

LA LEGGE DI ESPANSIONE DEI GAS

Andrea Saroldi
Abstract per Convegno nazionale GAS/DES,
Venezia 2012

Premessa

L'esperienza dei Gruppi di Acquisto Solidale (Gas) in Italia sta continuando a diffondersi per forza propria. A partire dal primo gruppo formalizzatosi nel 1994, e crescendo solo attraverso il passaparola, oggi stimiamo in 200'000 il numero di consumatori che acquistano tramite Gas. Ritengo che sia utile analizzare le caratteristiche di questa esperienza che ne consentono una crescita di questo tipo. In particolare, intendo proporre un punto di vista "dal basso", forse un po' apocrifo, sui meccanismi di propagazione e imitazione delle abitudini e delle idee al fine di mettere in luce le novità di questo movimento rispetto agli altri movimenti sociali.

I Gas si fondano sui bisogni

Ciò che tiene in vita i Gas e promuove la loro diffusione è il soddisfacimento dei bisogni dei partecipanti in modo migliore rispetto alle alternative disponibili. Il Gas soddisfa bisogni di diverso tipo: alimentare, relazionale, di autostima. Questo costituisce il "fattore presa" che consente ai Gas di diffondersi insieme al contesto favorevole [1-2].

I Gas sono efficaci

I Gas quindi non negano i bisogni, ma li soddisfano in modo diverso sostituendo una abitudine di consumo con un'altra. Questa tecnica di sostituzione è efficace nella modifica delle abitudini [3] e di conseguenza dei flussi indotti dai comportamenti di consumo. L'efficacia nella soddisfazione dei bisogni favorisce la diffusione "per contagio" di questi comportamenti e delle idee che li accompagnano.

I Gas imparano insieme

I Gas cercano di soddisfare i bisogni di tutti gli attori coinvolti promuovendo soluzioni innovative secondo modelli collaborativi [4]. Inoltre, i Gas sono luoghi favorevoli a modificare le idee ed i comportamenti dei partecipanti tramite apprendimento collettivo e scambi alla pari [5]. Queste possibilità sono consentite da reti e strutture molto orizzontali in cui i singoli gruppi e le singole persone giocano un ruolo importante e sono quindi invitati a partecipare attivamente.

I Gas hanno confini sfumati

Un'altra caratteristica rilevante è che non esiste una regola chiara per definire cosa sia un Gas e cosa no, né chi sia un gasista. Questo fa sì che la rete dei Gas non abbia un confine preciso ma al contrario molto permeabile. Questa permeabilità consente lo scambio di concetti e di comportamenti tra i Gas e la società. In questo modo i Gas riescono ad avere una grossa influenza sull'evoluzione del pensiero e delle abitudini, ma sono allo stesso tempo esposti alle influenze del pensiero dominante. Di conseguenza, il modo per contrastare le pressioni dall'esterno non è tanto la costruzione di barriere, quanto piuttosto l'introduzione di idee più forti e accattivanti in grado di creare una pressione contraria.

Conclusioni

Ritengo che nella strutturazione dei percorsi di distretto di economia solidale la consapevolezza su alcune caratteristiche particolari dei Gas, considerati anche da un punto di vista psicologico, possano consentire una migliore analisi dei punti di forza e di debolezza e l'identificazione di quali ruoli i Gas possano o meno svolgere in modo efficace all'interno dei processi di trasformazione sociale.

Riferimenti

[1] - Malcom Gladwell, "Il punto critico", BUR Rizzoli 2000.

[2] - Andrea Saroldi, "I Gas verso il punto critico", 5° Convegno Gas, Milano, marzo 2005.

[3] - Charles Duhigg, "La dittatura delle abitudini", Corbaccio 2012.

- [4] - Tavolo RES, "Le colonne dell'economia solidale", 11° Convegno Gas, L'Aquila, giugno 2011.
- [5] - Adanella Rossi e Gianluca Brunori, "Le pratiche di consumo alimentare come fattori di cambiamento. Il caso dei Gruppi di Acquisto Solidale", *agrireregionieuropa* Anno 7, Numero 27, Dicembre 2011, disponibile on-line su www.agrireregionieuropa.it.