

QUADERNI DI ECONOMIA SOLIDALE

Quaderno 5

RELAZIONI, COOPERAZIONE E MUTUALISMO: PRATICHE ALTERNATIVE AL SISTEMA DI MERCATO TRADIZIONALE

“Camilla”: il primo emporio di comunità in
Italia

Benedetta ARANGIO RUIZ
Eleonora TROIANO

Cattedra Raimon Panikkar

I Quaderni di Economia Solidale

I Quaderni di Economia Solidale sono una raccolta di ricerche ed elaborati prodotti nell'ambito del corso di Finanza Etica e Microcredito, cattedra Raimon Panikkar.

Il corso, tenuto in collaborazione dai professori Mauro Bonaiuti e Roberto Burlando, è il frutto della collaborazione tra la Fondazione Arbor e il Dipartimento Culture, Politica e Società ed fa parte del Corso di Laurea Magistrale in Scienze Internazionali dell'Università degli Studi di Torino.



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI TORINO

Quaderno 5

RELAZIONI, COOPERAZIONE E MUTUALISMO: PRATICHE ALTERNATIVE AL SISTEMA DI MERCATO TRADIZIONALE

“Camilla”: il primo emporio di comunità in Italia

Benedetta ARANGIO RUIZ, Eleonora TROAINO

anno accademico 2018-2019



INTRODUZIONE

Adottando un approccio multidisciplinare e “di complessità” quest’analisi cerca di definire i motivi e le necessità che l’economia solidale italiana, in generale, e le nuove realtà degli Empori autogestiti come “Camilla”, in particolare, devono affrontare. Partendo dai processi socio-economici che hanno portato alla costruzione dell’immaginario comune occidentale, fondato sull’economia di mercato e il mito della crescita illimitata, analizzeremo le varie attività e i diversi metodi attuati dalle realtà italiane che stanno cercando di creare una vera e propria alternativa al sistema economico predominante. In particolare l’analisi si focalizzerà sul consumo critico come tecnica di resistenza silenziosa e di presa di coscienza politica, attraverso la volontà del ritorno al “locale” e alla rivalutazione dei legami sociali. Le realtà che più ci hanno interessato nel corso dell’analisi prendono le fila dall’esperienza Newyorkese della Food Coop Park Slope, e si possono definire come veri e propri Empori autogestiti e solidali. È necessario enfatizzare e chiarire il ruolo di estrema importanza che ha il consumo critico, specialmente riguardo al cibo, sia in chiave ecologica che economica come punto di partenza per cercare di cambiare dall’interno la società attuale. Chiariremo infine le modalità di formazione e costruzione di questi Empori, definendone le organizzazioni di origine e i cambiamenti che si prefiggono di portare sia nel mondo delle pratiche dell’economia solidale italiana che, più in generale, nelle vite dei cittadini “consum-attori”.

Camilla e le Food Coop in relazione all'Economia Solidale italiana

Le realtà che andremo ad analizzare si pongono in un certo modo come alternativa al sistema di mercato dominante, cercando di inserire in un'attività commerciale i principi cardine dell'economia solidale in modo innovativo.

L'economia Solidale nasce e si costituisce come possibile alternativa al sistema economico capitalista di libero mercato. L'insieme di pratiche e attività che possono essere incluse sotto quest' "etichetta" sono a dir poco numerose ed eterogenee tra loro, ma poggiano su principi comuni quali: la reciprocità, la redistribuzione, il rispetto per l'ambiente e il rapporto attivo con il territorio e infine principi di partecipazione democratica e autogestione.

L'economia solidale cerca di trovare un'alternativa praticabile al sistema capitalista di produzione e accumulazione delle merci. Sistema produttivo che grazie al processo di creazione del libero mercato delle merci, ha favorito il perseguimento dell'obiettivo, inizialmente prettamente occidentale, di crescita economica smodata e illimitata. Le logiche alla base del sistema capitalista puntano all'assoggettamento e allo sfruttamento del consumatore attraverso la creazione di un immaginario economicista ed utilitarista. Vi sono innumerevoli studi sociologici ed economici che hanno dimostrato e analizzato come la formazione di questo immaginario comune sia stato fondamentale nel processo di creazione dell'odierna "società dei consumi". (Bauman, Baudrillard)

L'economia solidale si trova quindi ad affrontare e cercare di combattere un modello di società occidentale e capitalista che si è andata formando e costruendo grazie ai processi di globalizzazione e finanziarizzazione dell'economia che, a partire dagli anni '80/'90, hanno caratterizzato l'assetto economico, politico e sociale mondiale. Questi due processi complessi derivano dall'adozione e applicazione della dottrina politico-economica neoliberista, impiegata inizialmente da parte di Stati Uniti e Gran Bretagna negli anni '80, ma che in pochissimo tempo è riuscita ad imporre la sua egemonia a livello globale. Il neoliberismo originariamente si reggeva su principi quali la deregolamentazione economica per favorire le forze imprenditoriali e sul principio di "libertà" intesa come minor intervento statale in economia. La vera forza di questa dottrina è stata la sua capacità di espansione e adattamento anche a contesti differenti, come i cosiddetti paesi del "Terzo Mondo¹", continuando a perpetrare il rapporto di dipendenza e subalternità che lega questi ultimi ai paesi del mondo Occidentale.

Per comprendere il dibattito e la riflessione scientifica sull'importanza che ha l'economia, intesa come scienza astratta, nel mondo contemporaneo è necessario riprendere la divisione delle sfere Polanyane, basate su quattro differenti modalità di scambio sociale: reciprocità, scambio di equivalenti, redistribuzione e autoproduzione (Polany, 1944). Ciascuna di queste sfere interagisce e tesse rapporti con le altre, poiché nella società occidentale contemporanea sarebbe impossibile una ghattizzazione delle modalità di

¹ Definizione utilizzata spesso anche dalle Organizzazioni delle Nazioni unite per indicare i paesi in via di sviluppo, per sottolinearne la contrapposizione ai paesi del primo mondo (democratici e capitalistici) e quelli del secondo mondo (socialisti e comunisti). La suddetta definizione è stata utilizzata per la prima volta dall'economista francese Alfred Sauvy il quale, alludendo al "terzo stato" francese conio questa definizione per riferirsi ai paesi non allineati ai tempi della contrapposizione dei due blocchi durante la Guerra Fredda. Si utilizza questa definizione durante la trattazione anche se chi scrive non si trova d'accordo con questo tipo di differenziazione.

scambio all'interno di una sola sfera. Infatti, nel sistema economico, ogni tipologia di scambio necessita, per il proprio funzionamento, di entrare in relazione con le altre. L'attuale sistema economico capitalista, però, prediligendo lo scambio di equivalenti, ha delegittimato le altre modalità di scambio, relegandole alla sfera del privato. L'espansione smisurata della sfera del mercato e dell'economia a discapito della sfera sociale ha favorito anche la creazione e l'imposizione di un immaginario globale comune come parte del processo di globalizzazione. Tale immaginario comune affonda le sue radici nella dottrina economica classica e in particolare continua ad avere come figura sociale di riferimento "l'Homo economicus" Smithiano, pienamente razionale, finalizzato al raggiungimento del proprio interesse personale e alla massimizzazione del profitto con il minimo sforzo. Questa raffigurazione alla base della dottrina economica descrive un soggetto pienamente individualista che diviene il consumatore-tipo della società utilitarista e consumista che si è andata a definire nel corso degli ultimi decenni.

La concezione individualista della società porta, nella pratica della vita quotidiana, a una conseguente e inevitabile disgregazione dei legami sociali. Con l'avvento e l'affermazione a livello globale dell'economia di mercato si vede come l'economia abbia espanso la sua influenza e il suo controllo su tutte le altre sfere della vita dell'individuo, andando a regolarne ogni aspetto. Il predominio della sfera del mercato e l'adozione degli obiettivi economici di crescita illimitata da parte dei governi e delle organizzazioni economiche mondiali ha portato anche a uno sfruttamento increscioso delle risorse naturali. Ad oggi si ha, anche a livello istituzionale, grande consapevolezza dei limiti fisici del pianeta Terra e del bisogno di ridurre e modificare consumi e sprechi, ma gli interessi economici risultano sempre prioritari.

Da questa consapevolezza nasce la teoria e il movimento della Decrescita, vista come obiettivo etico ma anche come una necessità impellente: «Svolta riflessiva per la ricerca relazionale, personale e collettiva di una qualità della vita sganciata dall'ossessione per la crescita e dalla corsa alla produzione, al possesso e al consumo di merci» (Associazione Decrescita). Il movimento sorge da basi anti utilitariste ed ecologiche e vede il suo massimo esponente, Serge Latouche, impegnato in una battaglia decennale finalizzata alla decolonizzazione dell'immaginario. Contrario alle logiche sviluppite e al concetto stesso di sviluppo, si propone di uscire dall'immaginario economicista tipico delle società occidentali contemporanee attraverso le buone pratiche, racchiuse nelle 8 "R"² e l'ideale della sobrietà.

² Per 8 R si intendono le otto componenti del ciclo della decrescita: Rivalutare; Riconcettualizzare; Ristrutturare; Ridistribuire; Rilocalizzare; Ridurre; Riusare; Riciclare.

Consumo critico in relazione al cibo: dai G.A.S. a “Camilla”

In questo quadro generale l'economia solidale utilizza diversi metodi per contrastare l'economia di mercato e la grande distribuzione, uno dei metodi più consolidati è il cosiddetto “Consumo critico”: insieme di tecniche di piccola ma significativa resistenza quotidiana.

Per “Consumo Critico” si intende un consumo consapevole che risponde al bisogno e alle necessità di ognuno e non alle imposizioni del marketing, diventando in questo modo una vera e propria scelta politica. Rifacendosi alla dottrina della decrescita, l'Economia Solidale propone una generale riduzione dei consumi rivolta a prodotti controllati, etici e quando possibile locali o a km 0. La questione del “locale” è determinante per diverse ragioni, in primis per ridurre l'impatto ambientale dei trasporti delle merci da una parte all'altra del globo, per ristabilire un rapporto diretto con il territorio e quindi (in riferimento ai generi alimentari) un consumo di beni di stagione e regionali. Oltre alla questione del locale attraverso il consumo critico vengono sponsorizzate e favorite dal “consum-attore” attività che puntano ad una ricostruzione dei legami di fiducia tra produttore e consumatore. L'Economia Solidale, infatti è una reazione evolutiva nei confronti del vuoto lasciato dalla disgregazione della sfera sociale, e si pone infatti come vera e propria trasformazione sociale. Per contrastare il dissolvimento dei legami sociali molte attività dell'E.S. puntano alla costruzione di un rapporto diretto con il produttore, basato sulla fiducia, la solidarietà e la conoscenza reciproca. Esempi di questa pratica si possono

riscontrare nelle attività dei G.A.S (Gruppi di acquisto solidale), che sperimentano una nuova democrazia economica ed il sostegno a forme di agricoltura sostenibile prevalentemente su scala locale. I G.A.S. si sono sviluppati in Italia a partire dagli anni '90, inizialmente con una crescita e diffusione piuttosto lenta ma che, con il nuovo millennio subisce un'accelerazione notevole. Sono state tra le realtà più diffuse e importanti in Italia che si sono occupate di questi temi. I G.A.S. sono dei gruppi informali di persone che scelgono di acquistare collettivamente beni alimentari rivolgendosi a coltivatori e aziende con cui instaurano un rapporto diretto e personale. Le ragioni che spingono le persone a partecipare a un G.A.S. possono essere diverse, da motivazioni salutiste a ragioni politiche a sostegno di un vero e proprio cambiamento di paradigma.

Oltre alla centralità del consumo locale e biologico i G.A.S. erano rivoluzionari anche a livello amministrativo avendo un'organizzazione orizzontale in opposizione alla creazione di leadership forte. Per rafforzarsi ed espandersi il più possibile sul territorio nazionale i G.A.S. hanno adottato nel tempo il metodo della creazione di "reti". Col tempo, nel mondo dell'economia Solidale Italiana si è visto che era necessaria una spinta innovatrice rispetto alla questione del consumo critico e della costruzione di rapporti di fiducia con i produttori e tra i soci. Rispetto agli empori autogestiti che stanno nascendo in Italia in questo momento, i G.A.S. puntano di meno alla coesione e collaborazione tra coloro che usufruiscono del servizio, partendo appunto da basi e ragioni diverse. Le realtà legate alle Food Coop invece, danno molta importanza al principio di autonomia e autogoverno dividendo il lavoro in modo uguale tra tutti i soci dell'emporio.

Ovviamente bisogna rapportarsi con il ciclo produttivo globale e le economie di scala ad oggi non più interne alla fabbrica stessa ma transnazionali; è necessario limitare e regolamentare soprattutto gli spostamenti delle merci, ma in un'economia in cui vige il principio del libero mercato e della libera circolazione del capitale quando e come sarà possibile tale limitazione? Questo quesito però non impedisce di compiere scelte etiche e sostenibili, almeno nella nostra quotidianità. Questa presa di coscienza ha portato al concetto Manciano di "rivoluzione delle reti" che ritiene necessario, per contrapporsi alla GDO (grande distribuzione organizzata), creare comunicazione e rapporti di fiducia tra le varie realtà di economia solidale per cercare di formare un fronte unito e quindi più forte condividendo risorse ed esperienze, dando il buon esempio e cercando di far nascere nuove unità. In Italia la Rete di Economia Solidale si è formata nel 2002, creando diversi Distretti che si configurano come un tentativo di "immaginare e praticare forme, seppur germinali, di economia autonoma, solidale e sostenibile" (Statuto DES).

Attraverso il consumo critico, infatti, come afferma il filosofo brasiliano Euclides Mance, ispiratore della sopracitata rivoluzione delle reti: «si esercita un grande condizionamento sulla preservazione degli ecosistemi, sul riciclaggio di materiali, sulla lotta all'inquinamento, sulla promozione del benessere collettivo della popolazione della comunità, del paese e del pianeta» (Mance 2001).

In Italia, in particolare, le realtà legate al mondo del consumo critico e dell'economia solidale hanno spesso riscontrato delle contraddizioni interne per cui venivano etichettate realtà elitarie e chiuse ai più. Il motivo più evidente è legato ai costi: spesso la questione dell'eticità si traduce in un costo maggiorato del prodotto, riducendo ulteriormente i consumatori che spesso

non hanno il potenziale d'acquisto adeguato. In questo contesto, il già citato concetto di "scala" è oggetto ad una duplice interpretazione. Da un lato vi è l'idea che per mantenere vivi i principi etici alla base dell'E.S. sia necessario rimanere "piccoli": più l'attività si ingrandisce, più è difficile avere il controllo di tutti quei processi che compongono la filiera produttiva e del benessere del lavoratore. Dall'altro, il "troppo grande" non deve portarci a pensare che il "troppo piccolo" possa sopperire a tutti i bisogni che ora sono risolti dalla grande distribuzione. Per contrastare queste tendenze le nuove realtà delle Food Coop hanno inserito tra i loro principi cardine anche quello del mutualismo e della solidarietà con le fasce più economicamente svantaggiate della società. Vengono distribuiti prodotti alimentari di qualità a prezzi contenuti, grazie alla gestione cooperativa a ciclo chiuso, nella quale ciascun socio è allo stesso tempo cliente, lavoratore e proprietario. Questo progetto riesce a racchiudere i principi di sovranità alimentare³, ripresa del locale e dei rapporti di fiducia (tra i soci e anche con i produttori) e la coscienza delle problematiche ambientali. La sua forza si basa sulla volontà di creare un nuovo modello socio-economico partendo dalla creazione di nuovi tipi di alleanze tra i soggetti che subiscono le conseguenze di un'economia perversa. Inoltre, in questo modo vengono rese obsolete anche le certificazioni richieste a livello istituzionale, introducendo invece la pratica delle autocertificazioni: esempio noto è quello di Genuino Clandestino, logo nato nel 2010 come una campagna di comunicazione per denunciare un insieme di norme ingiuste che, equiparando i cibi contadini trasformati a quelli delle grandi industrie

³ "il diritto di ogni nazione di mantenere e sviluppare la propria capacità di produrre il suo cibo "basic" rispettando la diversità culturale e politica. Noi abbiamo il diritto di produrre il nostro cibo nel nostro territorio. La Sovranità alimentare è una precondizione per la sicurezza alimentare". Traduzione a cura di chi scrive.

alimentari, li ha resi fuorilegge. Nella realizzazione di questo tipo di campagne e attività per un cambiamento verso un'economia alternativa è necessario superare la passività informativa tipica della società attuale, e raggiungere invece la consapevolezza del macro-potere delle istituzioni economiche e finanziarie e dei limiti del nostro pianeta ed esercitare la volontà di rispettarlo e proteggerlo. A livello "micro" ogni singolo individuo può fare degli sforzi in questo senso, anche adottando delle buone pratiche, spesso piccole e semplici azioni da attuare nel quotidiano. Pratiche riassunte perfettamente nelle famose 8 "R" Latouchane (rivalutare, ricontestualizzare, ristrutturare, rilocalizzare, ridistribuire, ridurre, riutilizzare, riciclare).

ALTRE ESPERIENZE STRANIERE

Park Slope Food Coop: il supermercato etico e autogestito di New York

Ancor prima della nascita e della teorizzazione del movimento della Decrescita nasceva negli Stati Uniti la prima Food Coop.

“Good food at low prices for working members through cooperation since 1973”. Lo slogan e la mission con cui si presenta il Park Slope Food Coop di New York ci indica con pochi termini la sua natura: un supermercato collaborativo, cooperativo e autogestito in cui si ha la possibilità di acquistare cibo a ottima qualità e a prezzi favorevoli.

Park Slope Food Coop nasce a Brooklyn nel 1973, come sperimentazione di un modello economico alternativo alla grande distribuzione statunitense, grazie all'azione di alcuni attivisti newyorkesi, la cui idea è stata quella di aprire un negozio di alimentari che prevedesse la partecipazione delle persone del quartiere non solo per l'acquisto della merce ma anche per la vendita, mettendo a disposizione parte del loro tempo per lavorare in negozio. Si trattava di un negozio autogestito dalle famiglie di Brooklyn, per lo più immigrate di origine italiana, irlandese o africana che dovevano uscire dal quartiere per fare la spesa, persino per i beni di prima necessità.

Oggi Food Coop realizza un fatturato annuo di 19,4 milioni di dollari e conta circa 17.000 membri che sono al contempo lavoratori e clienti del

supermercato e hanno la possibilità ed il privilegio di acquistare cibo di ottima qualità, biologico e a basso prezzo in cambio di 3 ore al mese di lavoro non retribuito presso il negozio. È la manodopera l'indice che incide maggiormente sul prezzo dei prodotti e solo con il lavoro di tutti i soci, che lo fanno in maniera cooperativa intrattenendo relazione di fiducia, si possono contenere sensibilmente i costi e dunque rendere il cibo sano un prodotto più accessibile a tutti. I prezzi, infatti, sono mediamente inferiori del 40% rispetto a quelli di mercato (in particolare GDO e negozi specializzati nel biologico) e ogni famiglia può risparmiare in media 250 dollari al mese, circa 3.000 dollari all'anno. Per molti newyorkesi comprare frutta e verdura in città è proibitivo, soprattutto nei quartieri più poveri, dove l'offerta è solo cibo industriale a prezzi elevati proprio perché non ci sono alternative. Uno dei motivi principali per cui tutte le classi sociali aderiscono a Food Coop, oltre a dividerne i valori di fondo, è proprio quello di potersi permettere ortofrutta fresca e biologica e, a Food Coop tutti possono accedere a cibo di alta qualità e diventarne membri. Nonostante l'applicazione di prezzi bassi sui prodotti del supermercato, Food Coop assicura la corretta remunerazione ai produttori che lavorano con standard qualitativi altissimi.

Ciò che muove i membri di Food Coop a lavorare gratuitamente è sapere esattamente cosa acquistano: la scelta dei prodotti e dei produttori è una scelta condivisa e consapevole tra tutti i membri, i quali hanno voce sia al processo decisionale del supermercato che alla pianificazione della cooperativa. I membri conoscono da dove viene il cibo, come è stato coltivato o allevato, scelgono gli alimenti da mettere sugli scaffali e sanno che i prezzi rimangono accessibili solo se ciascuno fa la sua parte, contribuendo a contenere le spese e ad assicurare la regolare manutenzione alla struttura. Inoltre, lavorare qualche

ora al mese insieme rafforza la dimensione relazionale ed il senso di appartenenza alla comunità e nei confronti della cooperativa. Oltre ai rapporti tra i membri, si intrattengono relazioni dirette con i produttori: aziende a conduzione familiare e cooperative, il più possibile vicino New York, che permettono il ricarico frequente dell'ortofrutta fresca, cosa che nessun altro supermercato statunitense è in grado di garantire.

Dietro al successo di Park Slope Food Coop troviamo, dunque, una forte auto-organizzazione, poche regole, pochi capi, soci lavoratori e tanta partecipazione spontanea, il rispetto degli altri e del tempo. Una visione in comune ancora molto forte e che è riportata sulla tessera di ciascun socio così come nel negozio: *«fornire ai soci e gestori della Cooperativa prodotti sani con prevalenza di alimenti biologici e integrali, nel rispetto dell'ambiente e delle diversità, impegnati per l'uguaglianza. Un grande benvenuto a chi condivide questi valori».*

Bees Coop in Belgio e La Louve a Parigi

Sull'impronta dell'esperienza newyorkese di Park Slope Food Coop, approda per la prima volta in Europa il modello di cooperativa a ciclo chiuso, in cui ogni socio è allo stesso tempo cliente, lavoratore e proprietario. Si tratta degli empori alimentari di Parigi, La Louve e di Bruxelles, BEES Coop.

A fondare la cooperativa sociale parigina La Louve è stato, in primis, Tom Boothe, il regista del documentario Food Coop, in cui mostra l'esperienza di Park Slope. Il regista non si è solo limitato a raccontare il modello del

supermercato cooperativo, ma l'ha esportato nel Vecchio Continente. La Louve è la prima Food Coop europea che ha visto per la prima volta in Francia la partecipazione di migliaia di persone nell'intento di realizzare un grande supermercato collaborativo e partecipativo in un quartiere popolare di Parigi, la cui logica è la stessa di quella newyorkese: partecipare attivamente in cambio di alimenti di qualità a prezzi contenuti. "Nous n'étions pas satisfaits de l'offre alimentaire qui nous était proposée, alors nous avons décidé de créer notre propre supermarché. Tout le monde peut y faire ses courses, il suffit de devenir coopérateur et participer au fonctionnement du magasin"⁴. Con questa frase, riportata sul sito ufficiale di La Louve, ritroviamo la forte volontà dei membri della cooperativa, ovvero una mancata soddisfazione causata dalla GDO e la risposta nella creazione di un supermercato di tutti, in cui ognuno può comprare. Per partecipare e accedere agli acquisti è, infatti, sufficiente investire 100 € e impegnare tre ore al mese come volontari. Chi ha un reddito minimo sociale può parteciparvi con soli 10 €.

La Louve propone ai propri soci un'alimentazione di qualità a basso prezzo, più precisamente dal 15% al 40% in meno rispetto alla grande distribuzione, grazie al fatto che l'autogestione può permettere di diminuire i costi di gestione del supermercato. Oltre a rispondere ai bisogni alimentari dei membri, La Louve si impegna a sensibilizzare gli stessi soci alle sfide alimentari attuali, nella speranza di diventare un luogo di discussione, ma soprattutto di condivisione. La scelta dei prodotti in vendita deriva dalla valutazione di sei criteri principali: l'impatto ambientale, la vicinanza, la sostenibilità, il gusto, il prezzo e la responsabilità nel rispondere ai bisogni alimentari del quartiere. I compiti sono

⁴ Noi non eravamo soddisfatti dell'offerta alimentare che c'era stata proposta, allora abbiamo deciso di creare il nostro supermercato. Tutti possono farci la spesa basta semplicemente diventare socio cooperatore e partecipare all'organizzazione della struttura". Traduzione a cura di chi scrive.

svolti da tutti i membri e spaziano dalla cassa, alla manutenzione, l'accettazione delle consegne, il confezionamento dei prodotti, e tutto ciò viene realizzato in sede. Nel 2017 La Louve conta circa 6.000 membri.

BEES Coop di Bruxelles nasce quattro anni fa, dall'iniziativa di un italiano Enrico De Sanso, un romagnolo che, nel settembre 2014, insieme ad alcuni amici belgi, ha aperto un supermercato bio a governance autogestita, nel cuore del quartiere di Schaerbeek.

“BEES c'est la Cooperative bruxelloise écologique économique et sociale. Notre initiative citoyenne a pour but de créer une alternative à la grande distribution classique, en proposant des produits de qualité à des prix accessibles à tous”⁵.

Anche sul sito ufficiale della BEES Coop, lo slogan di apertura mostra con chiarezza l'intento di questa cooperativa autogestita: è il primo supermercato partecipativo di Bruxelles in cui si risponde all'esigenza di trovare una soluzione all'industria agroalimentare attuale che produce non solo danni all'ambiente ma anche al lavoratore. BEES Coop si fonda sul triplice impegno dei suoi membri: ogni collaboratore è allo stesso tempo proprietario, lavoratore e cliente. Ogni cooperatore, sottoscrivendo una quota, diventa proprietario della cooperativa e ne decide dell'organizzazione e degli orientamenti al fine di promuovere l'accessibilità a tutti. In quanto lavoratori, i membri si impegnano a lavorare tre ore al mese e, grazie allo svolgimento della maggior parte dei compiti da parte dei membri stessi, si possono ridurre i costi in maniera determinante: attraverso il sistema di governance autogestita, la BEES riesce a risparmiare fino al 65% dei costi del lavoro, applicando un margine di vendita

⁵ BEES è la Cooperativa di Bruxelles ecologica, economica e sociale. La nostra iniziativa ha per obiettivo di creare un'alternativa alla grande distribuzione proponendo prodotti di qualità a dei prezzi accessibili a tutti”. Traduzione a cura di chi scrive.

che varia dal 18 al 21%, anziché dal 40 al 45%, come avviene invece negli altri punti vendita bio tradizionali. Infine, in veste di cliente, il negozio è aperto solo per i collaboratori, offrendo prodotti alimentari bio e a chilometro zero, con un prezzo accessibile a tutti.

La BEES Coop è un progetto collettivo e autogestito che si contraddistingue per l'applicazione di principi democratici e partecipativi, grazie al lavoro svolto in maniera orizzontale. Il processo decisionale opera secondo il principio "Une personne, une voix", e le decisioni strategiche vengono deliberate collettivamente all'interno di riunioni partecipative. Così come a Parigi, anche la BESS Coop si focalizza su momenti di scambio collettivi in cui i membri possono dedicarsi al confronto e coltivare nuove relazioni sociali.

I valori che caratterizzano la cooperativa sono rispettivamente: la sostenibilità del prodotto perseguita attraverso la ricerca di produttori locali e a filiera corta, la solidarietà promossa attraverso l'accessibilità rivolta ad ogni tipo di consumatore alla cooperativa, la partecipazione collettiva dei membri in ogni ambito gestionale, la trasparenza in ogni tipo di decisione e operazione ed infine la cooperazione in quanto la BEES Coop è aperta a tutti e veicola una logica collaborativa e non competitiva. Da tali valori derivano le principali mission del supermercato autogestito, tra cui consentire l'accesso al cibo sostenibile a più persone possibile attraverso un atteggiamento di consumo critico, incoraggiare l'economia locale creando relazioni durature con i produttori del territorio, creare uno spazio "user-friendly" per rafforzare la coesione sociale, attuare una politica di prezzi equa e una politica di trasparenza delle informazioni sui prodotti sul funzionamento stesso della cooperativa e per ultimo, sensibilizzare alle abitudini di consumo lottando contro gli sprechi alimentari.

CAMILLA: emporio di comunità a Bologna

Nella ricerca di alternative al sistema di mercato e alla GDO, nasce l'esigenza di costruire un legame sociale radicato in una comunità ed in un percorso comune dove poter contrastare la "dissoluzione del legame sociale" tipica della società attuale e coltivare maggiori relazioni sociali (Bonaiuti, 2003). Da qui la nascita di Camilla: il primo emporio di comunità in Italia. Camilla costituisce il primo progetto italiano, tutto bolognese, di una cooperativa di acquisto partecipato e solidale, che si rifà al progetto pionieristico di Park Slope Food Coop di New York e alle due esperienze più recenti europee. Camilla nasce di recente, all'inizio dell'anno 2018, dall'idea di due gruppi attivi sul territorio bolognese: *Alchemilla GAS*, il principale Gruppo di Acquisto Solidale di Bologna e *Campi Aperti per la Sovranità Alimentare*, associazione che raccoglie produttori biologici e contadini locali del territorio bolognese.

Ciò che ha spinto la creazione di un emporio autogestito è stato un ragionamento concreto circa il grande problema della distribuzione commerciale e dunque, di ipotizzare una soluzione al problema a partire dalla collaborazione tra soggetti ugualmente schiacciati dal sistema economico. Da un lato ci sono i consumatori, che vedono progressivamente ridursi il loro potere di acquisto e le possibilità di scelta nei consumi e dall'altro ci sono i produttori, che trovano nella vendita diretta la sola possibilità di sottrarsi al ricatto della Grande Distribuzione Organizzata e salvaguardare così il loro

reddito. I GAS hanno contribuito moltissimo nella realtà italiana, alla sperimentazione della democrazia economica, spostando il punto di vista dell'interesse soggettivo all'interesse comune. Tuttavia il progetto di emporio autogestito e solidale è un ulteriore passo in avanti, che consente di allargare l'esperienza del consumo critico, coinvolgendo molte più persone, infatti viene definito dagli stessi soci fondatori come "evoluzione naturale dei GAS". Alla base del progetto Camilla si ritrova l'idea di sviluppare forme di autorganizzazione, di cooperazione e di mutualità per dare la possibilità a più persone, più consumatori di cambiare le abitudini e lasciarsi alle spalle il sistema economico dominante per inserirsi nel mondo dell'economia solidale, favorendo l'accesso a beni di consumo solidali anche a persone con minori risorse economiche.

L'intento è stato proprio quello di fondare una realtà sostenibile, non attraverso il lavoro retribuito, ma basata sul mutuo scambio tra tutti i membri della comunità. Si è cercato di creare una struttura mutualistica, il cui capitale sociale è costituito in parte da denaro e in parte dal lavoro che svolgeranno tutti i membri della comunità ricevendo, così, benefici in termini relazionali e personali. La realtà bolognese è caratterizzata da un numero significativo di persone che già facevano affidamento ai GAS, mercati o botteghe con filiera corta. L'obiettivo di creare un emporio di comunità è quello di favorire l'ingresso ad un numero crescente di persone per sostenere e rafforzare l'economia locale, la propria salute e la vivibilità della città e delle aree rurali. Camilla vuole portare al centro della vita economica non più la competitività, ma la cooperazione, per ricercare uno stile di vita e di consumo sano e critico, sostenibile per l'ambiente e soprattutto più indipendente dai grandi attori dell'economia capitalistica, capaci di influenzare fortemente e negativamente

sia le scelte dei consumatori, che dei produttori. Camilla è un progetto, definito dai suoi stessi soci, innovativo, incisivo ed inclusivo. È un modello innovativo circa le modalità di organizzazione partecipativa, incisivo per la semplicità e replicabilità del modello, infine è inclusivo per la capacità di coinvolgere ampie fasce della popolazione, rendendoli consumatori responsabili e attivi nelle proprie scelte di consumo.

All'interno di Camilla tutti i soci dedicano una quota del loro tempo alla gestione dell'emporio di comunità, rendendola una cooperativa a ciclo chiuso. Si tratta del triplice impegno che accomuna i supermercati autogestiti: i soci sono i soli proprietari dell'emporio, allo stesso tempo gestori e clienti e tutte le attività relative saranno svolte a rotazione dai questi ultimi, ciascuno impegnato tre ore al mese. La cooperativa, che è stata costituita il 21 giugno 2018, acquista solo da fornitori selezionati dai soci sulla base della qualità dei prodotti e della sostenibilità delle produzioni poiché Camilla sostiene l'agricoltura contadina come alternativa a quella industriale nel rispetto degli equilibri naturali. La selezione dei produttori avviene, come in molte realtà dell'economia solidale, attraverso sistemi di garanzia partecipata.

I principi a cui si rifà la cooperativa riguardano l'autodeterminazione alimentare, la sostenibilità ambientale e sociale, il mutualismo interno ed esterno e la partecipazione dei soci. Più precisamente, secondo il progetto approvato dai soci, si afferma che:

- Tutti i soci, egualmente, sono tenuti a collaborare per un certo numero di ore al mese (3 nei modelli già attivi all'estero) in tempo, progettualità e inventiva perché tutte le attività vadano avanti;
- E' dotata di uno spazio fisico a Bologna dove distribuire, esclusivamente nei confronti dei soci, una gamma di prodotti alimentari e di uso

comune, il più possibile ampia ed esauriente, con preferenza per il rapporto diretto con il produttore; le produzioni biologiche ed eco-sostenibili;

- Stipula patti di collaborazione con i produttori volti alla pianificazione produttiva, al prefinanziamento delle produzioni da parte dei soci, al superamento della contrapposizione produttore-consumatore;
- Promuove attività culturali, formative e divulgative rivolte a tutta la città e pratiche di scambio e mutualità, volte al sostegno alle persone in situazione di difficoltà economica o sociale.

Analizzando più da vicino i consumatori e i futuri soci dell'emporio, la novità di Camilla rispetto ai GAS è proprio la richiesta di partecipazione da parte di tutti i soci, evidenziando l'assoluta parità anche per quanto riguarda la parte organizzativa dell'attività. A differenza del prototipo di utenti del GAS che vede la maggioranza di partecipanti in adulti di media-alta borghesia, istruiti e senza particolari problemi di economici, i membri di Camilla hanno un profilo maggiormente eterogeneo: più differenziati e soprattutto molto attenti alla componente della partecipazione politica attiva. È di estrema importanza, per i fondatori, la costruzione ed il mantenimento delle relazioni con il vicinato ed il quartiere, rivolgendo l'attenzione anche alle fasce più svantaggiate e pertanto l'obiettivo sarà quello di includere e far partecipare anche famiglie in difficoltà o in crisi, ma con la voglia di avere a disposizione un posto dove poter comprare prodotti al km "giusto", da parte di produttori fidati e conosciuti.

La scelta dei produttori, infatti, avviene per conoscenza diretta delle singole persone che partecipano ai GAS fondatori di Camilla o già sperimentati in questi o in altri GAS. Sono produttori già noti nell'ambito della rete GAS

nazionale o nella rete locale dell'economia solidale. La visita dell'azienda e la conoscenza personale del produttore sono le chiavi che consentono di stabilire un rapporto di collaborazione con i produttori, ciò che fa dell'acquisto collettivo la base per il perseguimento di relazioni sociali di fiducia.

RIFLESSIONI CONCLUSIVE

Alla luce di quanto sopra riportato, risalta come Camilla sia un'attività e un progetto che si basa fortemente sul concetto di ricostruzione dei legami di fiducia e che ha insita nella progettualità anche l'idea Polanyana di economia come sfera *embedded* (immersa) nei rapporti sociali. Riprendendo le quattro sfere Polanyane che individuano altrettante modalità di scambio, si può capire meglio la collocazione sociale ed economica di Camilla studiandone le finalità e le dinamiche organizzative. Essendo un emporio autogestito molti dei rapporti e degli scambi tra i soci si basano proprio sullo spirito del dono e della reciprocità, in quanto ogni socio si impegna a “donare” tre ore di lavoro al mese per la gestione dell'attività. I rapporti con i produttori, scelti a priori dai soci, vengono gestiti sia tramite rapporto diretto con i soci ma anche con l'intermediazione dell'organizzazione della Cooperativa nata il 21 Giugno. La cooperativa è nata per facilitare la gestione economica degli scambi e come autodefinizione giuridica necessaria anche al raggiungimento di una vera e propria legittimità legale. Attraverso la cooperativa, quindi, vengono gestiti i rapporti di redistribuzione delle quote dei soci e dei veri e propri acquisti all'interno dell'emporio. Per quanto riguarda il rapporto con la sfera del mercato e dello scambio di equivalenti questa realtà si ripropone, autogestendosi, di trovare il più alto grado di autonomia e separazione dal “mercato” tradizionale. Limitando la partecipazione ai soci, gli scambi avvengono solo all'interno della comunità, cercando quindi di costituirsi come vera e propria alternativa al supermercato tradizionale, abbattendo anche per

la maggior parte i costi di trasporto e di gestione. In conclusione, oltre ad offrire prodotti “etici”, ecologici e sostenibili Camilla cerca di ribaltare completamente le logiche di mercato dando la possibilità, a tutti quelli volenterosi di impegnarsi in questo progetto, di iniziare a creare un “altro” modo di consumare.

BIBLIOGRAFIA

Bonaiuti Mauro, *Immaginare un'economia altra: reti e distretti di economia solidale*, Eupolis rivista critica di ecologia territoriale, Torino, 2006

Bonaiuti Mauro, *La Grande Transizione (Dal declino alla società della decrescita)*, Bollati Boringhieri, Torino, 2013

Conti S., Giaccaria P., Rossi U., Salone C., *Geografia Economica e Politica*, Pearson Education Italia, Torino, 2014

Latouche Serge, *Breve trattato sulla decrescita serena*, Bollati Boringhieri, Torino, 2007

Mance Euclides, *La rivoluzione delle reti (l'economia solidale per un'altra globalizzata)*, EMI editore, Bologna, 2003

Polanyi Karl, *La grande trasformazione*, Einaudi, Torino, 1974

Stiglitz Joseph, *La globalizzazione che funziona*, Einaudi, Torino, 2006

SITOGRAFIA

www.foodcoop.com

www.bees-coop.be

www.cooplalouve.fr

http://www.repubblica.it/cronaca/2017/10/04/news/food_coop_supermarket_partecipativo_italia-177371670/

<http://www.italiachecambia.org/2017/10/food-coop-supermercato-etico-autogestito/>

<https://alchemillagas.noblogs.org/post/2016/05/12/camilla/>

<https://www.greenme.it/consumare/eco-spesa/25295#accept>

<http://genuinoclandestino.it/>

<http://www.decrecita.it/>

<http://www.economiasolidale.net/content/storia-della-rete-di-economia-solidale>