



COOPERATIVA AEQUOS e DES-VARESE
vi invitano al convegno

LEZIONI DI FUTURO

I GAS nell'economia solidale: storia e prospettive

I GAS: forza e debolezza

Francesca Forno - Università di Trento

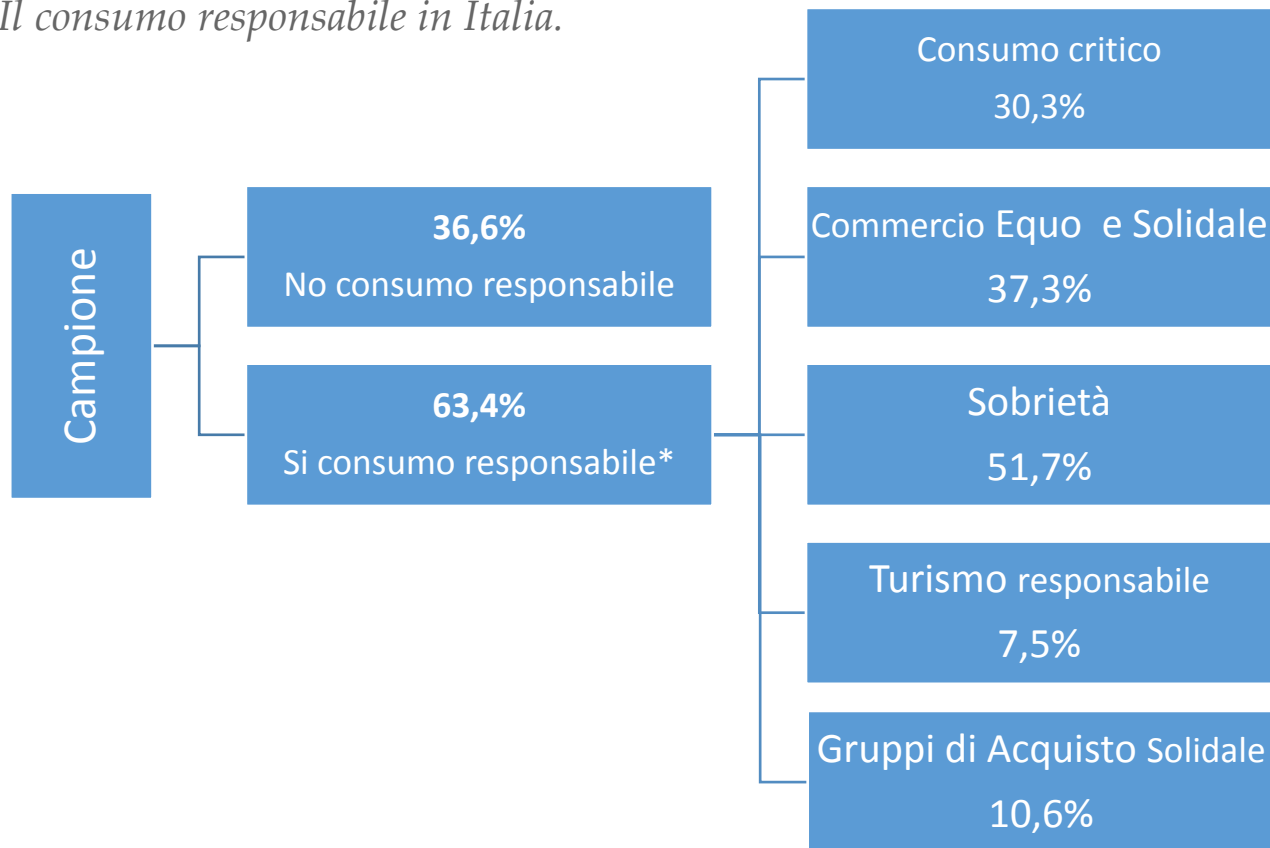
Punto di partenza

Il rapporto O.C.I.S. 2018 sul consumo responsabile in Italia è particolarmente importante per due ragioni:

- **permette di fare chiarezza** su dimensioni e caratteristiche di un fenomeno molto poco studiato con dati quantitativi e rappresentativi della popolazione italiana;
- **permette un confronto** diacronico tra la situazione odierna e quella dell'inizio degli anni 2000.

Le forme e i numeri del consumo responsabile

Figura 1: Il consumo responsabile in Italia.

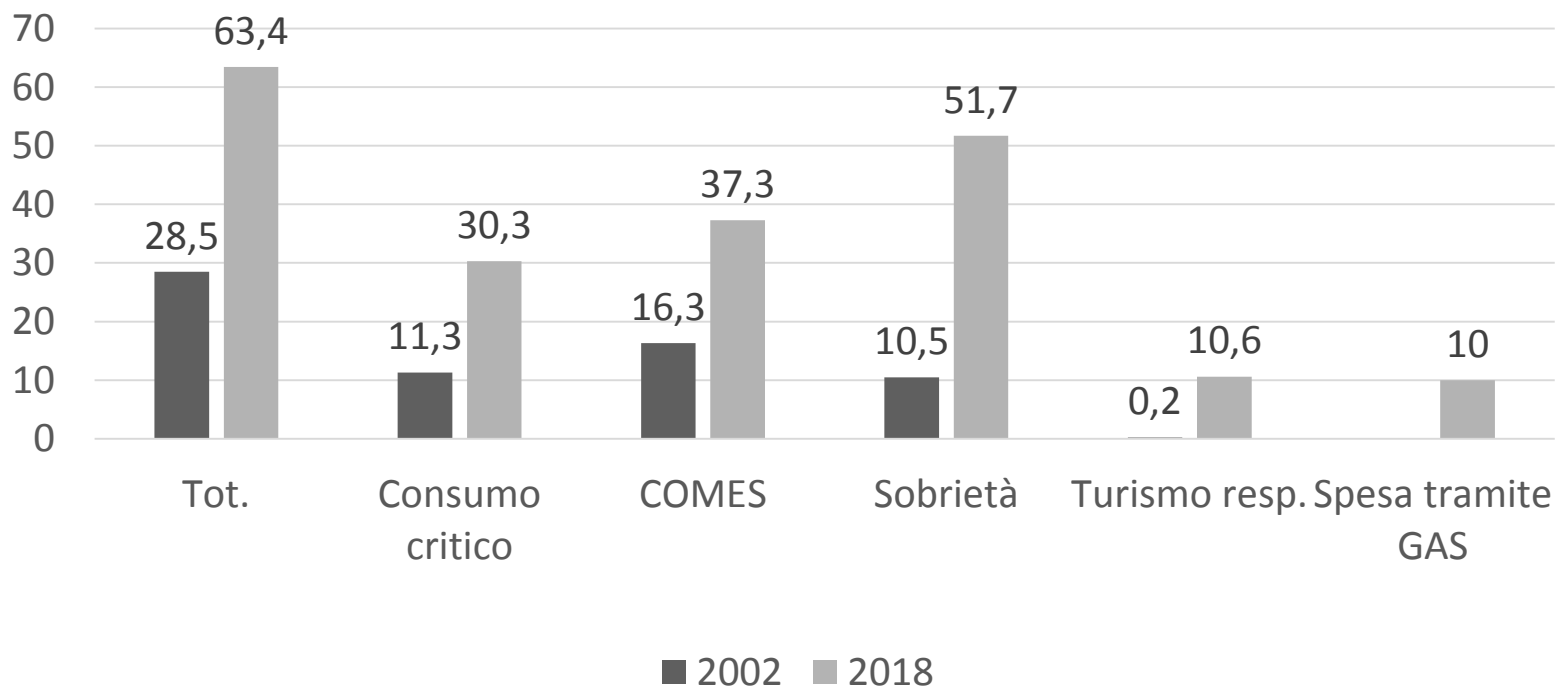


Fonte: Sondaggio OCIS-SWG, 9 febbraio 2018.

*Percentuale di persone che hanno risposto di aver adottato almeno una delle forme di consumo responsabile nell'anno precedente al sondaggio

Un confronto con i dati del 2002

Figura 2: Il consumo responsabile. Confronto 2002-2018



Fonte: Sondaggio OCIS-SWG, 9 febbraio 2018; Iref, Ottavo rapporto sull'associazionismo italiano, 2002.

Perché non si fa consumo responsabile

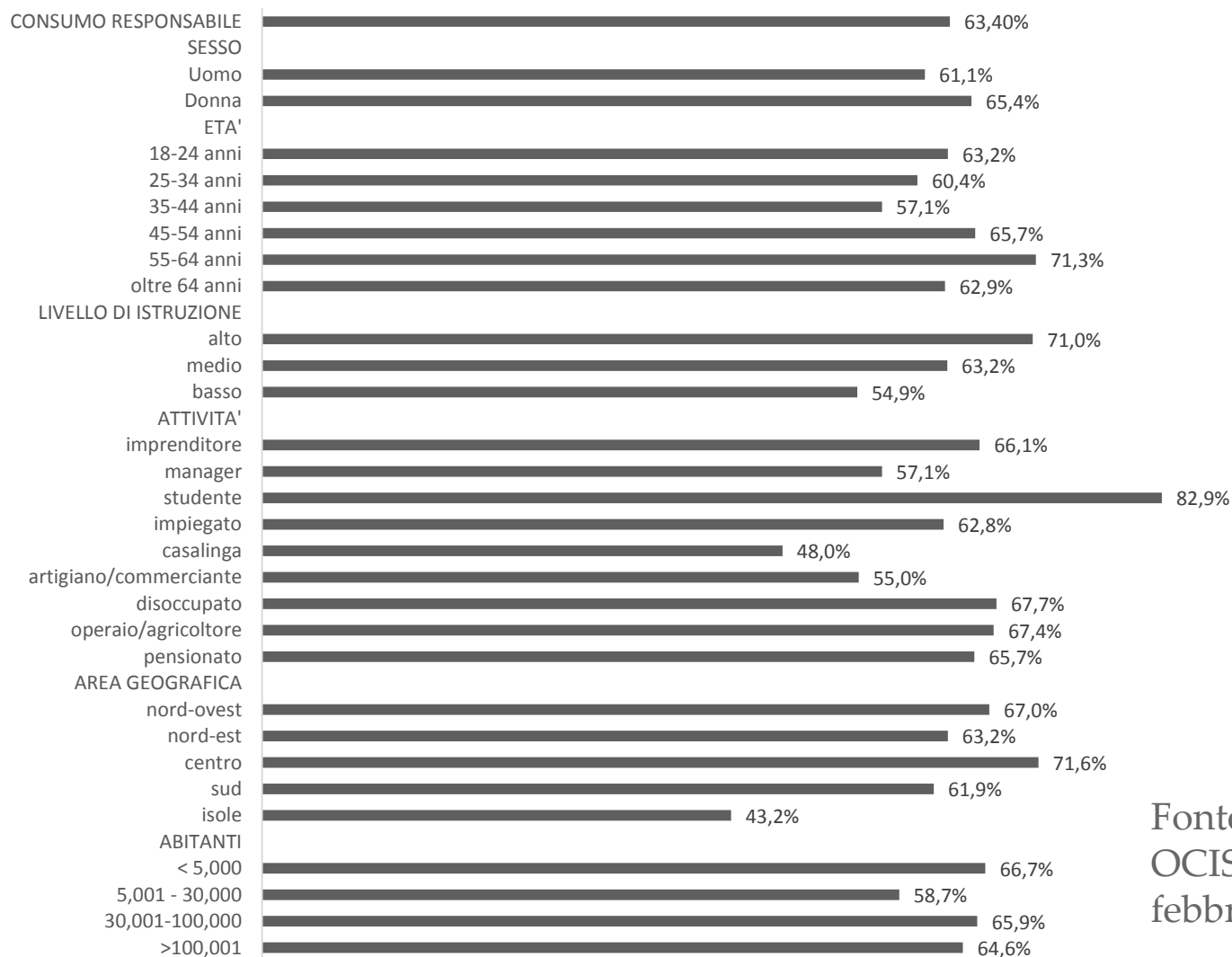
Tabella 1: Percentuale adozione e conoscenza delle diverse forme di consumo responsabile, 2018 (valori %)

	Consumo critico	COMES	Sobrietà	Turismo responsabile	Spesa tramite GAS
Si	30,3	37,3	51,6	7,5	10,6
Non conosco	54	36,8	29,7	57,9	60,4
Non mi interessa	15,7	25,9	18,7	34,6	29
Totale	100	100	100	100	100

Fonte: Sondaggio OCIS-SWG, 9 febbraio 2018.

Chi sono i consumatori responsabili

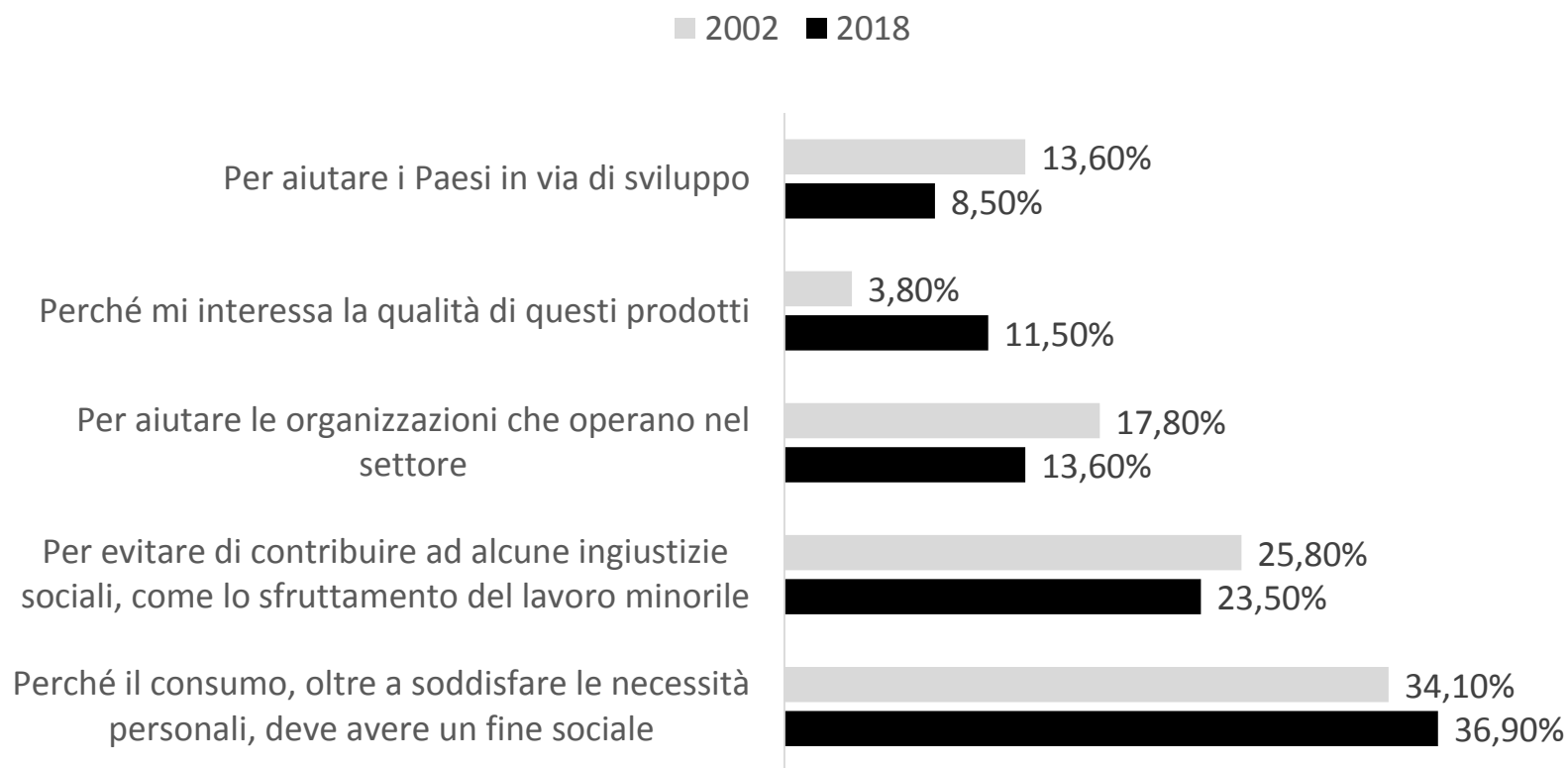
Figura 4: Caratteristiche socio-economiche dei consumatori responsabili (2018)



Fonte: Sondaggio
OCIS-SWG, 9
febbraio 2018.

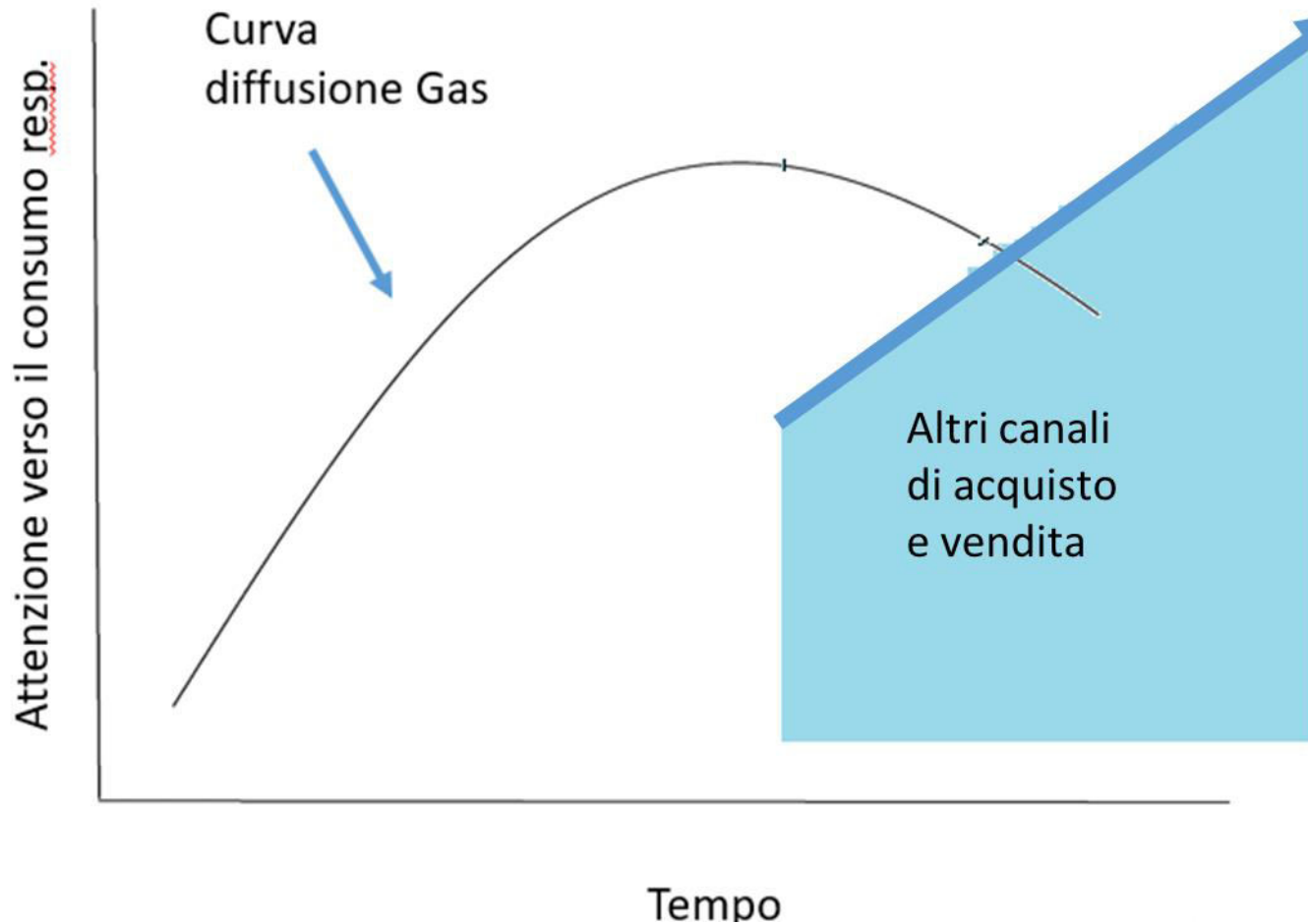
Motivazioni del consumo responsabile

Figura 5: Motivo prevalente per l'adozione del consumo responsabile (solo prima risposta).
Confronto 2002-2018



Fonte: Sondaggio OCIS-SWG, 9 febbraio 2018; Iref, Ottavo rapporto sull'associazionismo italiano, 2002.

Chi semina non sempre raccoglie...



Conclusione

Pare di **molto aumentata la consapevolezza degli italiani rispetto agli effetti sociali e ambientali dei propri consumi.**

Su questo hanno giocato diversi fattori:

- **Il lavoro svolto** durante gli ultimi 15 anni dalle molte **organizzazioni di movimento** (tra cui i Gas)
- **la maggiore reperibilità di alcuni prodotti**
- **la crisi economico-finanziaria del 2007-8**

Criticità

Rispetto alle origini del consumo critico, **appaiono in crisi le forme collettive**, come le Botteghe del Mondo, ma in parte anche i Gas.

Su questo appaiono aver pesato:

- l'impegno nella **gestione della «crisi di crescita»** da parte dei Gas, spesso assorbiti dai problemi che riguardano la gestione della logistica
- L'apertura(*) della **GDO** verso certe tematiche/prodotti e la nascita di altri canali di vendita (farmers' markets, vendita online, ecc.)

Scenari possibili

Si intravedono tre scenari possibili:

- (1) che il **consumo critico venga assorbito** (come in parte sta succedendo) **dalla grande distribuzione**
- (2) rafforzare, costruendoli, **patti di filiera** (sempre più i soggetti "storici" del consumo critico spingono verso i CSA - Community Supported Agriculture)
- (3) esercitare forme di **pressione sulle istituzioni**, per influire sulle regole (a livello locale, nazionale e europee): promozione di disegni di legge ecc.

Proposte

- **Riprendere a fare il lavoro «politico»**, ovvero riprendere a fare informazione, monitoraggio e denuncia (boicottaggio)
- **Aumentare la visibilità** di ciò che si fa e del perché lo si fa mettendosi in rete, realizzando (o prendendo parte a) **mappature partecipate** tra realtà eco-solidali presenti nei territori
- **Stimolare e coinvolgere le istituzioni pubbliche** il cui ruolo - ai diversi livelli, a cominciare dal livello locale – è di fondamentale importanza in quanto non solo possono sostenere l'economia eco-solidale, ma possono riorientare i propri acquisti e i propri consumi in modo responsabile