore pari a zero (caso in cui l'attore non ha un rapporto con gli altri).

Con tale indice la centralità del nodo è data dall'inverso della somma delle distanze geodetiche che dall'attore  $n_i$  raggiungono tutti gli altri. La centralità come vicinanza è quindi inversamente proporzionale alla distanza: meno si è distanti dagli altri, più si è centrali e viceversa. Con minore somma vi è una maggiore centralità. Si tratta di verificare, tra tutti i nodi presenti, per quale di loro la somma delle distanze degli altri nodi è minore. Questa misura infatti, a differenza dei gradi, non si concentra solo sui legami diretti, ma prende in considerazione anche i percorsi indiretti tra attori e può essere applicata solo a reti connesse.

In formula:

$$C_C(n_i) = (n-1) [\sum d(n_i, n_j)]^{-1}$$

dove  $C_C(n_i)$  sta per centralità basata sulla distanza,  $(n-1)$  è il fattore di standardizzazione introdotto allo scopo di invertire il valore e l'espressione  $d(n_i, n_j)$  designa il numero delle linee del percorso più breve tra l'*i*-esimo e il *j*-esimo attore.

**Tabella 14: Log file di output Closeness Centrality**

Input dataset: Matrice Gasualmente  
 Method: Geodesic paths only (Freeman Closeness)  
 Output dataset: Closeness

Closeness Centrality Measures

		1	2
		Farness	nCloseness
1	Gasualmente	50.000	100.000
2	Profs	57.000	87.719
12	P. 2 Fera Bio e Gasualmente	58.000	86.207
11	P. 1 Solo Fera Bio	59.000	84.746
30	Rete GAS Sicilia	61.000	81.967
25	Ass. Culturali	65.000	76.923
51	ATS "A Fera Bio Palermo"	65.000	76.923
7	Dip. Demetra	67.000	74.627
10	Assessorato Regionale	68.000	73.529
31	Rete GAS Nazionale	69.000	72.464
13	P. 3 Coop. Soc. Vita bio	69.000	72.464
14	P. 3 Az. Invidiata	70.000	71.429
44	Gas Riportiamo alla Luce	72.000	69.444
37	Social network	72.000	69.444
15	P. 3 Az. Lo Curto	73.000	68.493
9	Inea Sicilia	73.000	68.493
43	Gas Bio...Logico!!!	73.000	68.493
4	Proff	73.000	68.493
38	Solexp	75.000	66.667
26	Ass. 'a Fera Bio CT	75.000	66.667
33	InterGas Palermo	76.000	65.789
21	Aiab	77.000	64.935
32	Rete Fattorie sociali	77.000	64.935
39	Gas Mondello	77.000	64.935
22	Siqillyhà	77.000	64.935
17	P. 3 Az. Guccione	80.000	62.500
27	RES Sicula	80.000	62.500
29	Rete rifiuti zero	81.000	61.728
45	Gas BibiGas	81.000	61.728
28	Rete green economy	82.000	60.976
23	Ass. Ambientaliste	82.000	60.976
41	Gas Espace	83.000	60.241
40	Gas Sperlinga	83.000	60.241
49	GASualmente Domicilio	83.000	60.241
42	Gas Le Nuvole	83.000	60.241
19	P. 3 AZ. I due Soli	83.000	60.241
46	Gas ATuttoGAS	84.000	59.524
16	P. 3 Forno Badamo	85.000	58.824
3	ProFI	86.000	58.140
5	Rettorato	86.000	58.140
34	Giornale di Sicilia	86.000	58.140
36	Libreria Feltrinelli	88.000	56.818
47	Gas Gastone	88.000	56.818
18	P. 3 AZ. Noto	89.000	56.180
50	Banca Etica	89.000	56.180
8	Dip. di Psicologia Unipa	91.000	54.945
20	P. 3 Astorflex calzaturificio	92.000	54.348
35	Ateneo news	94.000	53.191
6	Presidenza Facoltà di Agraria di Pa	95.000	52.632
24	Ass. Univ. Agroetica	95.000	52.632
48	Commercialista	95.000	52.632

Come si può osservare la centralità basata sulla “vicinanza” closeness fra i nodi è espressa in “distanza” (farness). Il nodo più centrale è quello che ha il valore di farness più basso che corrisponde al closeness più alto.

**Tabella 15: Log file di output (Centralità basata sulla vicinanza)**

Statistics		1	2
		Farness	nCloseness
1	Mean	77.882	65.519
2	Std Dev	10.523	9.944
3	Sum	3972.000	3341.476
4	Variance	110.731	98.887
5	SSQ	314996.000	223973.859
6	MCSSQ	5647.294	5043.233
7	Euc Norm	561.245	473.259
8	Minimum	50.000	52.632
9	Maximum	95.000	100.000
10	N of Obs	51.000	51.000

Nel caso specifico la *closeness* rappresenta un indicatore sintetico del livello di integrazione tra unità rispetto all’accesso a informazioni e pareri che possono essere importanti nella pratica e promozione del consumo critico. In particolare tale indice misura il livello di velocità o efficienza con cui i diversi nodi della rete sono in grado di recuperare tali informazioni e conoscenze.

L’indice di centralità ***Betweenness Centrality*** misura la centralità degli attori in funzione dell’interposizione, del ruolo di intermediazione esercitato. Esso indica la frequenza con cui ogni singolo nodo si trova nel percorso più breve che collega ogni altra coppia di punti. Il concetto di *betweenness* prende quindi in considerazione le geodetiche presenti nel grafo, contando quante volte ogni nodo si trova coinvolto in quelle tra altri attori. Tale indice è basato sul ruolo di *Broker* (ruolo di potere) che possono esercitare gli attori della rete. Il ruolo di potere è esercitato da quei nodi intermediari che possono controllarle relazioni, i flussi informativi tra due differenti nodi non collegati direttamente tra loro.

La procedura<sup>76</sup> elenca in ordine decrescente i valori di centralità assoluta e

<sup>76</sup> Network/Centrality and Power/Freeman Betweenness/Node Betweenness

standardizzata per ogni singolo attore. I primi attori sono quelli più centrali. gli ultimi sono i più periferici.

Osservando le statistiche descrittive notiamo che circa il 14% dei legami mediamente comporta la presenza di intermediari.

$$\text{In formula: } C_B(n_i) = \frac{\sum_{j < k} r_{jk} (n_i) / r_{jk}}{(n-1)(n-2)/2}$$

**Tabella 16: Log file di output Betweenness Centrality**

FREEMAN BETWEENNESS CENTRALITY

-----  
Matrice Gasualmente

		1	2
		Betweenness	nBetweenness
-----			
1	Gasualmente	133.970	10.936
2	Profs	83.794	6.840
12	P. 2 Fera Bio e Gasualmente	47.769	3.900
51	ATS "A Fera Bio Palermo"	44.285	3.615
11	P. 1 Solo Fera Bio	43.694	3.567
30	Rete GAS Sicilia	40.167	3.279
7	Dip. Demetra	38.361	3.132
25	Ass. Culturali	32.921	2.687
10	Assessorato Regionale	23.620	1.928
31	Rete GAS Nazionale	19.872	1.622
13	P. 3 Coop. Soc. Vita bio	15.556	1.270
37	Social network	15.394	1.257
43	Gas Bio...Logico!!!	15.188	1.240
14	P. 3 Az. Invidiata	15.049	1.228
9	Inea Sicilia	12.063	0.985
44	Gas Riportiamo alla Luce	11.097	0.906
33	InterGas Palermo	10.862	0.887
21	Aiab	10.720	0.875
26	Ass. 'a Fera Bio CT	9.960	0.813
15	P. 3 Az. Lo Curto	9.487	0.774
38	SoleXP	8.774	0.716
4	Proff	7.838	0.640
49	GASualmente Domicilio	5.655	0.462
32	Rete Fattorie sociali	5.427	0.443
17	P. 3 Az. Guccione	5.138	0.419
3	Prof I	4.989	0.407
5	Rettorato	4.826	0.394
39	Gas Mondello	4.221	0.345
22	Siqillyhà	3.983	0.325
45	Gas BibiGas	3.432	0.280
42	Gas Le Nuvole	2.834	0.231
27	RES Sicula	2.416	0.197
19	P. 3 Az. I due Soli	2.264	0.185
23	Ass. Ambientaliste	2.035	0.166
16	P. 3 Forno Badamo	1.838	0.150
29	Rete rifiuti zero	1.799	0.147
40	Gas Sperlinga	1.605	0.131
41	Gas Espace	1.605	0.131
34	Giornale di Sicilia	1.481	0.121
28	Rete green economy	1.363	0.111
46	Gas ATuttoGAS	0.782	0.064
18	P. 3 AZ. Noto	0.624	0.051
36	Libreria Feltrinelli	0.606	0.049
50	Banca Etica	0.597	0.049
47	Gas Gastone	0.511	0.042
8	Dip. di Psicologia Unipa	0.244	0.020
20	P. 3 Astorflex calzaturificio	0.140	0.011
48	Commercialista	0.100	0.008
35	Ateneo news	0.043	0.004
6	Presidenza Facoltà di Agraria di Pa	0.000	0.000
24	Ass. Univ. Agroetica	0.000	0.000

### 4.3.3 Analisi delle clique

Un'altra importante proprietà dei *grafi* è rappresentata dal grado di connessione. Per essere definito tale, un grafo deve presentare tra ogni singola coppia di nodi almeno un *percorso*. Nel caso in cui si è in presenza anche di un solo nodo isolato la rete si dice disconnessa. In un grafo disconnesso i singoli vertici (nodi) possono essere organizzati in sottografi detti *componenti* del grafo principale.

In un grafo bidirezionale due vertici sono affiliati di una stessa componente se c'è un percorso che li unisce. Al loro interno, le componenti sono sempre connesse ma non necessariamente ogni nodo è collegato con tutti gli altri. La *Componente* rappresenta quindi un “*sottografo con la massima connessione*” tra nodi legati direttamente o indirettamente in cui tutti i nodi sono raggiungibili da ogni altro.

Per verificare l'esistenza di componenti nella rete di Gasualmente si è fatto ricorso al software Ucinet che, attraverso una specifica funzione<sup>77</sup>, permette di elaborare i dati relazionali restituendo un output specifico che indica il numero e il tipo di componenti presenti nel reticolo.

Da come si può evincere dalla tabella n. 17 attraverso l'elaborazione matematica della matrice è emerso che il network di Gasualmente è costituito da una sola *componente* debole<sup>78</sup>, composta da 51 nodi.

---

<sup>77</sup> Per identificare il numero delle componenti in un grafo bidirezionale è stato selezionato dalla barra degli strumenti il menu Network/Regions/Components/Simple Graph. Nel *Log file* oltre al numero delle componenti trovate, è riportata la lista di tutti i nodi indicante la componente di appartenenza per ciascun nodo, nonché la lista delle componenti.

<sup>78</sup> Le componenti deboli si hanno quando non si tiene conto della direzione delle linee, ma solo della presenza delle relazioni.

**Tabella 17: Log file di output Number of Components**

```
COMPONENTS
-----
Input dataset:                                MATRICE GASUALMENTE
Kind of Components: WEAK
1 components found.

Component sizes
-----
Component  Nodes  Proportion
-----
          1      51      1.000
          |
```

La presenza di una sola componente principale sta ad indicare il fatto che siamo in presenza di una rete connessa in cui tutti gli attori sono collegati tra loro da legami sia diretti che indiretti.

Altra strategia adottata per l'analisi del network è stata quella di rilevare, all'interno della rete di Gasualmente, quei sottogruppi coesi, detti "*clique*", costituiti da un numero minimo di tre nodi. Questo secondo tipo di approccio consiste nell'individuare e confrontare i sottogruppi più compatti all'interno del reticolo al fine di analizzare la loro struttura interna e le relazioni con le altre clique. In particolare l'analisi ha rilevato le alleanze presenti tra gruppi ovvero le coppie di contatti che si ripetono con maggiore frequenza.

A differenza delle componenti che rappresentano il "*massimo sottografo connesso*", le clique rappresentano il "*massimo sottografo completo*" e al loro interno ciascun nodo è collegato agli altri tramite dei legami diretti e reciproci. In considerazione del fatto che all'interno della clique ogni nodo risulta essere adiacente a tutti gli altri  $n-1$  nodi, essa è caratterizzata da una densità che risulta essere massima.

Attraverso l'elaborazione della matrice, avvenuta mediante il software Ucinet, si sono ottenute delle informazioni relative al numero di clique presenti nella rete. Il Log file di output, riportato in tabella n. 18, ha infatti prodotto una lunga lista di clique in cui sono specificati i soggetti che le

compongono.

Nel caso specifico si è potuto constatare la presenza di 202 clique avente ognuna un *minimum size* pari a tre<sup>79</sup>. L'elevato numero di clique è dovuto al fatto che si è in presenza di una rete dalla densità elevata. Una rete densa, comprenderà tendenzialmente un gran numero di clique sovrapposte, con molti punti che fanno parte di numerose clique diverse (Cordaz, 2005).

**Tabella 18: Log file di output Clique**

```

CLIQUE5
-----
Minimum Set Size:          3
Input dataset:             Network Gas1 013 prova (C:\Program Files (x86)\Analytic Technologies\Network Gas
202 cliques found.

 1: Gas1 Prof. S. Dip. Demetra Inea Ass. Reg. P. 1 Bio P. 2 e Gas1 P. 3 Vita bio P. 3 Az. Invidiata P. 3 Az. Lo Cur
 2: Gas1 Prof. S. Dip. Demetra Inea Ass. Reg. P. 1 Bio P. 2 e Gas1 P. 3 Vita bio P. 3 Az. Invidiata P. 3 Az. Lo Cur
 3: Gas1 Prof. S. Dip. Demetra Inea Ass. Reg. P. 1 Bio P. 2 e Gas1 P. 3 Vita bio P. 3 Az. Invidiata P. 3 Az. Lo Cur
 4: Gas1 Prof. S. Dip. Demetra Inea Ass. Reg. P. 1 Bio P. 2 e Gas1 P. 3 Vita bio P. 3 Az. Invidiata P. 3 Az. Lo Cur
 5: Gas1 Prof. S. Dip. Demetra Inea Ass. Reg. P. 1 Bio P. 2 e Gas1 P. 3 Vita bio P. 3 Az. Invidiata P. 3 Az. Lo Cur
 6: Gas1 Prof. S. Dip. Demetra Inea Ass. Reg. P. 1 Bio P. 2 e Gas1 P. 3 Vita bio P. 3 Az. Lo Curto Rete GAS Sicilia
 7: Gas1 Prof. S. Dip. Demetra Inea Ass. Reg. P. 1 Bio P. 2 e Gas1 P. 3 Az. Guccione Rete GAS Sicilia Gas Mondello
 8: Gas1 Prof. S. Dip. Demetra Inea Ass. Reg. P. 1 Bio P. 2 e Gas1 P. 3 Az. Guccione Gas Mondello Gas Sperlinga
 9: Gas1 Prof. S. Dip. Demetra Inea Ass. Reg. P. 1 Bio P. 2 e Gas1 P. 3 Az. Guccione Gas Mondello Gas Espace
10: Gas1 Prof. S. Dip. Demetra Inea Ass. Reg. P. 1 Bio P. 2 e Gas1 P. 3 Az. Guccione Rete GAS Sicilia Rete Fattorie
11: Gas1 Prof. S. Dip. Demetra Inea Ass. Reg. P. 1 Bio P. 2 e Gas1 P. 3 Az. Guccione Aiab
12: Gas1 Prof. S. Dip. Demetra Inea Ass. Reg. P. 1 Bio P. 2 e Gas1 Rete GAS Sicilia Rete GAS Nazionale Gas Le Nuvol
13: Gas1 Prof. S. Dip. Demetra Inea Ass. Reg. P. 1 Bio P. 2 e Gas1 P. 3 Az. Invidiata Rete GAS Sicilia Rete GAS Naz
14: Gas1 Prof. S. Rettorato Dip. Demetra Ass. Reg. P. 1 Bio P. 2 e Gas1 Aiab
15: Gas1 Prof. S. Rettorato Dip. Demetra Ass. Reg. P. 1 Bio P. 2 e Gas1 Gas Riportiamo alla Luce
16: Gas1 Prof. S. Dip. Demetra Ass. Reg. P. 1 Bio P. 2 e Gas1 P. 3 Vita bio P. 3 Az. Noto Aiab
17: Gas1 Prof. S. Dip. Demetra Ass. Reg. P. 1 Bio P. 2 e Gas1 P. 3 Vita bio P.3 Az. I due Soli Rete GAS Sicilia Rete
18: Gas1 Prof. S. Dip. Demetra Ass. Reg. P. 1 Bio P. 2 e Gas1 P. 3 Vita bio P.3 Az. I due Soli Gas Mondello Gas Sper
19: Gas1 Prof. S. Dip. Demetra Ass. Reg. P. 1 Bio P. 2 e Gas1 P. 3 Vita bio P.3 Az. I due Soli Gas Mondello Gas Espe
20: Gas1 Prof. S. Dip. Demetra Ass. Reg. P. 1 Bio P. 2 e Gas1 P. 3 Vita bio P.3 Az. I due Soli Aiab
21: Gas1 Prof. S. Dip. Demetra Ass. Reg. P. 1 Bio P. 2 e Gas1 Rete GAS Sicilia Giornale di Sicilia Gas BioLogico!!!
22: Gas1 Prof. S. Dip. Demetra Ass. Reg. P. 1 Bio P. 2 e Gas1 P. 3 Az. Guccione Rete GAS Sicilia Giornale di Sicilia
23: Gas1 Prof. S. Ass. Reg. P. 1 Bio P. 2 e Gas1 P. 3 Vita bio P. 3 Az. Invidiata P. 3 Az. Lo Curto Aiab Siqillyh* A
24: Gas1 Prof. S. Ass. Reg. P. 1 Bio P. 2 e Gas1 P. 3 Vita bio P. 3 Az. Invidiata P. 3 Az. Lo Curto Siqillyh* Ass. *
25: Gas1 Prof. S. Ass. Reg. P. 1 Bio P. 2 e Gas1 P. 3 Vita bio P. 3 Az. Invidiata P. 3 Az. Lo Curto Siqillyh* Rete C
26: Gas1 Prof. S. Ass. Reg. P. 1 Bio P. 2 e Gas1 P. 3 Vita bio P. 3 Az. Lo Curto Siqillyh* Ass. *a Fera Bio CT Rete
27: Gas1 Prof. S. Ass. Reg. P. 1 Bio P. 2 e Gas1 P. 3 Vita bio P. 3 Az. Lo Curto Siqillyh* Rete GAS Sicilia Rete GAS
28: Gas1 Prof. S. Rettorato Ass. Reg. P. 1 Bio P. 2 e Gas1 Aiab Siqillyh*
29: Gas1 Prof. S. Ass. Reg. P. 1 Bio P. 2 e Gas1 Aiab Siqillyh* Ass. Ambientaliste Ass. *a Fera Bio CT
30: Gas1 Prof. S. Ass. Reg. P. 1 Bio P. 2 e Gas1 Siqillyh* Ass. Ambientaliste Ass. *a Fera Bio CT Rete GAS Sicilia
31: Gas1 Prof. S. Ass. Reg. P. 1 Bio P. 2 e Gas1 Siqillyh* Ass. Ambientaliste Rete GAS Sicilia Rete GAS Nazionale
32: Gas1 Prof. S. Ass. Reg. P. 1 Bio P. 2 e Gas1 Ass. Ambientaliste Rete GAS Sicilia Giornale di Sicilia
33: Gas1 Prof. S. Ass. Reg. P. 1 Bio P. 2 e Gas1 P. 3 Vita bio P. 3 Az. Invidiata P. 3 Az. Lo Curto Ass. *a Fera Bic
34: Gas1 Prof. S. Ass. Reg. P. 1 Bio P. 2 e Gas1 P. 3 Vita bio P.3 Az. I due Soli Aiab Ass. *a Fera Bio CT
35: Gas1 Prof. S. Ass. Reg. P. 1 Bio P. 2 e Gas1 P. 3 Vita bio P.3 Az. I due Soli Ass. *a Fera Bio CT Rete GAS Sicil
36: Gas1 Prof. S. Ass. Reg. P. 1 Bio P. 2 e Gas1 Ass. *a Fera Bio CT Rete GAS Sicilia Gas BioLogico!!! Gas Riportia
37: Gas1 Prof. S. Prof.ssa F. Forno P. 1 Bio P. 2 e Gas1 P. 3 Vita bio P. 3 Az. Invidiata P. 3 Az. Lo Curto Ass. Cul
38: Gas1 Prof. S. Prof.ssa F. Forno P. 1 Bio P. 2 e Gas1 P. 3 Az. Invidiata Ass. Culturali Rete GAS Sicilia Rete GAS
39: Gas1 Prof. S. Prof.ssa F. Forno P. 1 Bio P. 2 e Gas1 Ass. Culturali Rete GAS Sicilia Rete GAS Nazionale Social r
40: Gas1 Prof. S. Prof.ssa F. Forno P. 1 Bio P. 2 e Gas1 P. 3 Vita bio Ass. Culturali Rete GAS Sicilia Rete GAS Nazi
41: Gas1 Prof. S. Prof.ssa F. Forno P. 1 Bio P. 2 e Gas1 Ass. Culturali Rete GAS Sicilia Rete GAS Nazionale Gas Le N
42: Gas1 Prof. S. Prof.ssa F. Forno P. 1 Bio P. 2 e Gas1 Siqillyh* Ass. Ambientaliste Ass. Culturali Rete GAS Sicili
43: Gas1 Prof. S. Prof.ssa F. Forno P. 1 Bio P. 2 e Gas1 P. 3 Vita bio Siqillyh* Ass. Culturali Rete GAS Sicilia Ret
44: Gas1 Prof. S. Prof.ssa F. Forno P. 1 Bio P. 2 e Gas1 P. 3 Vita bio P. 3 Az. Lo Curto Siqillyh* Ass. Culturali Re
45: Gas1 Prof. S. Prof.ssa F. Forno P. 1 Bio P. 2 e Gas1 P. 3 Vita bio P. 3 Az. Invidiata P. 3 Az. Lo Curto Siqillyh
46: Gas1 Prof. S. Prof.ssa F. Forno P. 1 Bio P. 2 e Gas1 P. 3 Vita bio P. 3 Az. Invidiata P. 3 Az. Lo Curto Siqillyh
47: Gas1 Prof. S. Prof.ssa F. Forno P. 1 Bio P. 2 e Gas1 P. 3 Vita bio P. 3 Az. Lo Curto Siqillyh* Ass. Culturali As
48: Gas1 Prof. S. Prof.ssa F. Forno P. 1 Bio P. 2 e Gas1 P. 3 Vita bio Siqillyh* Ass. Culturali Ass. *a Fera Bio CT
49: Gas1 Prof. S. Prof.ssa F. Forno P. 1 Bio P. 2 e Gas1 Siqillyh* Ass. Ambientaliste Ass. Culturali Ass. *a Fera Bi
50: Gas1 Prof. S. Prof.ssa F. Forno P. 1 Bio P. 2 e Gas1 Ass. Culturali Ass. *a Fera Bio CT Rete GAS Sicilia Social
51: Gas1 Prof. S. Prof.ssa F. Forno P. 1 Bio P. 2 e Gas1 P. 3 Vita bio P. 3 Az. Invidiata P. 3 Az. Lo Curto Ass. Cul
    
```

<sup>79</sup> Il valore di *minimum size* rappresenta il numero minimo di legami che deve possedere un sottogruppo. Tale valore si regola nel secondo campo della finestra Clique che compare selezionando dal menu Network/Subgroup/Clique.

Sempre nel Log file di output generato dall'elaborazione del software, si può osservare la presenza della matrice di appartenenza attore x attore (*Group co-membership matrix*).

La lettura di tale matrice permette di analizzare le sovrapposizioni delle clique che costituiscono la rete. Questo metodo permette infatti di raggruppare gli attori sulla base della frequenza con cui ogni coppia di attori appartiene ad uno stesso gruppo. Da come si può osservare dalla tabella n.19 i valori contenuti nella matrice indicano quante volte ogni coppia di attori è contenuta nella stessa clique. Se una coppia di attori appartiene ad un numero elevato di clique allora si è in presenza di un forte legame tra gli attori. In questo caso la diagonale della matrice sta ad indicare il numero delle clique in cui è contenuto ogni attore.

Tabella 19: Log file di output Matrice di co-appartenenza

Actor-by-Actor Clique Co-Membership Matrix

		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51
		Gas	Pro	Pro	Pro	Ret	Pre	Dip	Dip	Ine	Ass	P.	P.	P.	P.	P.	P.	P.	P.	P.	P.	P.	Aia	Sig	Ass	Ass	Ass	Ass	RES	Ret	Ret	Ret	Ret	Ret	Int	Gio	Ate	Lib	Soc	SoI	Gas	Com	GAS	Ban	ATS							
1	Gasualmente	202	138	15	47	10	1	48	2	34	52	149	167	85	50	44	14	27	5	14	3	27	46	15	1	75	49	25	13	16	125	43	22	30	12	2	8	43	35	49	17	17	6	30	48	12	6	4	2	19	5	58
2	Profs	138	138	15	20	10	1	46	2	22	37	98	116	58	28	31	14	27	5	14	3	21	21	8	1	32	22	0	0	0	67	27	9	30	10	2	0	22	0	49	17	17	3	12	26	6	0	4	2	19	0	47
3	ProFI	15	15	15	0	5	1	8	0	3	0	0	0	0	0	0	0	6	0	0	0	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	2	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	7	
4	ProFF	47	20	0	47	0	0	0	0	0	47	47	24	17	11	0	0	0	0	0	0	0	25	5	0	43	24	15	9	12	47	19	11	2	0	0	0	24	11	4	0	0	2	9	19	5	4	0	0	0	17	
5	Rettorato	10	10	5	0	10	1	5	0	0	3	5	5	0	0	0	0	0	0	0	0	5	2	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4		
6	Presidenza di Agraria	1	1	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
7	Dip. Demetra	48	46	8	0	5	1	48	0	24	25	38	38	18	10	9	4	12	2	7	2	7	0	0	0	0	0	0	0	0	0	21	11	2	14	4	1	0	0	0	21	7	7	2	5	9	4	2	2	0	0	0
8	Dip. di Psicologia Unipa	2	2	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	2	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	1	0	0	0	0	
9	Inea Sicilia	34	22	3	0	0	24	0	34	19	31	31	16	14	12	0	10	0	0	0	0	4	0	0	0	0	0	6	0	0	21	10	5	6	0	0	0	7	12	4	4	2	6	8	4	2	1	0	0	0	0	
10	Assessorato Regionale	52	37	0	0	3	0	25	0	19	52	51	51	26	16	19	0	6	1	6	1	12	14	7	0	0	16	0	0	32	11	6	0	5	0	0	0	13	9	3	3	2	7	14	4	2	1	0	0	0	0	
11	P. 1 Solo Fera Bio	149	98	0	47	5	0	38	0	31	51	149	149	72	43	38	10	16	3	12	0	23	46	15	1	59	48	21	9	12	99	35	20	18	8	0	0	32	30	33	10	10	4	19	40	9	6	4	0	0	0	38
12	P. 2 Fera Bio e Gasualmente	116	0	47	5	0	38	0	31	51	149	167	81	47	42	14	21	5	14	0	23	46	15	1	59	48	21	9	12	99	35	20	27	8	0	0	35	30	49	17	17	4	19	40	9	6	4	0	18	0	46	
13	P. 3 Coop. Soc. Vita bio	85	58	0	24	0	18	0	16	26	72	81	85	41	44	0	0	5	14	0	13	26	0	0	31	29	10	0	0	50	19	15	15	0	0	4	17	19	25	8	8	0	0	19	0	0	2	0	9	0	19	
14	P. 3 Az. Invidiata	50	28	0	17	0	10	0	14	16	43	47	41	50	36	0	0	0	0	0	6	16	0	0	20	16	8	0	3	32	13	0	7	0	0	3	0	12	14	5	5	0	0	18	5	3	2	0	4	0	13	
15	P. 3 Az. Lo Curto	44	31	0	11	0	0	9	0	12	19	38	42	44	36	44	0	0	0	0	0	6	16	0	0	13	16	0	0	0	26	9	8	7	0	0	2	0	12	14	5	5	0	0	12	0	0	2	0	4	0	11
16	P. 3 Forno Badamo	14	14	0	0	0	4	0	0	10	14	0	0	0	0	14	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	4	0	0	6	0	0	0	0	10	4	4	0	0	4	0	0	2	0	4	0	7		
17	P. 3 Az. Guccione	27	27	6	0	0	12	0	10	6	16	21	0	0	0	0	27	0	0	0	4	0	0	0	3	0	0	0	0	12	0	2	6	4	0	6	0	14	5	5	0	0	0	0	0	0	0	0	5	0	12	
18	P. 3 Az. Noto	5	5	0	0	0	2	0	0	1	3	5	5	0	0	0	0	5	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0
19	P. 3 Az. I due Soli	14	14	0	0	0	7	0	0	6	12	14	14	0	0	0	0	0	14	0	3	0	0	0	3	4	0	0	0	5	3	0	6	0	0	0	0	8	3	3	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	
20	P. 3 Astorflex	3	3	0	0	0	2	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	0	0	0	0	1	0	0	0	0	3	3	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
21	Atiab	27	21	4	0	5	0	7	0	4	12	23	23	13	6	6	4	2	3	0	27	12	4	1	9	12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	7	6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	7
22	Siqillyha	46	21	0	25	2	0	0	0	14	46	46	26	16	16	0	0	0	0	0	12	46	12	0	32	32	12	6	9	34	12	14	0	0	0	17	15	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	13
23	Ass. Ambientalista	15	8	0	5	0	0	0	0	7	15	15	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	12	15	0	7	9	0	3	11	3	0	0	3	0	7	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	
24	Ass. Univ. Agroetica	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
25	Ass. Culturali	75	32	0	43	2	0	0	2	0	59	59	31	20	13	2	3	0	3	1	9	32	7	0	75	32	19	13	16	65	24	14	6	0	0	8	33	19	0	0	0	4	16	26	8	4	0	0	0	5	26	
26	Ass. 'a Fera Bio CT	49	22	0	24	0	0	0	0	16	48	48	29	16	16	0	0	0	4	0	12	32	9	0	32	49	10	6	8	36	0	9	0	0	0	18	21	0	0	0	0	6	10	0	0	0	1	0	0	0	17	
27	RES Sicilia	25	0	15	0	0	0	0	6	0	21	21	10	8	0	0	0	0	0	0	0	12	0	0	19	10	25	10	13	25	10	10	0	0	9	10	0	0	0	0	7	0	0	0	0	0	0	0	0	4	5	
28	Rete green economy	13	0	0	9	0	0	0	0	0	9	9	0	0	0	0	0	0	0	0	0	6	3	0	13	6	10	13	13	13	5	5	0	0	0	9	5	0	0	0	0	5	0	0	0	0	0	0	0	4	3	
29	Rete rifiuti zero	16	0	0	12	0	0	0	0	0	12	12	0	3	0	0	0	0	0	0	0	9	3	0	16	8	13	13	16	16	6	5	0	0	0	9	6	0	0	0	0	5	0	0	0	0	0	0	0	4	4	
30	Rete GAS Sicilia	125	67	8	47	0	0	21	2	21	32	99	99	50	32	26	4	12	0	5	3	0	34	11	0	65	36	25	13	16	125	43	22	12	12	0	8	33	29	13	0	0	6	30	46	12	6	0	0	0	5	31
31	Rete GAS Nazionale	43	27	0	19	0	11	2	10	11	35	35	19	13	9	0	0	0	3	3	0	12	3	0	24	0	10	5	6	43	43	8	8	0	0	9	0	6	0	0	6	10	15	10	4	0	0	0	3	0		
32	Rete Fattorie sociali	22	9	0	11	0	0	2	0	5	6	20	20	15	0	8	0	2	0	0	0	14	0	0	14	9	10	5	5	22	8	22	0	0	0	9	7	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	5
33	InterGas Palermo	30	30	0	2	0	0	14	1	6	0	18	27	15	7	7	6	6	2	6	2	0	0	0	6	0	0	0	0	12	8	0	30	0	0	0	0	0	21	8	8	0	0	5	0	0	0	0	9	0	0	
34	Giornale di Sicilia	12	10	4	0	0	4	0	0	5	8	8	0	0	0	0	4	0	0	0	0	0	0	3	0	0	0	0	0	12																						

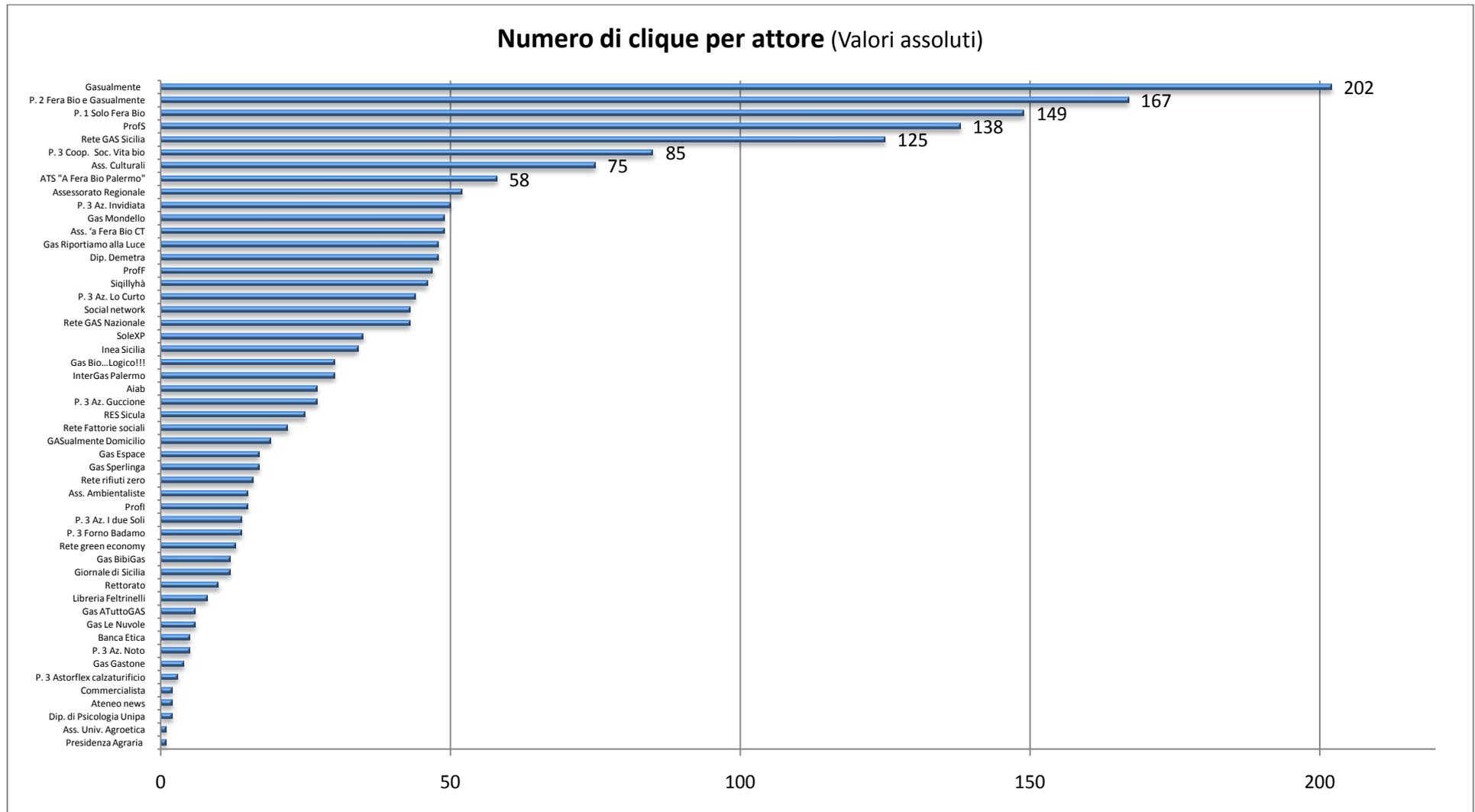


Figura 31: Fonte elaborazione diretta (dicembre 2010)



Da come si può evincere dalla tabella n. 20 al primo livello risulta essere presente la coppia di attori “1” e “12” che corrispondono rispettivamente a Gasualmente e ai produttori (P2) che oltre a rifornire il GAS Gasualmente partecipano alla manifestazione “*A Fera Bio*” di Palermo.

Tali attori risultano essere presenti in ben 167 differenti clique. I valori indicano come questi due attori, appartenendo al maggior numero di gruppi, rappresentano l’alleanza più forte all’interno del network poiché ricoprono un ruolo di primo piano all’interno delle dinamiche della rete.

L’analisi conferma, infatti, la presenza di forti interazioni tra i produttori virtuosi e i consumatori critici in quanto soggetti portatori di interessi specifici che si esplicitano nella promozione dei sistemi alimentari locali e sostenibili.

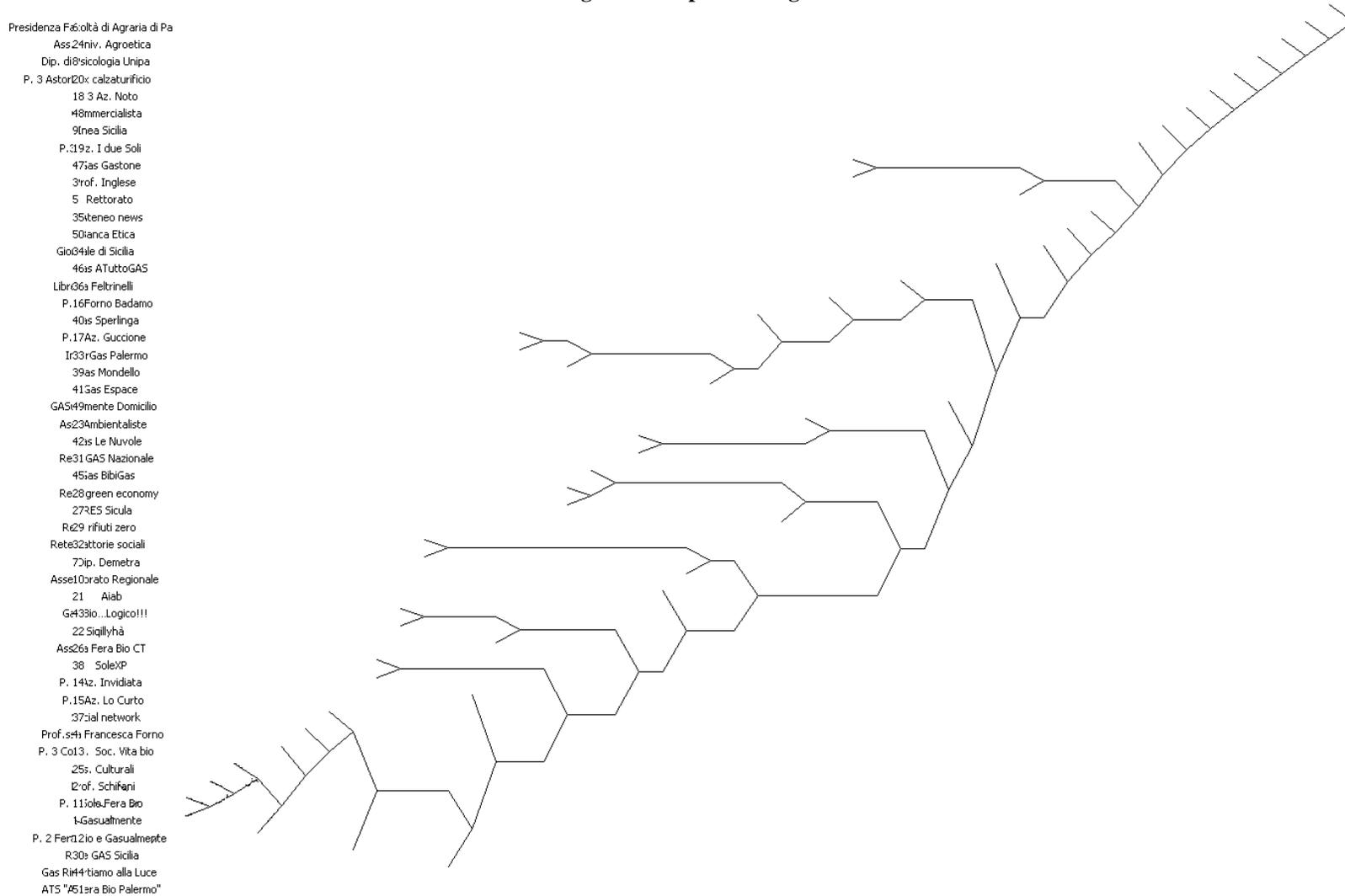
Tali interazioni sono funzionali all’incremento del marketing aziendale poiché i fornitori, che non si limitano a svolgere esclusivamente attività di produzione, tendono a sviluppare strategie di comunicazione e promozione incentrate sulla creazione di relazioni dirette con il consumatore critico. Non a caso, l’attività principale di Gasualmente è quella di acquistare i prodotti direttamente dalle aziende e organizzare il mercato di prodotti biologici con la finalità di contribuire alla promozione di pratiche di produzione e consumo più sostenibili.

A seguire troviamo altri soggetti che condividono un numero elevato di clique. Gli attori identificati con i numeri “11”, “12” e “1” sono presenti in 149 clique. Al livello più basso gli interi attori riemergono come un unico gruppo.

Come possiamo osservare dal diagramma ad albero (dendogramma) riportato in tabella n. 21, che permette un’interpretazione sintetica della struttura gerarchica della rete, la distanza tra i soggetti appartenenti allo stesso gruppo è espressa dalla lunghezza delle ramificazioni che li collegano. Il diagramma ad albero riordina gli attori in modo che si trovino vicino ad altri attori in gruppi simili.

Esaminando il dendogramma si può notare come la rete è costituita da otto gruppi. Il gruppo principale è rappresentato dai seguenti attori: Gasualmente, produttori agricoli che riforniscono il GAS di Facoltà e quelli che partecipano alla “A Fera Bio” di Palermo, il Prof. S. e la Cooperativa Sociale Vita Bio. All’interno di questo gruppo gli attori più vicini, quelli che appartengono ad un maggior numero di clique risultano essere Gasualmente e i produttori.

**Tabella 21: Log file di output Dendrogramma**



#### 4.3.4 Rappresentazione grafica

Per la rappresentazione grafica del network di Gasualmente è stato costruito un grafo semplice<sup>80</sup> (*simple graph*) che, realizzato attraverso l'elaborazione della matrice di adiacenza mediante l'utilizzo del programma *NetDraw*<sup>81</sup>, permette un'agile comprensione delle relazioni intessute tra gli attori della rete.

Nel grafo semplice ogni attore è rappresentato da un punto (nodo), contraddistinto in funzione delle caratteristiche possedute, e le relazioni tra soggetti sono rappresentate da linee a-direzionali<sup>82</sup> che collegano le coppie di nodi connessi.

Attraverso l'utilizzo di *NetDraw* è stato possibile non solo creare il grafo, ma anche elaborarlo attraverso le diverse opzioni di funzionamento del software, al fine di modificare le differenti componenti della rete (nodi, legami e relazioni) in funzione dei dati attributivi. Le variabili percettive chiamate in gioco per dare informazioni sulla rete sono, infatti, per quanto riguarda i nodi, la posizione spaziale, il colore, la forma e la dimensione; per quanto riguarda i legami la trama e il colore.

Nel caso specifico, per rappresentare la rete di Gasualmente, è stata utilizzata la simbologia riportata in tabella n.22.

---

<sup>80</sup> Per definizione il Grafo è un insieme di punti (nodi =  $N = [n_1, n_2, \dots, n_n]$ ) uniti tra loro da linee ( $L = [l_1, l_2, \dots, l_n]$ ) (Wilson, 1972). Se le linee sono semplici collegamenti tra coppie di nodi, e quindi ciascun legame non ha direzione o è bidirezionale, e se per ciascuna coppia di nodi non passa più di un solo legame, il grafo è detto semplice. A differenza del grafo semplice, il grafo diretto (digraph) è quello in cui si conosce appunto la direzione dei legami presenti. In questo caso, invece che con linee rette, i legami vengono presentati graficamente con degli archetti.

<sup>81</sup> Netdraw è un software creato per rappresentare graficamente le reti attraverso l'elaborazione delle informazioni contenute nel pacchetto Ucinet.

<sup>82</sup> In questo caso le relazioni sono state rappresentate con delle linee che non presentano un verso e una direzione poiché la matrice di adiacenza è stata considerata simmetrica. In caso di matrici asimmetriche le relazioni tra nodi si raffigurano con frecce orientate.

**Tabella 22: Simbologia adottata per la rappresentazione grafica del network di Gasualmente**

	Enti pubblici
	Enti Privati
	Legame saltuario
	Legame frequente
	Legame

Il primo passo, dopo aver creato la matrice e aver visualizzato il grafo, è stato quello di ridurre al minimo la sovrapposizione delle linee ed eliminare la direzione dei legami. Trattandosi di grafo semplice  $G_N$  dove  $N=51$ , infatti, la relazione tra due entità A e B si considera bidirezionale perché la relazione osservata è simmetrica cioè di scambio reciproco.

Successivamente è stato manipolato l'aspetto del grafo. Sono state evidenziate le dimensioni di ciascun nodo sulla base del proprio *grado* e si è provveduto a modificare il colore e la forma di ciascun nodo in funzione delle caratteristiche possedute. Sono state inoltre differenziate le linee che collegano il gruppo dei produttori con quello dei GAS

L'obiettivo dell'output grafico è quello di creare uno schema a raggiera che riuscisse a comunicare al meglio la realtà dei dati in cui l'attore principale è al centro e gli alters disposti intorno a lui.

Il risultato è un sociogramma che presenta una molteplicità di nodi eterogenei, che si distinguono per colore e dimensione, collegati da linee dalla trama più o meno spessa.

I nodi della rete sono stati suddivisi in due grandi categorie: gli enti pubblici e i soggetti privati.

I nodi che rappresentano gli enti pubblici sono stati rappresentati attraverso delle forme rettangolari di colore arancione; con la forma di cerchio sono stati invece rappresentati i soggetti privati.

I cerchi rossi raffigurano i Gruppi di Acquisto Solidale; quelli verdi

rappresentano i produttori/fornitori del GAS di Facoltà nonché i partecipanti alla manifestazione “A Fera Bio” di Palermo; i cerchi di colore giallo rappresentano le persone fisiche (ProfS, ProfI e ProfF); in verde chiaro sono raffigurate invece le reti sociali (rete GAS Sicilia, Rete GAS Nazionali, Rete Green Economy, Rete di Economia Solidale, Inter-GAS Palermo); alle Associazioni è stato, infine, attribuito il colore blu.

Il grafo (fig.36) evidenzia alcune caratteristiche importanti del network di Gasualmente. Esso mostra, infatti, la stretta rete di relazioni che si è instaurata con alcuni attori sociali.

Si notano stretti rapporti con i nodi chiave della rete a rimarcare l'importante ruolo svolto da quegli attori che sono stati gli ideatori della costituzione del GAS.

Le relazioni reciproche più intense sono rappresentate, infatti, dal ProfS che coordina anche il progetto di ricerca nel quale il GAS è parte attiva, dal DipD e dal gruppo di produttori agricoli fornitori del GAS,.

Dal sociogramma emerge, inoltre, la presenza di alcuni nodi di dimensioni più grandi che presentano un valore elevato di *grado* ovvero del numero di relazioni possedute.<sup>83</sup>

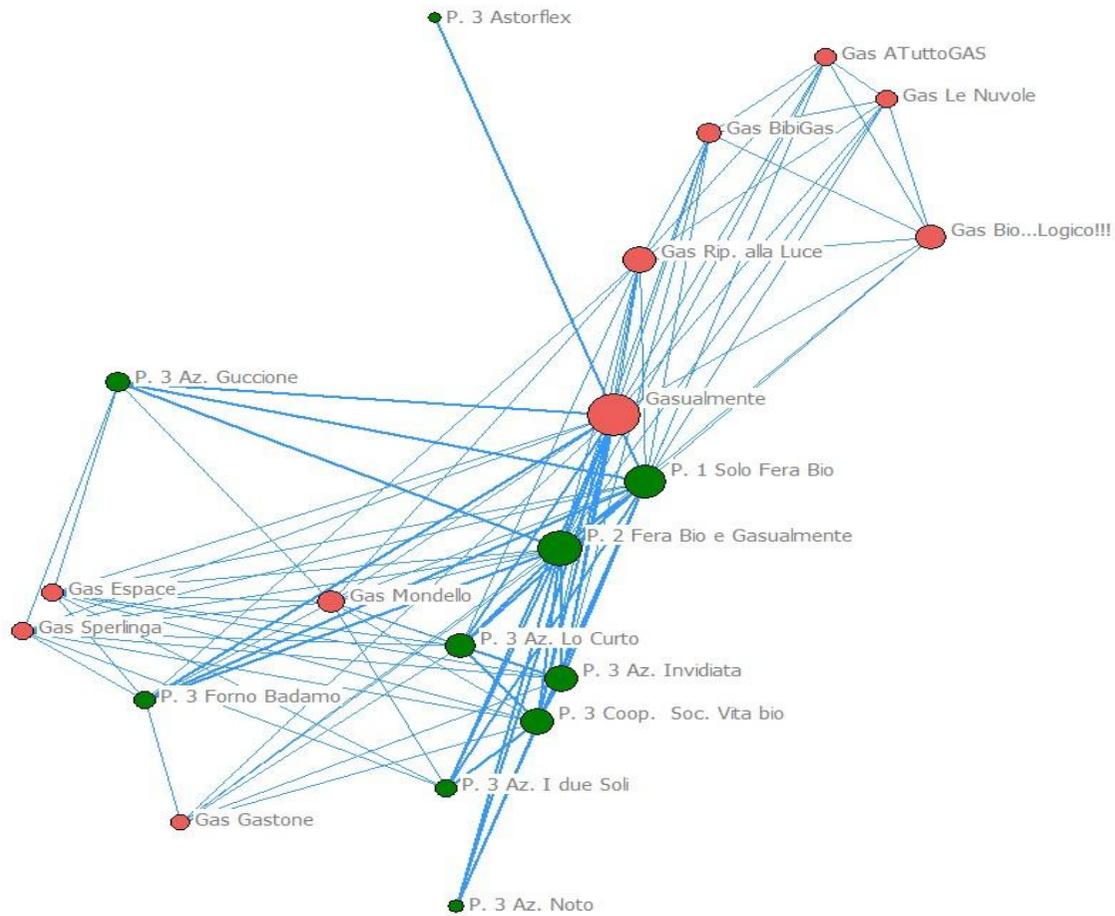
In figura 33 è riportato un particolare della rete sociometrica di Gasualmente che raffigura le relazioni tra i GAS e i produttori che fanno parte del network oggetto di indagine.

---

<sup>83</sup> Il grado di un nodo (degree), denominato  $d(n_i)$ , è dato dal numero di linee adiacenti ad esso. Secondo questo indicatore, quanto maggiore è il numero di relazioni che possiede un attore, tanto più centrale è la sua posizione nel network (Wasserman and Faust, 1994).



**Figura 33 Rete Sociometrica del GAS Gasualmente**



## 5. Conclusioni

Le dinamiche evolutive del fenomeno dei Gruppi di Acquisto Solidale messe in luce dall'analisi condotta, dimostrano come quella dei GAS, soprattutto in Sicilia, sia una tendenza ancora nuova e non del tutto affermata ma che ha registrato, negli ultimi anni, un notevole e importante sviluppo.

Questa particolare forma di associazionismo messa in atto dai consumatori unitamente ai produttori, pur non rappresentando un'iniziativa stabile e consolidata, può contribuire fortemente alla creazione di nuovi stili di vita sostenibili e all'affermazione di un nuovo paradigma di agricoltura eco-compatibile e multifunzionale.

Queste esperienze rappresentano, infatti, la risposta di consumatori e produttori che, in sinergia, partecipano in modo attivo e concreto alle pratiche di costruzione di un modello nuovo e “*alternativo*” di società basato sui principi di responsabilità, equità, giustizia e solidarietà.

Da un lato, i consumatori ricercano rapporti diretti con i produttori e sostengono l'idea del consumo critico come forma espressiva di un disagio sociale diffuso e come forma di pressione e di protesta pacifica contro le logiche di un'economia basata sul profitto, sul consumismo sfrenato e sui rifiuti scommettendo su un'economia solidale fondata sulle relazioni umane.

I produttori, dal canto loro, perseguono la volontà di affrontare una transizione da un'agricoltura su scala intensiva, specializzata, orientata alla produttività e alle esportazioni e controllata da poche multinazionali ad un sistema agricolo più sostenibile, basato su un miglior uso delle risorse naturali e sociali disponibili (Guidi, F., 2009).

Pur tuttavia l'indagine, svolta attraverso l'osservazione partecipata, ha messo in evidenza i limiti di queste iniziative. Uno dei principali punti critici che ne limita lo sviluppo è, infatti, rappresentato dalle oggettive problematiche di tipo organizzativo cui vanno incontro i gruppi per svolgere le proprie attività di acquisto collettivo e distribuzione dei prodotti (mancanza di sedi

operative, di strutture e attrezzature, scarsa partecipazione dei soci, gestione logistica delle consegne, etc.).

Altro aspetto critico può essere riconducibile alla difficoltà di di alcuni gruppi, soprattutto quelli più piccoli, di instaurare rapporti di collaborazione con i produttori, i quali, non riescono sempre a fare sistema tra loro per organizzare meglio l'offerta (reti di produttori) e in alcuni casi non sono in grado di adeguarsi ai canali della commercializzazione diretta.

Di contro, dall'indagine è emerso che il punto di forza di questo innovativo modello di produzione e consumo risiede nella capacità di intraprendere percorsi aggregativi con le altre realtà territoriali con cui si condividono intenti ed obiettivi e nel rivestire un importante ruolo di sostegno nella costituzione di reti di economia solidale. Si è potuta constatare, infatti, la propensione dei Gruppi a relazionarsi ed aggregarsi con altri soggetti di natura associativa al fine di costituire dei movimenti di pressione più complessi e visibili finalizzati alla promozione di un'economia solidale e alla costruzione di un futuro sostenibile per i propri territori.

Tale tendenza si rende concreta nella creazione dei DES (Distretti di Economia Solidale), delle (RES) Reti di Economia Solidale che si configurano come un tentativo di immaginare e praticare forme, seppur germinali, di economia autonoma, solidale e sostenibile (Bonaiuti, M., 2008).

In tal senso, il GAS della Facoltà di Agraria, che si configura come un Gruppo per molti versi atipico, sia per le modalità che hanno accompagnato la sua nascita, sia per il ruolo di prototipo che svolge nel progetto di ricerca, ma soprattutto per le competenze che caratterizzano il nucleo costituente, fatto da laureati e laureandi in Agricoltura Biologica (Schifani et al., 2010) ha iniziato a lavorare, sin dall'inizio, sull'ipotesi di creare sinergie tra i GAS siciliani e tra i GAS e le imprese fornitrici diventando "soggetto attivo" nel processo di sviluppo e costituzione della Rete regionale dei GAS siciliani e di un InterGAS nella città di Palermo.

Le attività di collaborazione con i produttori e altre organizzazioni<sup>84</sup> hanno dato vita, inoltre, a rapporti strutturati che hanno consentito l'organizzazione di un importante evento denominato "A Fera Bio", un mercatino *Equo-Bio-Locale*, che si propone di promuovere il consumo critico e i beni agro-alimentari tipici siciliani, prodotti attraverso le tecniche dell'agricoltura biologica.

All'interno della Rete dei GAS siciliani, GASualmente è diventato quindi un punto di riferimento attivo e propositivo.

Ogni singolo GAS rappresenta, in quest'ottica, un sistema relazionale costituito da un insieme di soggetti coinvolti in un processo condiviso che si connettono ad altre reti di attori che ruotano intorno al Gruppo per confrontarsi e creare sinergie e reti di relazioni più ampie.

L'analisi delle caratteristiche strutturali e interazionali della rete di Gasualmente, svolta attraverso l'applicazione di uno specifico set di indici della *network analysis*, ha dimostrato come essa sia costituita da una molteplicità di soggetti eterogenei fortemente legati da relazioni che si fondano sulla condivisione di valori e su rapporti diretti di fiducia reciproca. Ciò favorisce lo sviluppo del forte senso di comunità che caratterizza i soggetti promotori dell'economia etica e solidale.

I valori particolarmente elevati di *densità* e *coesione* del network confermano, infatti, che siamo in presenza di un grande gruppo, coeso ed omogeneo<sup>85</sup>, che pur presentando una scarsa apertura rispetto alle influenze esterne risulta essere molto vivace nell'avviare attività ed iniziative finalizzate alla promozione di pratiche di produzione e consumo sostenibili.

Le caratteristiche strutturali della rete fanno quindi pensare ad un network molto attivo che comunque sembra aver raggiunto il punto massimo di espansione e sviluppo poiché in poco tempo ha coinvolto tutti i soggetti

---

<sup>84</sup> Associazione Italiana Agricoltura Biologica (AIAB), Riportiamo alla luce, Siqyllah e A Fera Bio.

<sup>85</sup> La rete può essere definita omogenea poiché nella sua composizione c'è il prevalere netto di una certa categoria o variabile rispetto alle altre rappresentata dalla presenza di soggetti che operano nella sfera dell'economia etica e solidale.

“*solidali*” presenti nel territorio regionale con cui si condividono intenti ed obiettivi.

L’analisi delle caratteristiche relazionali del network ha, inoltre, messo in luce come le forti relazioni, reciproche e simmetriche, indichino che si è in presenza di interazioni sociali eque e indipendenti basati su scambio di risorse sia di carattere materiale (denaro, beni e servizi) sia di carattere affettivo e informativo<sup>86</sup>. All’interno della rete risultano comunque presenti degli attori centrali, anche istituzionali<sup>87</sup>, che assumono un ruolo di coordinamento con lo scopo di sviluppare iniziative volte a promuovere il consumo critico.

L’analisi ha confermato inoltre la presenza di numerosi sottogruppi, i principali dei quali costituiti da produttori e consumatori. Ciò a conferma del fatto che si creano forti interazioni finalizzate a mettere in pratica e a formare pratiche di promozione e consumo sostenibile.

In conclusione il presente lavoro, anche attraverso la ricerca partecipata, oltre ad aver messo in luce i limiti e le opportunità di questo nuovo modello di produzione e consumo critico, ha analizzato un contesto fortemente dinamico e in forte evoluzione che offre diversi spunti di riflessione per future analisi.

---

<sup>86</sup> Relazioni asimmetriche possono invece implicare scambi ineguali e relazioni di potere.

<sup>87</sup> Coerentemente con il percorso di formazione e ricerca è stato avviato, in collaborazione con l’Istituto Nazionale di Economia Agraria (INEA), un progetto di ricerca finanziato dall’Assessorato Risorse Agricole e Alimentari della Regione Sicilia volto a studiare lo sviluppo del fenomeno dei Gruppi di Acquisto Solidale in Sicilia al fine di fornire al decisore pubblico utili conoscenze per individuare le più opportune misure di politica di sviluppo rurale a sostegno dell’integrazione delle aziende agricole nel circuito dei consumatori critici.

## Riferimenti bibliografici

**AA.VV.** (1999), Rete Nazionale Gruppi di Acquisto Solidali - Documento Base di GAS. *“I Gruppi di Acquisto Solidale. Un modo diverso di fare la spesa”*. [www.retegas.org](http://www.retegas.org)

**AA.VV.** (2009), *“GASP – Gruppi di acquisto solidale e partecipativo”*. Punto Rosso, Milano.

**AA.VV.** (2009), Manuale *“Costruire relazioni con i Gruppi di Acquisto Solidale al di là della compra-vendita”* Rossi Adanella (a cura di) ARSIA - Agenzia Regionale per lo Sviluppo e l'innovazione nel Settore Agricolo-Forestale - Firenze

**AA.VV. Tavolo per la Rete italiana di economia solidale** a cura di (2010), *“Il capitale delle relazioni: come creare e organizzare gruppi d'acquisto e altre reti di economia solidale in cinquanta storie esemplari”*. Altreconomia, Milano.

**Bauman Z.**, (2000), *“Modernità liquida”*. Laterza, Roma.

**Bauman Z.**, (2002), *“La società individualizzata”*. Il Mulino, Bologna.

**Bauman Z.**, (2010), *“L'etica in un mondo di consumatori”*. Laterza, Roma.

**Bauman Z.**, (2009), *“Capitalismo parassitario”*. Laterza, Roma.

**Belletti G.**, (2002) *“La multifunzionalità come dimensione costitutiva del distretto rurale”*, relazione al Convegno *“Nuovi strumenti per lo sviluppo locale. Il Distretto Rurale della Maremma”*.

**Briamonte L., Giuca S.**, a cura di (2008), *“Comportamenti e consumi socialmente responsabili nel sistema agroalimentare”*. Quaderno Inea - Istituto Nazionale di Economia Agraria.

**Bertaux, D.** (2004) *Racconti di vita*, FrancoAngeli, Milano.

**Bresso Mercedes** (1997), *“Economia ecologica”*. Jaca Book, Milano.

**Brunetti F. Giaretta E. Rossato C.** (), *“Il consumo critico in azione: l’esperienza dei Gruppi di Acquisto Solidale”*, Università degli Studi di Verona.

**Brunori G., Cerruti R., Guidi F., Rossi A.**, (2007), *“Indagine conoscitiva sui circuiti brevi/locali di produzione-consumo dei prodotti agricoli in Toscana”* Dipartimento di Agronomia e gestione dell’agroecosistema – Sezione di economia agraria ed ambientale – Università di Pisa.

**Brunori G., Rossi A., Guidi F., Lari A.**, (2008) *“In che modo consumatori consapevoli possono contribuire allo sviluppo sostenibile? Un’analisi a partire dal consumo alimentare.”* Laboratorio di studi rurali SISMONDI, Working paper n.5.

**Bonaiuti Mauro** (2001), *“La Teoria Bioeconomica. La «nuova economia» di Nicholas Georgescu - Roegen”*. Carocci, Roma.

**Bonaiuti M.** (2008), *“Immaginare un’economia altra: Reti e Distretti di Economia Solidale”*, articolo sul sito internet [www.decrecita.it](http://www.decrecita.it)

**Bonaiuti M.** (2008), *“Obiettivo Decrescita: ciascuno di noi è ricco in proporzione al numero delle cose di cui può fare a meno”*, EMI, Milano.

**Berry W.**, (2005), *“Il piacere di mangiare”*, L’Ecologist italiano, Libreria editrice Fiorentina, Firenze, vol. 3.

**Bruschelli G.** (2010), *“Felicità e modelli di consumo alimentare. La verifica di un caso italiano: la Provincia di Como”*, Tesi di dottorato in economia e politica agroalimentare - Università di Perugia.

**Capocchi E.** (2010), *“Nuovi modelli di consumo per il sistema agroalimentare”* Seminario dell’Istituto Nazionale di Economia Agraria (INEA), [www.inea.it/public/pdf\\_articoli/1531.pdf](http://www.inea.it/public/pdf_articoli/1531.pdf)

**Carrera Letizia** (2009), *“I Gruppi di Acquisto Solidale. Una proposta solidale nella società liquida”* in Forno Francesca e Simone Tosi (a cura di), *Partecipazione e conflitto – Partecipazione e denaro (N.3/2009)*, pp. 95-123, Franco Angeli, Milano.

**Chiesi Antonio M.** (1999) *“L’analisi dei reticoli”*, Franco Angeli, Milano.

**Cembalo L., Migliore G., Schifani G.**, (2010) *“Modelli di consumo e nuovo paradigma della sostenibilità: i Gruppi di Acquisto Solidali in Sicilia”* - Rivista di Economia Agraria anno LXV - n.4 - Ottobre - Dicembre 2010.

**Cembalo L., Migliore G., Schifani G.** (2011) *“Sustainability and new models of consumption: the Equitable Purchase Groups in Sicily”*, 5th EAAE International European Forum on System Dynamics and Innovation in Food Networks' 8-12, 2010, Igls, Innsbruck/Austria.

**Cembalo L., Migliore G., Schifani G.** (2011) *“Il consumatore nella società postmoderna e le reti agroalimentari alternative: il caso delle Fiere del biologico in Sicilia”*, XLVIII Convegno SIDEA “Il modello agroalimentare europeo di fronte ai mutamenti dello scenario economico globale” 29 settembre - 1 ottobre 2011 - Università di Udine.

**Cordaz D.** (2005) *“Le misure dell’analisi di rete e le procedure per la loro elaborazione mediante UCINET V”* appendice al volume Salvini A. *“L’analisi delle reti sociali. Risorse e meccanismi”*, Ed Plus, Pisa University Press, Pisa, 2005.

**Coscarello M.** (2010), *“Consumo critico, nuovi stili di vita, gruppi di acquisto solidale: verso un’altra agricoltura”*. - Società Italiana di Economia Agraria - XLVII Convegno di Studi “L’agricoltura oltre la crisi” - Campobasso, 22-25 settembre 2010.

**Dacrema P.** (2007), *“La dittatura del PIL. Schiavi di un numero che frena lo sviluppo”*. Marsilio, Venezia.

**Daly Herman E.** (2001), *“Oltre la crescita. L'economia dello sviluppo sostenibile”* Einaudi, Torino.

**De Luca P.** (2006) *“Il consumo critico: una ricerca esplorativa sulla dimensione sociale del comportamento del consumatore”* - Università di Trieste.

**Del Chiaro C.,** (2009) *“I Gruppi di Acquisto Solidale a Pisa, una pratica di sobrietà nell’ottica della Decrescita”* Tesi di laurea in Scienze Politiche - Università di Pisa.

**Forno F.** (2009), *“Consumatori in movimento: il consumo critico come forma di partecipazione politica”* in AA.VV. *“GASP – Gruppi di acquisto solidale e partecipativo”*. Punto Rosso, Milano.

**Forno F.** (2011), *“La spesa a pizzo zero”* Altraeconomia, Milano

**Gaito M.** (2008), *“Il ruolo dell’Agricoltura Sociale e la collocazione dei suoi prodotti sul mercato”* Tesi di Dottorato Dipartimento di Economia Agroforestale e dell’Ambiente Rurale – Università degli Studi della Tuscia di Viterbo.

**Gesualdi F.** (2007), *“Manuale per un consumo responsabile: dal boicottaggio al commercio equo e solidale”*, Feltrinelli, Milano

**Guidi F.** (2008), *Rassegna delle esperienze di filiera corta*, in Rossi A., Guidi F., Innocenti S. (a cura di), *“Guida per l’attivazione di forme collettive di vendita diretta. Esperienze, approcci e strumenti”*, ARSIA, pp. 17-30.

**Guidi F.** (2009), *“Filiera corta: percorsi di innovazione tecnici, organizzativi e sociali nella gestione strategica delle nicchie. Esperienze in Toscana e in Provenza”*. Tesi di dottorato di ricerca 2009 Università di Bologna

**Hoffmann A.** (2006), *“La nuova politica di sviluppo rurale”* Franco Angeli, Milano.

**Henke R.** (2004), *“Verso il riconoscimento di un agricoltura multifunzionale. Teorie, politiche, strumenti”*. Studi e ricerche INEA - Edizioni Scientifiche Italiane.

**Innocenti S.**, (2006-2007), *“Opportunità commerciale e condivisione di valori: i Gruppi d’Acquisto Solidale in Toscana”* tesi di laurea

**Innocenti S.** (2007), *“Dal cibo alla cittadinanza. L’azione dei consumatori nella costruzione di reti sociali”*, Working Paper n. 1, Laboratorio Studi Rurali Sismondi,

**Latino Selene** (2006) *“Una forma di consumo critico: i Gruppi di Acquisto Solidale”* Tesi di Laurea Corso di Laurea in Sociologia Facoltà di Sociologia Università degli Studi di Milano-Bicocca.

**La Camera F.** (2006), *“Lo Sviluppo Sostenibile. Origini, teoria e pratica”*. Editori Riuniti, Roma.

**Landreth – Colander** (1996), *“Storia del pensiero economico”*. Il Mulino, Bologna.

**Latouche Serge** (2007), *“La scommessa della decrescita”* Feltrinelli, Milano.

**Levanti G.** (2010), *“Il governo di sistemi reticolari di imprese”* Franco Angeli, Milano.

**Jan S. Hogendorn** (1995), *“Lo sviluppo Economico”*. Zanichelli, Bologna.

**Marcolin M.** (2007), *“Netdraw: istruzioni per l’uso - Una guida pratica per rappresentare ed analizzare reti sociali ed organizzative”*. Università degli Studi di Trieste [www.dsu.units.it](http://www.dsu.units.it)

**Mance E.A.**, (2003), *“La rivoluzione delle reti. L’economia solidale per un’altra globalizzazione”*, EMI, Bologna.

**Migliore G.** (2010), *“Il consumatore dei Gruppi di Acquisto Solidale in Sicilia: primi risultati di un’indagine diretta”*, relazione presentata al

Seminario INEA “*Lo sviluppo rurale in Sicilia: esperienze a confronto tra emergenze e nuove opportunità. La filiera corta*”, Facoltà di Agraria.

**Migliore G., Schifani G.**, (2011), “*Solidarity Purchase Groups and the new critical and ethical consumer trends: first result of a direct study in Sicily*”, *New Medit, Mediterranean Journal of Economics, Agriculture and Environment*, n°3/11.

**Molesti R.** (2003), “*Economia dell'ambiente e bioeconomia*”. Franco Angeli, Milano.

**N. Gregory Mankiw** (1999), “*Principi di Economia*”. Zanichelli, Bologna.

**N. Gregory Mankiw** (1998), “*Macroeconomia*”. Zanichelli, Bologna.

**OCSE**, (1998), “*Multifunctionality: A Framework for Policy Analysis*”, documento OCSE (OECD, AGR/CA).

**Oriani G.** (2009) “*La forza delle reti di relazioni informali nelle organizzazioni*”. Franco Angeli, Milano.

**Pallante Maurizio** (2005), “*La decrescita felice. La qualità della vita non dipende dal PIL*”. Editori Riuniti, Roma.

**Paciola G., Giannotta P.**, (2009) “*L'altra agricoltura...verso un'economia rurale sostenibile e solidale*” Quaderni Rete Nazionale per lo Sviluppo Rurale ATI INEA – Agriconsulting.

**Pinto C.**, (2009) “*Il contadino va in città. Forme di incontro tra agricoltura rurale sostenibile e consumo critico urbano*” Tesi di Laurea in Sociologia - Università di Trento.

**Ravaioli C.** (2001) “*Lettera aperta agli economisti. Crescita e crisi ecologica*” Manifestolibri, Genova.

**Romano D.**, (1998), *“Agricoltura e ambiente: vincoli, opportunità e strumenti per la politica agraria del 2000”*, relazione al XXXV Convegno SIDEA, “Il ruolo dell’agricoltura italiana all’inizio del XXI Secolo”, Palermo.

**Regione Piemonte** - Assessorato al Commercio Direzione Commercio, Sicurezza e Polizia locale Settore Tutela e Difesa dei consumatori e degli utenti *“Consumo critico e politiche regionali: le esperienze di aggregazione dei consumatori in Piemonte”* - IRES Piemonte (a cura di).

**Rifkin Jeremy** (2002), *“Ecocidio. Ascesa e caduta della cultura della carne”*, Mondadori, Milano.

**Ritzer G.**, (2001) *“L’era dell’iperconsumo”* Franco Angeli, Milano

**Rizzo, A. M.**, (2008) *“Analisi delle reti sociali”* Osservatorio per le Politiche Giovanili - Università del Salento

**Russo V.**, (2009), *“Alimentazione, Sostenibilità e Multiculturalità: Azioni, Riflessioni e temi di ricerca”*. Progetto realizzato in collaborazione con la Conferenza dei Rettori - Nestlè, Arcipelago edizioni, Milano  
[http://iulm.academia.edu/VincenzoRusso/Books/93692/Alimentazione\\_Sostenibilita\\_e\\_Multiculturalita](http://iulm.academia.edu/VincenzoRusso/Books/93692/Alimentazione_Sostenibilita_e_Multiculturalita).

**Salvini A.** (2005), *“L’analisi delle reti sociali. Risorse e meccanismi”*, Ed Plus, Pisa University Press, Pisa, 2005.

**Saroldi A.** (2001), *“Gruppi di acquisto solidali. Guida al consumo locale”*, Emi, Bologna.

**Schifani G., Albanese A., Migliore G.** (2009), *“I Gruppi di Acquisto Solidale in Sicilia: modelli organizzativi e di comportamento attraverso l’analisi di un caso studio”*, in IV Workshop GRAB-IT, Agricoltura Biologica: sistemi produttivi e modelli di commercializzazione e di consumo, a cura di M. Crescimanno e G. Schifani, Palermo, 26-27 ottobre 2009, Atti pp. 305-310, ISBN 978-88-6213-011-0.

**Schifani G., Albanese A.** (2010), *“Diffusione e caratteristiche dei GAS in Sicilia”*, relazione presentata al Seminario INEA “Lo sviluppo rurale in

Sicilia: esperienze a confronto tra emergenze e nuove opportunità. La filiera corta”, Facoltà di Agraria, 16 aprile 2010.

**Schifani G., Inglese P., Noto F., Migliore G.,** (2010), “*The establishment of an organic farmers’ market as a training case study for graduate students of organic agriculture in the University of Palermo*” 119th EAAE Seminar “Sustainability in the Food Sector: Rethinking the Relationship between the Agro-Food System and the Natural, Social, Economic and Institutional Environments”, Capri, Italy, June, 30th – July, 2<sup>nd</sup>.

**Schifani G., Migliore G.,** (2011) “*Solidarity purchase groups and the new critical and ethical consumer trends: first results of a direct study in Sicily*” A Mediterranean Journal of Economics, Agriculture and Environmental - Vol 10, n.3 (September 2011), pp. 26-33.

**Severino M. E.** (2005), “*Verso nuove tendenze di consumo: I Gruppi di Acquisto Solidali*” Tesi di Laurea Triennale in Economia e Gestione delle Imprese di Servizi Facoltà di Economia Dipartimento di Economia Aziendale Università degli Studi di Verona.

**Sivini S.** (2007), “*Filiere corte e alternative food consumers: risultati da una survey nazionale*” Workshop su “Innovazione sociale e strategie di governance per uno sviluppo sostenibile delle aree rurali” Trento, 16-18 giugno 2007 - Università della Calabria Dipartimento di Sociologia e di Scienza Politica Arcavacata di Rende.

**Sivini S.** (2008), “*Consumo critico e reti alimentari*” in Cavazzani Ada (a cura di), Sicurezza Sovranità Alimentare – Sociologia Urbana e Rurale (N.87/2008), Milano, Franco Angeli, pp. 153-170.

**Sotte F.,** (1997), “*La dimensione regionale di una nuova PAC orientata verso lo sviluppo rurale integrato*”, in Buckwell A. e Sotte F. “Coltivare l’Europa. Per una nuova politica agricola e rurale comune”, Liocorno, Roma.

**Tosi S.,** (2006), “*Consumi e partecipazione politica : tra azione individuale e mobilitazione collettiva*”, Milano, FrancoAngeli.

**Tramonto E., (2009)** “*GAS: la crescita continua. È l’ora del dibattito*” in “*Valori*” mensile di economia sociale, finanza etica e sostenibilità - Anno 9 numero 72 sett. 2009 pp. 42 a 44.

**Valera Lorenzo (2005)**, “*GAS. Gruppi di Acquisto Solidali*”. Terre di mezzo, Milano.

**Velazquez B., (2001)**: “*Il concetto di multifunzionalità in agricoltura: Una rassegna*”, in *La Questione Agraria* n.3

**Vieri S., (2001)**, “*Politica agraria Comunitaria, Nazionale, Regionale*”, Edagricole, Bologna.

**Viveret P., (2005)**, “*Ripensare la ricchezza. Dalla tirannia del PIL alle nuove forme di economia sociale*” Terre di Mezzo, Milano.

## **Sitografia**

[www.europa.eu.int](http://www.europa.eu.int)

[www.decrecita.it](http://www.decrecita.it) “*Rete per la decrescita serena, pacifica e solidale*”

[www.cndamb.com](http://www.cndamb.com) “*Centro Nazionale di Documentazione e studi dell’Ambiente*”

[www.ecoeco.org](http://www.ecoeco.org) ISEE “*The International Society for Ecological Economics*”

[www-dse.ec.unipi.it/persona/docenti/luzzati/](http://www-dse.ec.unipi.it/persona/docenti/luzzati/) “*Prof. Tommaso Luzzati*”

[www.report.rai.it](http://www.report.rai.it)

[www.elsevier.com](http://www.elsevier.com) “*Ecological economics*”

[www.politicheagricole.it](http://www.politicheagricole.it)

[www.terredelsud.org](http://www.terredelsud.org)

[www.depa.unina.it](http://www.depa.unina.it)

[www.artasicilia.it](http://www.artasicilia.it)

[www.terra-multimedialeagricoltura.it](http://www.terra-multimedialeagricoltura.it)

www.ecologist.it “*L’Ecologist Italiano*”

www.sustainableeconomics.org

www.regione.sicilia.it

www.ismea.it

www.inea.it

www.istat.it

## **Riviste**

**Agibusiness Management & Ambiente** – vari numeri – Editrice  
Universitaria Udinese, Udine

**Agrisole** -vari numeri – Edagricole, Bologna.

**AZ Bio** – vari numeri – Edagricole, Bologna.

**Economia Agroalimentare** – vari numeri – Franco Angeli, Milano.

**Estimo e Territorio** – vari numeri – Edagricole, Bologna.

**Ecological economics** – vari numeri – Elsevier.

**L’Informatore Agrario** – vari numeri - L’Informatore Agrario, Roma

**Rivista di Economia Agraria** – vari numeri – INEA, Roma.

**Rivista della scuola superiore dell’economia e delle finanze** – Anno I –  
Numero 8/9 agosto – settembre 2004 parte I – argomento “*La storia e i  
concetti: l’ecologia*”. Ministero delle Economie e delle Finanze, Roma

**Sicilia Foreste** – vari numeri – Assessorato Agricoltura e Foreste – Regione  
Siciliana.

**Terra e Vita** – vari numeri – Edagricole, Bologna.

**Terrà** – vari numeri – Assessorato Agricoltura e Foreste – Regione Siciliana.