

## La rivoluzione con la lista della spesa

di Arianna Dagnino



*Anche il budget familiare può diventare un'arma: simbolica, non letale. Ma un'arma. Da usare senza riserve quando c'è da contrastare l'onda dilagante dell'iperconsumismo e di un mercato dominato dal potere delle multinazionali. E' quello che stanno scoprendo un numero crescente di famiglie - che si riconoscono in movimenti quali quello dei GAS (Gruppi d'Acquisto Solidale) o dei "Bilanci di Giustizia" - che riprogettano la lista della spesa in base ad una scala valoriale condividendo la propria esperienza con famiglie affini.*

Sono infatti ormai migliaia in Italia le persone che stanno studiando nuovi modi di essere consumatrici, scoprendo che ci si può riunire in spese collettive andando direttamente dai produttori, che si può rinunciare a prodotti superflui imposti da insistenti campagne pubblicitarie, che esistono spacci e botteghe ispirati al "commercio equo e solidale" nei confronti dei produttori/agricoltori del Terzo mondo, e che si può aderire a campagne – come le "Giornate del Non Acquisto" - per immettere una «domanda di eticità» nel mercato per indirizzarlo verso un'economia che metta al centro le persone e le relazioni. "Chi aderisce alla campagna promossa da Bilanci di Giustizia crea una sorta di monitoraggio di gruppo sui propri stili di consumo impegnandosi a redigere mensilmente un bilancio accurato delle spese familiari che evidenzia quante di esse sono «spostate» verso consumi equo-solidali; cercando anche di 'liberare' parte del tempo per lo svago e le relazioni con gli altri", spiega Simona Romani, ricercatrice dell'Università di Pisa che sta studiando il fenomeno, "Il bilancio familiare diviene così strumento di autoeducazione ma con una forte proiezione all'esterno, poiché mostra come si possano ridurre e ridirezionare i consumi". Soprattutto se le singole esperienze riescono a fare rete e creare un movimento d'opinione, a partire dal proprio nucleo familiare: «Una delle grandi intuizioni della campagna è stata proprio la centralità della famiglia come soggetto fondamentale dell'economia. E' da essa e solo da essa che può emanare la spinta a ritrovare consapevolezza e progettualità nel consumo, unica possibilità per cambiare davvero stile di vita", sostiene don Gianni Fazzini, responsabile dell'ufficio diocesano Stili di Vita, con sede a Venezia, e ideatore originario della campagna Bilanci di Giustizia. Una campagna, tiene a precisare don Fazzini, non confessionale e - secondo Antonella Valer, autrice del libro "Bilanci di giustizia. Famiglie in rete per consumi leggeri" (EMI) - non frutto di un anticonsumismo di maniera o del ritorno a un pauperismo di stampo francescano: "Le famiglie 'bilanciste' hanno motivazioni e sensibilità fra loro anche molto diverse, ma ciò che le accomuna è l'aspirazione profonda alla giustizia". La strada scelta è molto pratica: la revisione concreta e costante dei propri consumi e del proprio stile di vita, spinta dalla ricerca di una miglior qualità della vita." Spesso comunque, anche nel caso dei GAS, si parte da una base di aspirazione 'politica': "Gli squilibri tra Nord e Sud del mondo li nutriamo col carrello della spesa, giorno per giorno. L'idea è semplice: verifichiamo se i nostri acquisti seguono criteri di eticità e rispetto dell'ambiente. Se no, cambiamoli", dice Barbara Rusconi, bilancista della prima ora. "Non è solo una questione di risparmio: per quello c'è il discount. Il fatto è che sempre più persone si pongono domande su questo sistema economico e concludono che c'è qualcosa che non va", rincara la dose Marco Papini, portavoce del GAS di Rozzano. Consumatori critici, acquirenti solidali, bilancisti etici, "tutti esempi di un'economia alternativa sostenibile con la quale si vuole cambiare il mondo partendo subito dalla vita quotidiana", conferma Miriam Giovenzana, direttore di AltrEconomia, e che si basa su un decalogo ideale nel rapportarsi alla spesa quotidiana, a partire da quella destinata all'alimentazione: frutta e verdura di stagione (meglio se da agricoltura biologica) e non importata perché questo riduce il trasporto e quindi l'inquinamento; caffè, tè e zucchero da commercio equo e solidale per aiutare chi li produce nel Sud del mondo poiché pagati un prezzo superiore a quello di mercato; prodotti delle multinazionali off limits e occhio di riguardo per quelli dei produttori locali. Regole che poi vanno applicate a tutti gli ambiti del consumo quotidiano, dall'abbigliamento ai prodotti per la casa e che riescono anche a generare un effetto collaterale nient'affatto disprezzabile: un risparmio secco - rispetto alla media delle famiglie "omologhe" non bilanciste - quantificato secondo l'ultimo rapporto annuale redatto da Bilanci di Giustizia in un 20%, che in alcuni casi può diventare 30% o persino 50% grazie alla diminuzione degli sprechi e al ricorso all'autoproduzione (pane, conserve, marmellate, detersivi fatti in casa). Il tutto con almeno un terzo degli acquisti fatti secondo "giustizia" e con una spesa di due terzi più alta della media italiana per voci quali "cultura" e "tempo libero".

### **BOX 1: Quanta energia buona viene dal GAS**

Di gruppi d'acquisto ce n'è un po' di tutti i tipi e per tutte le esigenze. Per esempio, a Milano, è nato il Gruppo d'acquisto di risparmio "LatteMiele" ([www.movimentoconsumatori.it](http://www.movimentoconsumatori.it)), che ha trovato il modo di importare latte in polvere per i neonati dall'estero a meno della metà dei prezzi imposti dai distributori italiani (10-12 euro al Kg rispetto ai 30 battuti da supermercati e farmacie). "Due volte al mese noleggiamo un furgone e andiamo a comprare 10mila euro di confezioni di latte in Germania o in Austria, dove costa meno", dice Cristiano Maccabruni di LatteMiele, "Solo a Milano abbiamo più di mille associati, che diventano duemila se uniti a quelli delle altre nostre sedi".

Fra i GAS più attivi (oltre 200 in Italia, [www.retegas.org](http://www.retegas.org)) c'è Gasbo di Bologna ([www.gasbo.it](http://www.gasbo.it)), i cui consumi si orientano verso prodotti delle cooperative sociali, che hanno come obiettivo l'inserimento al lavoro di persone svantaggiate (con handicap, ex detenuti, ex tossicodipendenti, migranti) altrimenti escluse dal mondo del lavoro.

Locale e 'bio' sono le linee guida per il gruppo d'acquisto solidale di Baggio a Milano: "Ogni due settimane andiamo a rifornirci di carne da un allevatore della Val d'Ossola", racconta Vincenzo Vasciaveo, uno dei componenti del GAS, "E, in stagione, andiamo una settimana a turno dai coltivatori biologici a raccogliere frutta e verdura per tutti. Il risparmio è consistente, certamente, ma quello che più conta per noi è la qualità del prodotto e la filosofia con cui lo facciamo".

Altri GAS organizzano la spesa secondo un calendario "eco-compatibile": l'ordine dell'olio extravergine si fa una volta all'anno, perché viene da lontano, la frutta e verdura, tassativamente di stagione e biologica, si comperano invece ogni quindici giorni da piccoli coltivatori della zona mentre passate di pomodoro, salse e succhi si acquistano in grossa quantità quando disponibili: ad esempio dai monaci 'bio' di Lanuvio (RM), [www.monacidilanuvio.org](http://www.monacidilanuvio.org), che operano attraverso le cooperative Colle Dell'Acero e L'Albero della Vita.

Con un focus sul mondo dei GAS è appena uscito il libro di Marino Perotta, "Gruppi d'acquisto" (Edizioni Lavoro): un vademecum che fornisce informazioni e suggerimenti utili su come e cosa fare per entrare a far parte o costituire un gruppo d'acquisto".

A.D.

### **BOX 2: Intervista al sociologo Francesco Morace "Il consumo critico? Non è più fenomeno di nicchia"**

"Esempi come quelli dei bilancisti o dei GAS sono lì a dimostrarci come ora anche il consumo diventi catalizzatore di valori", nota il sociologo Francesco Morace, che con il suo Future Concept Lab ha da poco redatto uno studio sui nuovi trend di consumo.

D. Ma un fenomeno emergente come il consumo critico e "giusto" è destinato a rimanere un fenomeno di nicchia, fatto di piccoli numeri, o potrebbe espandersi?

R. Direi che ha tutte le caratteristiche per entrare a far parte di una sensibilità diffusa, probabilmente con comportamenti meno radicali di quelli proposti in certi ambiti. E' un fenomeno che mette in evidenza come la ricerca di una migliore qualità della vita non possa andare a scapito di una maggiore equità e una maggiore attenzione ai diritti civili di tutti.

D. Le multinazionali – il 'nemico' per eccellenza di queste tendenze - come interpretano e affrontano questi fenomeni?

R. Anche loro hanno capito che ormai è passato il tempo della contrapposizione frontale. Ma debbono anche capire che fino a quando non viene affrontato il problema alla radice (cioè quello di una produzione e di un approvvigionamento che tengano conto delle istanze ecologiche e degli strati più deboli della popolazione globale) si troveranno sempre davanti a frange di consumatori pronte a demonizzarle. Seppur lentamente, anche il mondo delle aziende e del commercio sta diventando più sensibile a una visione della vita che non è solo appannaggio di una nicchia di radicali schierati.