

I social «alternativi»

Esistono del social media alternativi, rispettosi della privacy. Il fenomeno «social quitting» porta utenti su piattaforme diverse, applicando i principi del consumo critico. Ne abbiamo Parlato con Carlo Gubitosa, pioniere di un internet per la pace.

La testata online Valori, dedicata alla finanza etica, ha deciso di abbandonare i social per coerenza con i propri principi; la rivista Nigrizia dei Missionari Comboniani non userà più la piattaforma X (ex Twitter) di Elon Musk per coerenza con i valori di solidarietà e attenzione alle persone più vulnerabili. Sono solo due esempi di un fenomeno di massa chiamato «social quitting» in cui molte persone stanno lasciando i social network per gli effetti che hanno sugli utilizzatori, per il modo in cui usano i dati degli utenti allo scopo di contrastare il potere enorme concentrato nelle mani dei padroni di queste piattaforme.

In modo simile a quanto era successo a suo tempo con le sigarette, molti americani che si considerano vittime dell'abuso dei social hanno fatto causa alle aziende della Silicon valley e, per la prima volta, un tribunale statunitense ha condannato Meta e Google stabilendo che i loro social media creano dipendenza e fanno male alla salute.

In questo caso, a differenza delle sigarette, la soluzione è molto più semplice, basta cambiare l'algoritmo.

Immaginate una applicazione che vi consenta di seguire le persone che volete, facendovi vedere solo i loro messaggi semplicemente in ordine cronologico, anche se sono su altre piattaforme; immaginate che tutto questo sia decentrato, una rete di nodi che comunicano tra loro, senza nessuna

profilazione (raccolta dati sull'utente, ndr).

Potrà sembrare un'utopia fantascientifica, ma non è così. Chiediamo a Carlo Gubitosa, autore e attivista che da decenni si occupa di questi temi, di accompagnarci in questo mondo chiamato «Fediverso». Un mondo che è già qui a portata di mano, attivo e funzionante.

Telematica per la pace

Carlo Gubitosa, che oggi vive a Bruxelles, è nato e cresciuto a Taranto, si è formato nello scoutismo e si è laureato in ingegneria delle telecomunicazioni.

Ha partecipato all'epoca pionieristica della telematica e al suo utilizzo per fini sociali con l'associazione «Peacelink». All'inizio degli anni '90 utilizzava un sistema Bbs (*Bullettin board system*) con cui i computer scambiavano i primi messaggi attraverso la rete telefonica, e ha seguito dall'inizio lo sviluppo di internet prima che gli interessi commerciali e politici entrassero nella rete. Attraverso questi primi scambi, ha ricevuto un testo del Centro nuovo modello di sviluppo (Cnms, di Francesco Gesualdi), ha conosciuto il consumo critico e ha iniziato ad applicarne i principi alla telematica quando internet doveva ancora arrivare. Ha cominciato così a porsi delle domande e a intervenire per tutelare la rete, sviluppata grazie a denaro pubblico, come un bene comune.

Oggi per conto di Peacelink gestisce [sociale.network](#), un social media decentralizzato.



La commercializzazione di internet

Carlo ci racconta di come internet venga spesso fagocitata da quelle che sono le piattaforme di comunicazione più popolate. Ci dice di un rapporto delle Nazioni Unite che spiega quanto Facebook abbia contribuito al genocidio dei Rohingya, la minoranza musulmana in Myanmar, a causa del fatto che la maggior parte della popolazione accede a internet esclusivamente tramite Facebook e che la piattaforma è stata utilizzata come strumento di odio etnico.

Facebook è stato anche lo strumento decisivo per il fenomeno nazionalista britannico della Brexit. Ha consentito di pilotare una parte degli indecisi utilizzando i dati degli utenti, come mostrato dallo scandalo che ha coinvolto qualche anno fa la compagnia *Cambridge Analytica*.

Oggi, infatti, esiste una macchina della propaganda che utilizza le nostre informazioni. Il problema non sta nel contenuto dei nostri messaggi, ma nelle tracce che collettivamente lasciamo in rete. Queste consentono, tramite calcoli statistici, di costruire dei motori di ricerca ai quali è possibile chiedere di trovare, ad esempio, gli utilizzatori di una piattaforma che rientrano nel profilo di

elettorato indeciso, oppure le persone profilate con particolari caratteristiche (ad esempio una tendenza alla depressione) o con un certo orientamento culturale.

Chi utilizza questi dati può identificare un target di persone da convincere a votare o acquistare come desidera il committente, e questo aumenta in maniera spropositata il potere nelle mani di chi possiede le piattaforme, in un regime che Yanis Varoufakis (economista e politico greco, ndr) definisce «Tecnofeudalesimo».

Dobbiamo, quindi, applicare gli strumenti del consumo critico alle tecnologie elettroniche per appropriarci degli obiettivi del loro utilizzo. E possiamo farlo perché abbiamo nelle nostre mani un grosso vantaggio: la facilità con cui possiamo cambiare gli strumenti che utilizziamo. Esistono, infatti, moltissime applicazioni sviluppate secondo i principi del software libero che funzionano meglio, non profilano gli utenti e offrono gratuitamente servizi che nelle piattaforme commerciali sono forniti in cambio dei nostri dati e in alcuni casi a pagamento.

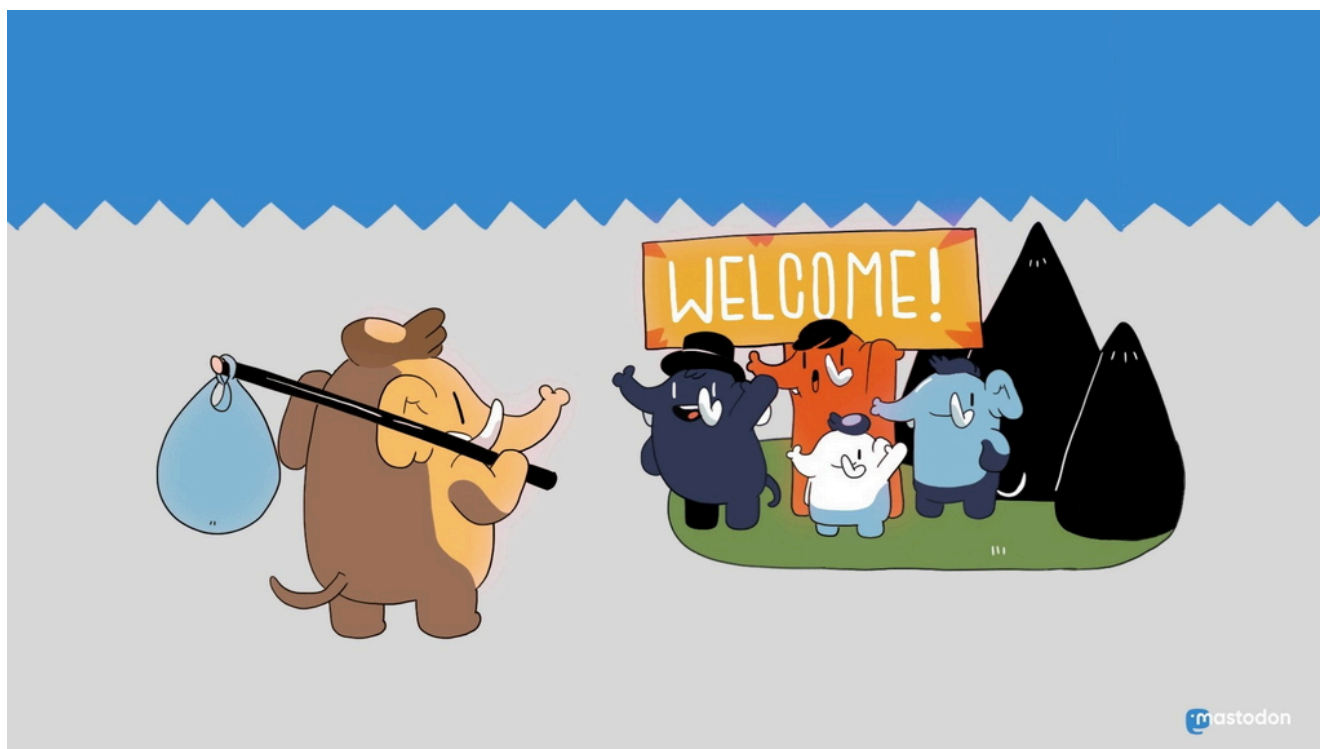
Un «Fediverso» di alternative

Prendiamo, ad esempio, *Mastodon*, che è una piattaforma per lo scambio di messaggi equivalente a X. Mastodon, essendo una applicazione libera, può essere utilizzata da chiunque. Ad oggi esistono circa diecimila comunità digitali che utilizzano questo software e comunicano tra di loro. C'è poi l'equivalente di YouTube che si chiama *PeerTube*, l'equivalente di Facebook si chiama *Friendica*; *PixelFeld* corrisponde a Instagram, *Funkwhale* a Spotify, *Castopod* è utilizzato per i podcast, e così via.

L'insieme di queste alternative basate su software libero e su di una rete decentrata si chiama «Fediverso», oggi nel mondo raccoglie circa 15 milioni di persone organizzate intorno a 20mila comunità virtuali.

Siccome non ci sono algoritmi che monetizzano le interazioni a vantaggio di chi possiede la piattaforma e degli inserzionisti, la prima sensazione di chi si affaccia al Fediverso è quella di un luogo molto più tranquillo, dove è più facile trovare le persone con gli stessi interessi e creare comunità che interagiscono con le altre tramite una migliore circolazione dei contenuti.

Questo progetto di «comunità federate» che parlano tra di loro si basa su di un protocollo di comunicazione di libero utilizzo chiamato Activity Pub, sviluppato dal consorzio W3C (*World wide web consortium*), fondato dal ricercatore Tim Berners-Lee, il quale aveva in precedenza sviluppato presso il Cern di Ginevra e rilasciato per utilizzo pubblico il protocollo http che è alla base di internet.



Per iniziare

L'uso di queste piattaforme è l'applicazione concreta nella nostra vita quotidiana digitale del principio gandhiano della coerenza tra mezzi e fini: se con quello che comunichi vuoi avere un impatto positivo nella direzione di un maggior

rispetto dell'ambiente e delle persone, non puoi utilizzare piattaforme che hanno come obiettivo l'arricchimento dei proprietari con interessi personali, politici ed economici che sono opposti ai nostri valori.

La domanda che si pone Carlo è se queste piattaforme raggiungeranno la massa critica sufficiente per permettere alle reti federate, decentrate e autogestite di diventare il modello dominante della comunicazione su web: questo potrà avvenire solo con l'attivazione dei cittadini.

Per iniziare a esplorare questo mondo e partecipare a questa trasformazione Carlo suggerisce di chiedere se nella propria cerchia di contatti c'è già qualcuno che utilizza queste piattaforme e iniziare a comunicare con loro tramite questi strumenti, ad esempio utilizzando Signal (equivalente di WhatsApp).

Chi già usa queste piattaforme può invitare nuovi utenti e dare loro le prime informazioni. Anche i riferimenti segnalati nel box possono aiutare a muovere i primi passi in questo mondo.

Come dice Carlo: «Attivarci rispetto alle tecnologie, ragionarci sopra, vedere quali alternative ci sono e come possiamo abitarle fino da ora, è il primo passo per andare nella direzione della loro applicazione al bene comune, alternativa alla concentrazione su scala globale in grandi piattaforme private».

Andrea Saroldi

Libri

- AA.VV., *Ecologia digitale*, 2022, Altreconomia.

Siti

- [◇ sociale.network](#) (istanza Mastodon)
- [◇ fediverso.it](#) (introduzione al Fediverso)
- [◇ mastodon.help](#) (introduzione a Mastodon)
- [◇ lealternative.net](#) (guida alle alternative etiche e rispettose della privacy).

Video (tutorial)

- [◇ Mastodon spiegato in 180 secondi](#) (video su PeerTube)
- [◇ Scopri il fediverso, di Elena Rossini: videos.elenarossini.com](#)
- [◇ Piattaforme social: il Fediverso, intervento di Carlo Gubitosa al Digital Ethics Forum 2024](#) (video su YouTube).

Italia. Empori di comunità

Le «Food Coop» sono una risposta concreta alla grande distribuzione organizzata. Gruppi di persone che aprono e gestiscono in modo partecipato piccoli market per prodotti equi e sostenibili di diverso genere. Un'idea nata negli Usa che si sta diffondendo in Italia ed Europa. Ecco alcune esperienze in atto.

I consumatori critici sono attenti all'impatto sociale e ambientale delle loro azioni e dei prodotti e servizi che utilizzano.

A partir de gli anni Ottanta del secolo scorso, il commercio

Distribuzione organizzata



un film de Fern BOGHE, première assistante Madeleine SCHWEL, image Gregory HARRIST, son Laura CHAMBERLAND, montage Hélène ATTALL, montage son V. nageux Adèle WILLY, conseil en scénario de BERNAUD, coproducteur B. deshauf Clémence, directeur de la production Frédéric BOUTIER, producteur Christian PÉROL, assisté de Basile AYRAUD et Herman KAZZEL, une production Lardon films avec la participation de Télé Brest, du CNC et le soutien de la Région Ile de France

ci
o
eq
uo
e
so
li
da
le
e
i
gr
up
pi
di
ac
qu
is
to
so
li
da
le
(G
as
)
si
so
no
oc
cu
pa
ti
an
ch
e
di

qu
es
to
,
e
de
i
me
cc
an
is
mi
ch
e
fa
vo
ri
sc
on
o
la
«g
ra
nd
e
di
st
ri
bu
zi
on
e
or
ga
ni
zz
at

a»
(G
do
).

La costruzione di alternative per il benvivere collettivo passa attraverso l'incontro tra i soggetti coinvolti nella filiera al fine di trovare una soluzione comune che soddisfi, per quanto possibile, le esigenze di tutti.

Da questa riflessione pratica è nato nel 2008 il termine «piccola distribuzione organizzata» (Pdo), per indicare un servizio che facilita l'incontro e soddisfa le esigenze dei soggetti coinvolti lungo la filiera.

La Pdo non ha una forma definita. È un insieme di pratiche che coniugano in modo variabile le diverse forme di distribuzione: botteghe del mondo, Gas, negozi di quartiere, vendita diretta, mercati contadini, ordini collettivi coordinati tra più Gas. L'idea è quella di una combinazione tra diversi canali che si sostengono reciprocamente, adattandosi alle esigenze degli attori coinvolti.

In questa sperimentazione si inserisce la recente esperienza degli empori gestiti collettivamente da chi acquista. Una pratica che riprende aspetti delle cooperative di consumo.

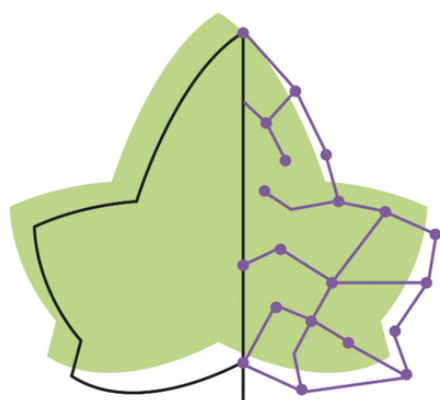


La cargo bike della coop Stadera.

Da Brooklyn a Bologna

La cooperativa alimentare *Park Slope* è nata nel 1973 a Brooklyn (New York) quando un gruppo di vicini di casa, spinti dagli ideali della fine degli anni Sessanta, ha deciso di creare un supermercato autogestito per offrire un'alternativa alla grande distribuzione e dare accesso a cibo di qualità con prezzi contenuti a chiunque fosse interessato.

Il
su
pe
rm
er
ca
to
-
og
gi
Pa



Edera

EMPORIO DI COMUNITÀ
TRENTO

rk
Sl
op
e
Fo
od
Co
op
—
è
ge
st
it
o
da
i
so
ci
.
Ne
co
nt
a
17
mi
la
,
e
tu
tt
i
de
di
ca
no
al
cu

ne
or
e
al
me
se
al
la
su
a
co
nd
uz
io
ne
.

Tom Boothe, americano residente in Francia, conoscitore di Park Slope, ha partecipato allo sviluppo di un progetto simile a Parigi, denominato *La Louve*.

Ha deciso poi di realizzare un documentario dal titolo «Food Coop» per far conoscere come funziona l'esperienza di Brooklyn, un supermercato pieno di attività ma estraneo alle logiche del marketing, aperto solo per i soci che dedicano circa tre ore al mese al suo funzionamento.

Il
do
cu
me
nt
ar
io
è
us
ci



to
in
It
al
ia
ne
l
20
17
e
ha
fa
tt
o
co
no
sc
er
e
qu
es
to
mo
de
ll
o
di
su
pe
rm
er
ca
to
.

A Bologna, l'idea ha incontrato le esigenze del *Gas Alchemilla* e del gruppo di produttori *Campi Aperti*, organizzatori di un

mercato contadino.

Il
Ga
s
e
i
pr
od
ut
to
ri
av
ev
an
o
da
te
mp
o
co
st
ru
it
o
un
o
st
re
tt
o
le
ga
me
,
e
si



ch
ie
de
va
no
co
me
da
re
un
a
fo
rm
a
pi
ù
st
ru
tt
ur
at
a
al
lo
ro
ra
pp
or
to
e
al
la
rg
ar
e
la
pa

rt
ec
ip
az
io
ne

.
È
st
at
o
co
sì
ch
e
è
na
ta

[Ca](#)
[mi](#)
[ll](#)
[a](#)
[\(c](#)
[am](#)
[il](#)
[la](#)
[.c](#)
[oo](#)
[p\)](#)

—
da
ll
a
co
mb
in
az

io
ne
tr
a
no
mi
di
Ca
mp
i
Ap
er
ti
e
Al
ch
em
il
la
- ,
il
pr
im
o
em
po
ri
o
di
co
mu
ni
tà
it
al
ia
no

is
pi
ra
to
al
mo
de
ll
o
Fo
od
Co
op
.

Come spiega Giovanni Notarangelo, uno dei fondatori: «Camilla è nata per dare un'opportunità in più ai produttori e ai "gasisti". Grazie all'emporio – un luogo fisico con meno limitazioni di un Gas -, questi ultimi possono acquistare un paniere di prodotti ampio, locale, biologico e garantito».

La Cooperativa Camilla

L'emporio in forma cooperativa, autogestito e solidale, coinvolge direttamente i soci come proprietari, gestori e clienti, mantenendo gli stessi principi del Gas, selezionando prodotti biologici ed ecologici, locali, da filiera corta o del commercio equo e solidale, con un prezzo trasparente. Prodotti che tutelino i diritti dei lavoratori e che siano «relazionali», ovvero creino una fiducia e una collaborazione tra consumatori e produttori.

Se
gu
en
do
qu
es
ti
pr
in
ci
pi
,
su
ll
a
ba
se
de
ll
a
fi
du
ci
a
co
st
ru
it
a
ne
l
te
mp
o,
ne
l
20



18

è
na
ta
la
Co
op
er
at
iv
a
Ca
mi
ll
a.
Do
po
i
pr
im
i
te
st
,
l'
em
po
ri
o
ha
ap
er
to
ai
so
ci
ne

l
fe
bb
ra
io
20
19
.
0g
gi
co
nt
a
pi
ù
di
70
so
ci
ch
e,
ol
tr
e
a
fa
re
la
sp
es
a
di
pr
od
ot
ti
al

im
en
ta
ri
di
fi
li
er
a
co
rt
a,
pe
r
la
ca
sa
e
la
pe
rs
on
a,
de
di
ca
no
ci
rc
a
tr
e
or
e
al
me
se

pe
r
sv
ol
ge
re
al
cu
ne
ma
ns
io
ni
fo
nd
am
en
ta
li
ne
ll
a
ge
st
io
ne
de
ll
'e
mp
or
io
a
fi
an
co
de

i
du
e
di
pe
nd
en
ti
.

Oltre a questo, Camilla organizza attività culturali e sociali, promuovendo comunità solidali e un nuovo modello di consumo partecipativo.

Come dice Susanna Cattini, presidente della cooperativa, è un modo per «costruire insieme ad altri soggetti un'economia concreta che in qualche modo si pone come alternativa rispetto a quella di mercato. La caratteristica di un'impresa di questo genere è quella di mettere insieme tante persone con l'idea di costruire collettivamente una risposta giusta e sostenibile ai bisogni individuali».

Bees Coop e Stadera

Sull'esempio di Brooklyn, Parigi, Bologna e altre città, l'esperienza degli empori autogestiti si sta replicando, ogni volta con una storia e con caratteristiche particolari, adattate alle esigenze dei diversi contesti.

En
ri
co
De
Sa
ns
o,
ec
on
om
is
ta
,
tr
a
il
20
12
e
il
20
19
si
tr
ov
av
a
a
Br
ux
el
le
s
do
ve
ha
pa


STADERA
SPAZIO-MERCATO
COOPERATIVO

rt
ec
ip
at
o
al
l'
av
vi
o
e
al
la
ge
st
io
ne
di
Be
es
Co
op
.
Ri
en
tr
at
o
a
Ra
ve
nn
a,
co
n
il
co

in
vo
lg
im
en
to
di
al
tr
i
in
te
re
ss
at
i,
ha
fo
nd
at
o
[St](#)
[ad](#)
[er](#)
[a](#)
[\(s](#)
[ta](#)
[de](#)
[ra](#)
[co](#)
[op](#)
[.i](#)
[t\)](#)
ch
e
ha
ap

er
to
i
ba
tt
en
ti
ne
l
20
20
.

Oggi Stadera conta 760 soci con il 65% di presenza femminile e un ottimo mix generazionale.

Oltre a organizzare la distribuzione dei prodotti, fa diverse attività legate al territorio, tra cui un progetto di solidarietà sociale per recuperare le eccedenze alimentari presso gli esercizi commerciali e consegnarle, su *cargo bike* con cassone termico, ai centri che le destinano a persone bisognose della città.

Enrico, presidente della cooperativa, continua a studiare e promuovere il modello Food Coop.

Mesa Noa e le altre in Italia ed Europa

In
sa
rd
o
Me
sa
No
a
si
gn



if
ic
a
«n
uo
va
ta
vo
la
»:
qu
es
to
è
il
no
me
ch
e
il
gr
up
po
de
i
fo
nd
at
or
i
ha
sc
el
to
pe
r
l'

em
po
ri
o
au
to
ge
st
it
o
di
Ca
gl
ia
ri
(m
es
an
oa
.o
rg
)
ch
e
ha
ap
er
to
al
la
fi
ne
de
l
20
19
,

pe
r
in
di
ca
re
un
a
nu
ov
a
co
nc
ez
io
ne
de
l
ci
bo
e
un
lu
og
o
di
in
co
nt
ro
ch
e
me
tt
e
in
si

em
e
re
la
zi
on
i
e
al
im
en
ta
zi
on
e.



La
Fo
od
Co
op
di
Ca
gl
ia
ri
,
ch
e
og
gi
co
nt
a
qu
as
i

50

so

ci

,

si

tr

ov

a

in

un

qu

ar

ti

er

e

pe

ri

fe

ri

co

a

cu

i

è

le

ga

ta

co

n

di

ve

rs

i

pr

og

et

ti

Ac
ca
nt
o
al
le
es
pe
ri
en
ze
ap
pe
na
de
sc
ri
tte,
e,
in
qu
es
ti
ul
ti
mi
an
ni
ne
so
no
na
te
di
ve



rs
e
al
tr
e:
[Ed](#)
[er](#)
[a](#)
[a](#)
[Tr](#)
[en](#)
[to](#)
,
[Le](#)
[vi](#)
[e](#)
[de](#)
[ll](#)
['O](#)
[rt](#)
[o](#)
[a](#)
[Gr](#)
[os](#)
[se](#)
[to](#)
,
[L'](#)
[Al](#)
[ve](#)
[ar](#)
[e](#)
[a](#)
[Co](#)
[ne](#)
[gl](#)
[ia](#)

no
(T
v)

,

Eu
fe
mi
a
a
Mi
la
no

,

Bi
rà
a
Pe
ru
gi
a,

Gi
nk
o
a
Me
ra
no
(B
z)

,

Ol
tr
ef
oo
d

a

Pa

rm
a.
Al
tr
e
an
co
ra
so
no
in
pr
ep
ar
az
io
ne
,
tr
a
cu
i
[La](#)
[ur](#)
[en](#)
[ti](#)
[na](#)
[km](#)
[10](#)
[a](#)
[Ro](#)
[ma](#)
e
[Il](#)
[Ca](#)
[vo](#)
[lo](#)

[eq](#)
[uo](#)
[a](#)
[Re](#)
[gg](#)
[io](#)
[Em](#)
[il](#)
[ia](#)

Se allarghiamo lo sguardo oltre l'Italia, troviamo diversi empori anche in Europa. Solo per citarne alcuni: *Mila* a Vienna e *The people's supermarket* a Londra oltre alle già citate *La Louve* a Parigi e *Bees Coop* a Bruxelles.

Si stanno sviluppando poi altre esperienze di empori basati sulla mutualità, anche con forme diverse dal modello Food Coop: a Milano l'*Emporio metropolitano autogestito* (Emma) e l'*Emporio popolare del Gap Barona*.



L'angolo dei prodotti sfusi dell'emporio di Stadera.

Comunità che si diffondono

Qu
es
te
es
pe
ri
en
ze
,
in
si
em
e
al
le
al
tr
e
fo
rm
e
di
Pi
cc
ol
a
di
st
ri
bu
zi
on
e



or
ga
ni
zz
at
a,
mo
st
ra
no
co
me
si
a
po
ss
ib
il
e
cu
ra
re
e
co
st
ru
ir
e
co
mu
ni
tà
in
to
rn
o
al

ci
bo
,
a
pa
rt
ir
e
da
ll
e
no
st
re
es
ig
en
ze
e
az
io
ni
qu
ot
id
ia
ne
,
e
se
nt
ir
ci
be
ne
pa
rt

ec
ip
an
do
a
un
'e
sp
er
ie
nz
a
di
ac
qu
is
to
e
co
nd
iv
is
io
ne
co
er
en
te
co
n
i
no
st
ri
va
lo
ri



So
no
nu
me
ri
in
cr
es
ci
ta
,
da
se
gu
ir
e
co
n
at
te
nz
io
ne
,
co
me
si
tr
ov
a
sc
ri
tt
o
su

l
si
to
di
Ed
er
a
a
co
mm
en
to
de
i
ri
su
lt
at
i
de
l
20
25
.
«L
i
gu
ar
di
am
o,
qu
es
ti
nu
me
ri

,
no
n
pe
rc
hé
la
pa
rt
e
pi
ù
im
po
rt
an
te
de
l
no
st
ro
at
ti
vi
sm
o
si
an
o
i
ri
su
lt
at
i,
ma

pe
rc
hé
ci
di
co
no
ch
e
si
am
o,
ap
pu
nt
o,
“a
tt
iv
e”
:
si
am
o
un
pu
nt
in
o,
ma
si
am
o
an
co
ra
ca

pa
ci
di
co
st
ru
ir
e
sp
az
i
e
po
ss
ib
il
it
à
di
ve
rs
e
da
qu
el
le
ch
e
ci
of
fr
e
qu
es
to
si
st

em
a
or
ma
i
al
co
ll
as
so
,
co
st
re
tt
o
a
un
a
vi
ol
en
za
se
mp
re
pi
ù
fe
ro
ce
pe
r
ti
ra
re
av

an
ti
;
e
do
bb
ia
mo
ri
ma
ne
re
in
si
em
e
pe
r
co
nt
in
ua
re
a
co
lt
iv
ar
e
co
se
nu
ov
e,
pe
ns
ie

ri
nu
ov
i,
pe
r
ri
tr
ov
ar
e
se
ns
o
de
nt
ro
un
ag
ir
e
co
ll
et
ti
vo
ch
e
va
be
n
ol
tr
e
Ed
er
a.

Pr
en
di
am
o
in
pr
es
ti
to
le
pa
ro
le
de
l
gi
or
na
li
st
a
e
at
ti
vi
st
a
Fe
rd
in
an
do
Co
tu
gn
o:

“N
on
po
ss
ia
mo
fa
re
tu
tt
o,
ma
po
ss
ia
mo
an
co
ra
fa
re
mo
lt
o.
Ni
en
te
sa
rà
ri
so
lu
ti
vo
,
tu
tt

o
sa
rà
ne
ce
ss
ar
io
".

Radichiamoci nelle nostre scelte e guardiamo ai nostri giorni con una "cauta ma solida ostinazione", perché "il disfacimento di un mondo contiene possibilità inimmaginabili"».

Andrea Saroldi

Informarsi per agire

Per affrontare le sfide del nostro tempo c'è bisogno di riflessioni e storie che narrino come fare. L'informazione di massa è inadatta. Ma, cercando con pazienza, si può scoprire un universo comunicativo capace di speranza. Indichiamo tre esempi.

Abbiamo bisogno di storie. Per costruire un mondo migliore, e affrontare le sfide del nostro tempo, abbiamo bisogno di narrazioni che mostrino come fare: «Abbiamo bisogno di storie che possano vincere questa battaglia – scrive Jonathan Matthew Smucker nella prefazione al libro *Re: Imagining Change* di Patrick Reisenborough e Doyle Canning -; storie che abbiano protagonisti con cui le persone possono identificarsi, che invitino a unirsi e a diventare agenti del cambiamento.

Abbiamo bisogno di storie che prefigurino il mondo che sappiamo di poter costruire insieme», che parlino, scrive Cyril Dion nel suo libro *Domani*, «in modo chiaro, sia alla nostra intelligenza sia ai nostri cuori».

Oggi, però, è difficile sentire racconti di questo tipo, in mezzo al frastuono di narrazioni che, da una parte, assicurano che andrà tutto bene, e dall'altra profetizzano che oramai l'umanità è arrivata al capolinea.

I mass media e i social non si mostrano adeguati a illuminare la strada da seguire per orientare l'umanità verso una civiltà ecologica. «Di fronte alla torsione antidemocratica più violenta ed evidente del capitalismo contemporaneo, a una crisi climatica che ha le nostre impronte e non ha precedenti, allo stato di guerra permanente che drena risorse preziose per le armi invece che per i medici, alla vergognosa concentrazione delle ricchezze, al genocidio di Gaza con le nostre forniture militari, al deliberato affogamento di bambini in mezzo al mare, e potremmo continuare – scrive Duccio Facchini in *Questo libro è illegale*-, l'informazione di massa, dotata di strumenti tecnologici inediti, si ritrova balbettante».

Per fortuna esistono testate indipendenti che, da tempo, ci aiutano a comprendere meglio il mondo, a vedere degli orizzonti e a conoscere chi sta camminando per raggiungerli. Sono molte, sia cartacee che online. Una di esse è Missioni Consolata, che voi lettori già conoscete. Ne presento tre che ritengo interessanti.



Per un'economia altra

«Altreconomia» (altreconomia.it) nasce come rivista mensile nel 1999 da un insieme di organizzazioni del commercio equo e solidale, del consumo critico e dell'editoria legata alla rete delle Botteghe del Mondo.

Il suo primo numero aveva la copertina dedicata alla campagna di pressione sulla multinazionale Del Monte. Il secondo raccontava il vertice della Wto di Seattle bloccato dai manifestanti della società civile. L'editoriale di Giorgio Dal Fiume iniziava così: «Torno da Seattle con una buona notizia: l'altreconomia c'è e si vede. Chi protestava contro l'Organizzazione mondiale del commercio (Wto) non era solo "contro", ma anche "per" qualcosa».

Il mensile nasceva all'inizio di un'epoca di grandi trasformazioni, e le ha sempre seguite da vicino. Nel 2007 è nata la cooperativa Altra Economia. Oltre alla rivista, negli anni ha pubblicato saggi, guide e manuali dedicati

all'economia solidale, al turismo responsabile, all'ambiente, all'autoproduzione, alla cucina sostenibile e alle inchieste.

Ultimamente ha realizzato alcuni podcast e ogni mese racconta a fumetti sui social una storia di chi non si arrende e, con il suo impegno, diventa strumento di cambiamento.

Oggi Altra Economia è una cooperativa impresa sociale con 1.200 soci, perlopiù lettori della rivista. Nella cooperativa lavorano in undici, collegati a una fitta rete di collaborazioni esterne. La sede si trova a Milano, nel quartiere Niguarda.

A novembre del 2025 ho partecipato al suo 26° compleanno: dopo una passeggiata alla scoperta dei murales che raccontano la Resistenza del quartiere al nazifascismo, abbiamo festeggiato l'acquisto della sede. Abbiamo quindi inaugurato un murale che, sulla parete della sala riunioni, riproduce una foto scattata in una di quelle strade il 27 aprile 1945 nella quale un gruppo di partigiani in «pausa pranzo» distribuisce cibo e mangia, osservando i passanti. Un'immagine che ricorda l'intreccio tra le nostre azioni quotidiane e la storia dell'umanità.

Nel periodo di resistenza che stiamo vivendo oggi, *Altreconomia* sta svolgendo un ruolo importante; come afferma il suo attuale direttore, Duccio Facchini: «Ci impegniamo seriamente nella produzione di informazione indipendente, presentando inchieste che riflettono la nostra visione del mondo e dei diritti. Mostriamo la realtà basandoci su fatti oggettivi, evidenziando come le cose sono e come potrebbero e dovrebbero essere».

Oltre a raccontare le storie di chi costruisce un'economia differente e una società fondata sulle relazioni e non sul denaro, la rivista aiuta a capire il contesto in cui ci muoviamo. In questo senso, sono esemplari le inchieste pubblicate nel 2025 che hanno portato alla luce vendite di

armi e finanziamenti da parte di aziende italiane a Israele.

Come recita lo slogan: «Una rivista per cambiare il mondo, una pagina alla volta».



L'informazione in comune

«Comune-info» (comune-info.net) è un sito e blog che nasce nel 2012 dopo la chiusura della rivista «Carta» e dello spazio della «Città dell'altra economia» di Roma. «Comune-info» ne ha preso l'eredità per continuare a sostenere il racconto e il confronto su esperienze locali e globali che si oppongono al sistema dominante, e che costruiscono nella pratica un'alternativa.

«Comune-info» è uno spazio web dedicato alle persone che, nella vita di ogni giorno, si ostinano a ribellarsi tramite l'azione. È un sito che cerca di raccontare, accompagnare e moltiplicare i cambiamenti sociali profondi, spesso poco visibili.

Il suo lavoro di informazione e riflessione si basa su legami costruiti nel tempo tra gli autori dei contributi, italiani e internazionali, la redazione e i lettori. Gli articoli sono pubblicati con licenza *creative commons* e vengono raccolti nelle newsletter a cui ci si può iscrivere.

Nel 2024 «Comune-info» ha lanciato la campagna «Partire dalla speranza e non dalla paura», chiedendo ai suoi lettori indicazioni e supporto per accendere qualche luce nel tempo buio che viviamo. Il tipo di risposta alle sfide della nostra epoca che la testata online aiuta a costruire è, infatti, guidata dalla speranza, intesa come forza sociale in grado di trasformare il mondo. Un pensiero indicato sul primo pannello della mostra «Pensare mondi nuovi» che «Comune-info» ha realizzato nel 2025: «La speranza non è un desiderio che non fa nulla per cambiare l'ordine delle cose. Non è neanche uno sciocco ottimismo, spesso è una speranza angosciata per ciò che accade nel mondo. È lo sforzo delle persone comuni, limitato e contraddittorio, di vivere qui e ora in modo diverso. Abbiamo bisogno di imparare a sperare, cioè di pensare insieme mondi nuovi».



In un'Italia che cambia

Nel 2012 il giornalista Daniel Tarozzi fa un viaggio in camper lungo tutta l'Italia per scoprire e raccontare le esperienze di chi, di fronte ai problemi della nostra epoca, decide di vivere in modo diverso. Il viaggio dura sette mesi, e le esperienze incontrate sono tantissime, molto più numerose di quelle che possono entrare nel libro «Io faccio così» che lo racconta.

Così il blog del viaggio diventa, nel 2013, la testata online «Italia che cambia» (www.italiachecambia.org) che propone un giornalismo costruttivo, dedicato alla comprensione del presente e a storie di cambiamento avvenute in diversi settori, per mostrarci che esistono delle possibilità.

In questi anni l'attività è cresciuta, comprende redazioni locali in otto territori, la rassegna stampa commentata «Io non mi rassegnò», e alcuni *podcast*.

Oggi la redazione conta circa dieci persone.

«Italia che cambia» ha di recente avviato un piano di sviluppo per costruire relazioni più stabili con i lettori e rafforzare il giornale, per renderlo più efficace nell'attivazione e nel sostegno al cambiamento sociale, attraverso il racconto di utopie concrete che alimentano l'immaginario e guidano le pratiche.

Per orientare la storia

Per immaginare un futuro per l'umanità e farci un'idea di come arrivarci insieme, è importante capire il presente e conoscere le storie di chi si sta muovendo in quella direzione.

In queste righe ho presentato qualche esempio di giornalismo che racconta diverse storie in favore del cambiamento, ma ce ne sarebbero molti altri.

Il mio invito non è solo quello di seguire e abbonarsi a canali come questi, ma anche di contribuire, ciascuno, alla narrazione del cambiamento, aggiungere la nostra parte per orientare la storia dell'umanità.

Quando «Altreconomia» ha fatto il suo 25° compleanno nel 2024, la festa si è conclusa con la poesia *Pensa agli altri* del poeta palestinese Maḥmūd Darwīsh, che collega le nostre azioni a chi è lontano, e invita ciascuno a essere [«una candela nell'oscurità»](#), come canta Giacomo Lariccia nella versione

[italiana](#) della trasposizione in musica della poesia firmata da Mira Awad (reperibile sul canale Youtube «Giacomo Lariccia»).

Questa luce ci aiuta a trovare la strada, perché sappiamo che un'altra strada esiste.

*Andrea Saroldi**

**Autore di questa rubrica, tra le altre cose, è parte della [redazione del sito economiasolidale.net](#). Il portale è nato nel 2014 come strumento di cambiamento a disposizione dei soggetti e delle reti di economia solidale. Ospita le informazioni del Forum per l'economia solidale dell'Emilia Romagna, l'archivio e la mappa delle organizzazioni di economia solidale.*

Fiere del cambiamento

Sono tante le persone, i gruppi e le realtà organizzate che si muovono per dare forza all'economia solidale. E sono molti gli appuntamenti in cui si raccontano e stringono legami per costruire una «storia comune». Sono fiere di scambio e cambiamento.

La nostra società sta affrontando sfide epocali, e la risorsa più preziosa per viverle nel modo migliore è lo spirito di collaborazione, che possiamo costruire a partire dalle cose concrete.

«Finché siamo in grado di mantenere dei legami e, soprattutto, una storia comune, abbiamo delle possibilità di attraversare le tempeste – scrivono Pablo Servigne e Gauthier Chapelle nel loro volume *L'effondrement (et après) expliqué à nos enfants...*

et à nos parents del 2022 -. Ma se questa tela così fragile si sgretola, se le ragioni che ci tengono insieme svaniscono, allora la questione si complica velocemente. Il cedimento è prima di tutto quello della storia che ci fa vivere insieme. Il resto è secondario, sono questioni tecniche. [...] In effetti, la cosa più pericolosa non è la mancanza di cibo, ma la presenza di esseri umani educati nella cultura dell'ognuno per sé, che si chiudono agli altri [...]. Il mutuo aiuto è ancora più importante quando le cose si complicano, questo rende fondamentale imparare ad amare i propri vicini e a condividere».

Feste di economia solidale

Ci sono diversi modi per costruire questa storia comune e allenarci alla collaborazione, anche quando si parla di «consumi». Uno di questi si trova nella costruzione di relazioni di fiducia lungo le filiere produttive da cui riceviamo i prodotti e i servizi che utilizziamo.

Ma la fiducia si basa sulla conoscenza. Per questo è importante, ove possibile, incontrare i nostri produttori e fornitori, e conoscere l'ambiente da cui provengono. Si può andare direttamente a fare visita all'azienda. Oppure si può partecipare alle fiere e feste dell'economia solidale organizzate in vari luoghi e con diverse modalità lungo il corso dell'anno. Le fiere, in più, oltre a essere un'ottima occasione per incontrare produttori e fornitori, danno anche la possibilità di conoscere e approfondire molti argomenti, e le prospettive di cambiamento nei diversi ambiti.

Partecipare a queste fiere è un modo per costruire una collettività che sia agente del cambiamento e, allo stesso tempo, agganciata agli aspetti concreti della vita di tutti i giorni.

Sono fiere per scambiare e per cambiare.



Fare la cosa giusta

È proprio per raccontare una storia comune e diversa che nasce nel 2004 a Milano la fiera «Fa' la cosa giusta!» (www.falacosagiusta.org), ideata e organizzata dalla casa editrice Terre di Mezzo, nata nel 1994 come giornale di strada venduto da migranti e scritto da giovani, che oggi pubblica 100 titoli all'anno.

Il giornalista e cofondatore di «Fa' la cosa giusta!», Massimo Acanfora, ha curato per il ventennale della fiera l'opuscolo *Dal dire al fare, il glossario di Fa' la cosa giusta!*, scaricabile gratuitamente dal sito della fiera. In esso scrive che la kermesse nasce come «un'epifania, una emersione dell'economia solidale. Questo mondo, ancora invisibile o quasi, aveva bisogno di una narrazione. Per gli organizzatori usare le parole giuste era fin d'allora una questione di chiarezza intellettuale, che arrivava dal loro retroterra di giornalisti innamorati dell'informazione indipendente. Proprio pesando le parole, nasce la "Fiera del consumo critico e degli

stili di vita sostenibili”.

Per la prima volta in Italia, il commercio equo e solidale e la finanza etica, l'agricoltura biologica e il turismo responsabile, i gruppi d'acquisto solidale e le cooperative sociali, i gruppi e le associazioni che si occupano di mobilità sostenibile, energie alternative, partecipazione, pace e nonviolenza, incontrano il grande pubblico e soprattutto si incontrano tra loro, in una “piazza”, un’agorà dove confrontarsi, fare rete, depositare un nuovo humus culturale».

La fiera è pensata come una grande piazza, in cui è possibile incontrare moltissime persone e organizzazioni. Attraverso un intenso programma, «Fa’ la cosa giusta!» è un appuntamento importante per capire quali sono le idee in evoluzione per il bene collettivo e come si stanno sviluppando e praticando, fino ad arrivare ai prodotti e servizi di cui ci serviamo.

La fiera si tiene con cadenza annuale in un *hub* fieristico nella zona di Milano. La prossima edizione si terrà alla Fiera Milano Rho dal 13 al 15 marzo.

I contenuti sono organizzati in aree tematiche come «cura e benessere», «saperi e sapori», «viaggio e grandi cammini», «scuola, cultura e partecipazione». Per non restare sopraffatti dall'abbondanza, consigliamo di arrivare preparati, avendo un'idea di quali presentazioni interessano e quali produttori incontrare, pur restando aperti alle immancabili sorprese.

I dati riferiti all'edizione del 2025 parlano di 52.200 visitatori, 550 espositori, 400 relatori per 300 incontri e laboratori e 150 volontari.

La nuova edizione procederà sul cammino già tracciato, di collegare le scelte individuali con quelle collettive: «I desideri e le alleanze che vanno nella direzione di fare del bene al pianeta stanno aumentando – afferma Miriam Giovanzana,

direttore editoriale di Terre di Mezzo -: noi vogliamo sostenere la speranza. L'affluenza di pubblico a *Fa' la cosa giusta!* ci dice che siamo in grado di riconnettere le scelte personali con le scelte collettive, le scelte dei consumatori con quelle dei produttori. Ora si tratta di andare a fondo, di dirci la verità, gli uni con gli altri, e di provarci insieme».



Solidalmente

Oltre a *Fa' la cosa giusta!* ci sono molte altre fiere e feste organizzate da diverse reti locali come occasioni di incontro e costruzione di una storia comune.

Ne esistono diverse (*vedi box*). Ciascuna con le sue caratteristiche, costituisce un'occasione importante per conoscere persone e idee, e per comprendere nel concreto cosa sia l'economia solidale e come partecipare al cambiamento.

A partire dal 2023, nella Fattoria di Vigheffio a Collecchio,

alle porte di Parma, si tiene annualmente, a maggio, *Solidalia* (www.solidalia.org), la festa dell'economia solidale promossa dal Distretto di economia solidale (Des) di Parma con altri soggetti del territorio, insieme a numerosi volontari, Gas e produttori.

«Solidalia» è innanzitutto una grande festa, con molto spazio per gli incontri e il divertimento.

Sul prato del parco, in mezzo agli alberi, in due giorni fitti di seminari, laboratori, animazioni e spettacoli, troviamo banchetti di produttori e diverse organizzazioni.

L'edizione del 2025 è stata dedicata ai «coltivatori di pace», per ragionare su come possa funzionare nel concreto una economia di pace e, allo stesso tempo, per interrogarsi su come si possa intervenire nella situazione critica che stiamo vivendo.

Come ha affermato Francesca Marconi, presidente del Des Parma, alla conclusione dell'edizione 2025, «Solidalia in questi due giorni sembrava un mondo perfetto, ma sappiamo che eravamo dentro una bolla, mentre il mondo fuori sta vivendo la deriva della violenza e della preparazione alla guerra. Se vogliamo essere coltivatori di pace dobbiamo farci sentire, dire che non ci stiamo, e promuovere questo nostro modello, insieme alle altre realtà che vogliono la pace attraverso l'impegno al dialogo, alla comprensione e alla convivenza pacifica, e non attraverso il riarmo».

L'appuntamento per la sesta edizione di «Solidalia» è fissato al 23 e 24 maggio 2026.

È tutta un'altra cosa

Mentre le reti locali facilitano le relazioni lungo le filiere corte, il commercio equo e solidale si occupa di organizzare rapporti di collaborazione con i produttori di paesi lontani, importando direttamente i prodotti che vengono poi distribuiti

dalla rete delle Botteghe del mondo.

L'associazione Botteghe del mondo, che coinvolge 150 negozi, organizza tutti gli anni a Padova, a ottobre, in un fine settimana dal venerdì alla domenica, la fiera «Tuttaunaltracosa» (www.tuttaunaltracosa.it) per raccontare queste e altre storie e incontrare i progetti.

«Tuttaunaltracosa» è la fiera del commercio equo e solidale: anche in questo caso, il mercato diventa incontro con persone, percorsi e progetti che costruiscono un modello alternativo, una speranza che è già dentro al cambiamento.

Come si può vedere, le fiere che raccontano un altro mondo in costruzione sono molte, e in queste pagine non ci stanno tutte. Fa bene visitarle: quando si cammina tra gli stand e si guardano i visitatori interessati, si sente che c'è qualcosa che unisce, che forse si fa fatica a esprimere, ma che è una risorsa su cui contare.

Le fiere di questo tipo sono occasioni importanti per allacciare e rinforzare le connessioni che ci servono a spingere la nostra società verso un futuro migliore, per tutti.

Andrea Saroldi



Altre Fiere del cambiamento

- L'isola che c'è: organizzata dalla omonima rete della provincia di Como, si tiene a settembre al parco comunale di Villa Guardia. www.fieralisolachece.org
 - Alla fiera del Des: in una domenica di giugno nei giardini estensi di Varese, organizzata dal Distretto di economia solidale di Varese. www.des.varese.it/fiera
 - Prendiamoci cura: organizzata a Rho (Mi) una domenica a fine settembre dalla rete dei Gas del territorio. www.prendiamocicura.it
 - Macrolibrarsi fest: alla fiera di Cesena in un fine settimana di settembre. www.macrolibrarsifest.it
-

Pulire secondo natura

Ogni giorno usiamo decine di prodotti, spesso non sostenibili per ambiente e persone. Tra questi ci sono i detergenti. Anche quelli naturali, a volte, contengono materie prime di Paesi lontani e sfruttati. Alcune persone si sono messe in gioco per produrre alternative.

«L'uomo non è un'eccezione nella natura», scrive Pëtr Kropotkin, geografo, biologo e anarchico russo, nato nel 1842 e morto nel 1921, dopo aver studiato le strategie di mutuo aiuto in diverse specie di animali nel mondo: «È anch'egli soggetto al grande principio del mutuo appoggio, che garantisce le migliori possibilità di sopravvivenza a quelli che meglio si aiutano l'un l'altro nella lotta per la vita».

Dopo più di cento anni dalla sua morte, vogliamo riprendere la sua riflessione e ampliarla. Consideriamo, infatti, valida la prospettiva della collaborazione non solo all'interno di una stessa specie, in particolare tra gli esseri umani, ma anche tra una specie e le altre, e con la natura.

Come ha raccontato la mostra d'arte «Mutual Aid. Arte in collaborazione con la natura», ispirata al pensiero di Kropotkin, tenutasi al Castello di Rivoli (To) tra ottobre 2024 e marzo 2025: «Simbiotica, empatica, collaborativa, questa prospettiva propone una modalità di essere al mondo che oggi giorno è diventata a dir poco pressante».



«Officina Naturae»

Se proviamo a cercare tracce di questo approccio collaborativo tra gli umani e con la natura nell'ambito del consumo critico, troviamo molti esempi, in molti campi. Dall'agricoltura, alla produzione di energia, dalle forme di condivisione di risorse e spazi, all'autoproduzione di beni.

Una delle realtà che sono cresciute di pari passo e in reciproco appoggio con i *Gruppi di acquisto solidale* (Gas), è quella di alcune aziende che si occupano di prodotti per la pulizia.

È noto, infatti, che i prodotti industriali per la detergenza contengono normalmente ingredienti inquinanti. Alcuni si sono domandati come arginare il problema e hanno messo in commercio prodotti biodegradabili.

«Officina Naturae» è una di queste realtà: nata da alcuni membri del Gas di Rimini che si domandavano come lavare e

pulire in modo efficace con prodotti al 100% di origine vegetale.

Non trovando una risposta intorno a loro, Silvia Carlini e Pierluca Urbinati nel 2004 hanno messo in gioco le loro competenze per fondare un laboratorio.

L'avvio è stato pionieristico: le taniche dei primi detersivi sostavano accatastate in un garage prima di venire distribuite ai Gas. Con il tempo, grazie al rapporto con la rete dei Gas, e tramite una lunga serie di incontri e laboratori, la società è cresciuta. Oggi vi lavorano dodici persone.

I prodotti di Officina Naturae vengono realizzati con una forte attenzione all'ambiente, che si manifesta in primo luogo nella scelta delle materie prime, tutte di origine vegetale, e quindi velocemente biodegradabili.

Tra gli ingredienti utilizzati, Officina Naturae prevede molti prodotti locali, come la mela cotogna biologica e il fico d'India selvatico usati per il balsamo per labbra e la linea per bambini «Biricco».

Una grande attenzione è dedicata anche al *packaging*, tramite l'utilizzo di bioplastiche, plastiche riciclate post consumo, o azzerando l'utilizzo della plastica nei prodotti «plastic free», come in quelli della linea di cosmetici solidi (shampoo, bagnoschiuma, deodorante, detergente viso) e il «Piatti Solido Solara».

Officina Naturae diffonde anche ricette per l'autoproduzione dei detersivi, a partire da alcuni ingredienti di base come l'acido citrico o il percarbonato di sodio.

Per queste attenzioni ha ottenuto diversi premi.

Il rapporto con i Gas e, in generale, con i consumatori consapevoli, è stato molto importante agli inizi, e lo è tutt'ora: i numerosi incontri e le altre forme di interazione

con le persone costituiscono un canale continuo di verifica e aggiornamento.



«Tea Natura»

Con un percorso per certi aspetti simile, a marzo 2003 è nata ad Ancona «Tea Natura».

Dopo le fatiche iniziali, oggi Tea Natura è una società benefit che sostiene diversi progetti ambientali e sociali, ed è attenta al benessere dei suoi dieci lavoratori.

Produce diverse linee di prodotti, anche solidi, per la cosmesi e la detergenza, e incensi naturali.

I prodotti per la cosmesi contengono ingredienti di origine vegetale o minerale, evitando i derivati del petrolio, i conservanti di sintesi, i profumi chimici e i prodotti di derivazione animale.

Anche Tea Natura è cresciuta grazie a uno stretto legame con i Gas. Oggi circa il 50% del suo fatturato proviene dalla

vendita diretta ai consumatori singoli o ai Gruppi di acquisto, e il restante 50% dalla distribuzione tramite i negozi. La società gestisce anche un mercatino settimanale nel quartiere degli Archi ad Ancona.

Una decina di anni fa, durante un incontro di Piero Manzotti, fondatore di Tea Natura, con il Gas di Forlì, una donna gli ha posto una domanda: cosa fare dell'olio di frittura esausto? A partire da quella domanda, Piero si è impegnato a capire se fosse stato possibile utilizzarlo per i detersivi.

Dopo diverse prove, nel 2018 è arrivato alla fiera «Fa' la cosa giusta!» di Milano con alcuni campioncini di «Ri-Detersivo» da distribuire ai visitatori perché lo provassero.

Nonostante il processo per ottenere detersivo da oli esausti sia complesso, i consumatori hanno chiesto a Piero Manzotti di continuare. E così, oggi, il Ri-Detersivo è utilizzabile per i piatti, il bucato a mano e in lavatrice.

Un prodotto ottenuto da oli esausti comporta diversi vantaggi per l'ambiente: in primo luogo evita l'uso di oli di palma e di cocco provenienti da Paesi lontani come Malaysia o Indonesia, olii che sono normalmente alla base dei detergenti ecologici nonostante abbiano un grande impatto sulla deforestazione. In secondo luogo, evita i trasporti via nave di materie prime, e consente di uscire dal mercato internazionale della borsa degli oli vegetali, la quale ignora le esigenze dei piccoli produttori. In terzo luogo, evita lo sversamento dell'olio esausto nell'ambiente. Esso è reso completamente biodegradabile attraverso la saponificazione. Quarto: grazie al riuso dell'olio, diminuisce l'area di terreno coltivato necessaria per la produzione.

Inoltre, il confezionamento prevede taniche molto leggere da 5 litri, bottiglie ottenute con circa il 50% di plastica riciclata, e sono allo studio detersivi concentrati per ridurre al minimo l'impatto dei trasporti e degli imballaggi.



Non solo pane

I consumatori critici e i Gas cercano di rivedere la loro spesa, i prodotti e i servizi che utilizzano tutti i giorni.

Non parliamo quindi solo di alimenti, ma di molto altro, affrontando, quando necessario, anche filiere complesse come quelle della cosmetica e dei detersivi.

L'attenzione di questi consumatori, singoli o in gruppo, consente alle imprese che ne condividono i valori, di nascere, crescere e innovare per rispondere, insieme, alle esigenze dei diversi soggetti coinvolti: i lavoratori, i cittadini consumatori, le comunità locali e l'ambiente.

Queste aziende hanno dei canali specifici per la vendita diretta ai consumatori o ai Gas, che, come abbiamo visto, costituiscono una parte importante della loro storia. È possibile acquistare i prodotti dai loro siti, organizzandosi nei Gas, o tramite le botteghe del commercio equo o altri negozi.

Ma se si presenta l'occasione, incontrare i produttori è il

modo migliore per capire cosa sta dietro a un prodotto. Le diverse fiere dedicate all'economia solidale e agli stili di vita sono un'ottima occasione di incontro e approfondimento per condurre sempre di più una vita pulita in collaborazione con la natura.

Andrea Saroldi



Altri produttori

Segnaliamo altre tre interessanti realtà oltre a **Officina Naturae** (www.officinaturae.com) e **Tea Natura** (www.teanatura.com):

Aperegina-Chindet:

cooperativa sociale che produce detersivi ecologici impiegando lavoratori svantaggiati e detenuti a Villalagarina (Tn). (aperegina.myshopify.com).

Felici da Matti:

cooperativa sociale di tipo B per la creazione di posti di lavoro e l'inserimento lavorativo di soggetti svantaggiati a

Roccella Jonica (Rc). Produce saponi e detersivi ricavati da olio esausto. (www.feliciadamatti.it);

Hierba Buena:

lavorazione artigianale, materie prime vegetali e confezioni riciclabili a Veduggio con Colzano (Mb). (www.hierbabuena.it)

Equapp: un acquisto alla volta

Diritti umani e sostenibilità ambientale nella vita quotidiana? Come orientare i consumi in direzione etica? Un'app può aiutare.

Gruppi d'acquisto in rete

Contro il potere della «legge dei mercanti» occorre mettersi insieme e realizzare in modi concreti «la legge della solidarietà». La collaborazione, spesso semplice, messa in atto in stile faccia a faccia, è l'antidoto. Un esempio sono i gruppi di acquisto solidale che si organizzano in reti.

Le specie viventi e le società che stanno meglio sono quelle

capaci di collaborazione. Quando le condizioni di vita sono ostili, il mutuo aiuto è la chiave della sopravvivenza.

La legge della solidarietà e della cooperazione, quella che Pablo Servigne e Gauthier Chapelle chiamano «l'altra legge della giungla», è quella che ci porta ad affrontare insieme le sfide della nostra epoca per viverla nel modo migliore.

Già tra la fine dell'Ottocento e l'inizio del Novecento, il principe russo Pëtr Kropotkin, anarchico e antropologo assai noto al suo tempo, aveva introdotto il fattore della collaborazione negli studi sull'evoluzione.



Quando compì un viaggio di ricerca in Siberia, in un ambiente molto ostile, lo scienziato russo, infatti, si aspettava di ritrovare l'aspra lotta per la vita come caratteristica dominante delle relazioni tra gli animali delle stesse specie. Con sua grande sorpresa, invece, scoprì la forza evolutiva di

un istinto molto più ampio rispetto a quello della competizione: la tendenza alla solidarietà e alla socievolezza. «È un sentimento infinitamente più vasto dell'amore o della simpatia personale, un istinto che si è lentamente sviluppato tra gli animali e fra gli uomini nel corso di un'evoluzione estremamente lunga, che ha insegnato tanto agli animali quanto agli uomini la forza che possono acquisire dalla pratica del mutuo appoggio e dell'aiuto reciproco, e le gioie che possono trovare nella vita sociale», scrisse nel suo «Il mutuo appoggio» del 1902.

Affrontare le sfide insieme

Sulla scia di queste considerazioni, pensiamo che oggi la collaborazione sia ciò di cui abbiamo più bisogno per affrontare le sfide della nostra epoca, e che la prospettiva del mutuo appoggio possa fare da sfondo al racconto di alcune delle molte esperienze di economia solidale oggi in atto.

Da qui nasce l'idea di questa nuova rubrica per descrivere e promuovere forme e strumenti di collaborazione, presentando progetti concreti a cui il lettore possa aderire, o che possa sostenere attraverso i propri comportamenti.

Sviluppare la legge della solidarietà richiede una trasformazione insieme individuale e sociale che porti tutti a stare meglio. Riprendendo l'invocazione con cui Lorenzo Guadagnucci termina la sua indagine sulle nuove forme di mutualismo pubblicata da Feltrinelli nel 2007, *Il nuovo mutualismo*: «Oggi prevale la "legge dei mercanti", domani dovrà esserci la "legge della solidarietà"».



Distribuzione solidale

Una delle modalità per praticare la legge della solidarietà è quella del consumo critico, partendo dalla scelta di ciò che acquistiamo e della catena distributiva cui ci rivolgiamo.

In questa prospettiva sono nati i Gas, i gruppi di acquisto solidale (di cui abbiamo parlato nel numero di MC agosto-settembre 2024), nei quali la solidarietà, già presente all'interno del singolo gruppo, si estende oltre i suoi confini e l'organizzazione degli acquisti, con una particolare propensione a mettersi in rete assieme ad altre realtà solidali secondo diverse forme.

A Torino, a partire dalla fine degli anni Novanta, i Gas di città e dintorni hanno costituito una rete allo scopo di aiutarsi a fare insieme ciò che, per motivi logistici, da soli sarebbe più difficile, o impossibile.

Grazie a questa rete, già dal 2003, per i Gas torinesi è più facile fornirsi di prodotti ad alto valore sociale e ambientale, organizzando alcuni «ordini collettivi» a livello cittadino.

Mentre, infatti, di solito ogni Gas organizza i propri ordini

rivolgendosi direttamente ai produttori scelti, in alcuni casi è meglio coordinarsi nella rete locale.

La rete Gastorino

Questo modo di acquistare, per i Gas di Torino, è nato con gli ordini collettivi di arance provenienti dal Sud: dal consorzio siciliano del biologico *Le Galline Felici*. Per il produttore, infatti, è più semplice fare un'unica grande spedizione invece di molte piccole che avrebbero un costo economico e ambientale maggiore.

Il sistema degli ordini collettivi si è poi sviluppato nel tempo fino ad arrivare alla forma attuale che prevede il coinvolgimento nella logistica di tre cooperative: ISoLa e Mondo Nuovo che gestiscono botteghe del commercio equo e solidale, e Verdessenza che gestisce un'ecobottega.

In questo modo i Gas collaborano con botteghe di prodotti equi e solidali, ecologici e sfusi, in un intreccio di forme che costruiscono un'alternativa al sistema della grande distribuzione organizzata, che noi chiamiamo «piccola distribuzione organizzata» (Pdo).

Oggi il progetto della rete di Gas torinesi prevede ordini mensili, cadenzati da settembre a giugno da un insieme di una trentina di produttori, sia nazionali che piemontesi.

Ogni mese sono disponibili un centinaio di prodotti: dalle ottime mozzarelle provenienti dai terreni confiscati alla mafia ai dolci tipici di Pasqua e Natale; dalla pasta alla farina, dalla passata di pomodoro, alle cassette di frutta e verdura; dai detersivi alla carta igienica, al pane per la colazione, agli agrumi e molto altro. Il singolo gasista può ordinare ciò di cui ha bisogno utilizzando *Gasdotto*, un applicativo gestionale di software libero sviluppato apposta per i Gas.

Nel giorno della consegna, grazie al coordinamento delle tre

cooperative, i prodotti vengono distribuiti in tre punti della città: a Torino nord, centro e sud.

Ogni Gas ritira i prodotti, e quindi li ridistribuisce ai suoi membri.

In questo modo, una lunga serie di prodotti provenienti da progetti con forte valenza ambientale o sociale, pensiamo ad esempio agli agrumi del *Progetto Sos Rosarno*, arrivano regolarmente nelle dispense dei gasisti di Torino e dintorni.



Scelta piccola, grande impatto

La rete dei Gas, e il sistema degli ordini collettivi sono un servizio che facilita l'organizzazione dei gruppi e, allo stesso tempo, riconosce alle cooperative delle botteghe una quota per il loro lavoro nella logistica.

In più, il progetto facilita gli incontri con i produttori,

durante i quali i cittadini possono conoscere il valore dei progetti che sostengono con i loro acquisti.

L'associazione Gastorino, che rappresenta la rete locale di economia solidale, promuove questa trasformazione collaborativa facilitando sia lo scambio di idee e informazioni che quello di prodotti e servizi, prodotti con cui i Gas sono cresciuti e che hanno mille storie da raccontare.

Incontreremo alcune di queste storie nei prossimi articoli della rubrica.

La partecipazione a un Gas, e a una rete di Gas, è una scelta semplice da parte di chi acquista, ma l'impatto è grande.

Basta andare a visitare i produttori per scoprire i benefici per le persone, le comunità e l'ambiente in cui sono inseriti.

Molti di questi produttori ci raccontano di poter stare in piedi con i progetti a favore dei loro territori proprio grazie alla vendita diretta ai consumatori e alle botteghe. Senza le nostre piccole scelte, avrebbero chiuso.

La solidarietà è un elemento fondamentale per la loro sopravvivenza e il loro sviluppo.

Andrea Saroldi

Esperienze di Piccola distribuzione organizzata

Aequos: una cooperativa di Gas tra Lombardia e Piemonte. www.aequos.bio

Ficos: filiera corta siciliana. www.ficos.org

Ppdo: piccola poetica distribuzione organizzata, in provincia di Varese. www.ppdo-varese.com

Gastorino: la rete dei Gas torinesi.
<https://economyasolidale.net/gastorino>

Oggi prevale la «legge dei mercanti». Per attuare la «legge della solidarietà», allenarci a praticare la collaborazione e sviluppare reti, questa rubrica racconta realtà generate dall'economia solidale.

Lo scopo è promuovere forme di partecipazione di tutti al benvivere presentando proposte e progetti concreti a cui il lettore possa aderire o che possa sostenere attraverso i propri comportamenti.