

MERCATI EMERGENTI LE AZIENDE CHE PUNTANO SUI GRUPPI DI ACQUISTO SOLIDALE

Per vendere a tutto Gas

L'esercito di consumatori iper-sensibili a qualità e prezzo sta diventando un nuovo canale distributivo. Non solo alimentare

CHIARA BRUSINI

Individuare un bacino di consumatori più attenti alla qualità che al prezzo. E disposti a garantire totale fedeltà al prodotto. Il sogno si avvera quando un'azienda incontra i Gruppi di acquisto solidale (Gas, vedere box nella pagina a fianco): oggi sono più di mille, riuniscono 50 mila famiglie e oltre alle classiche cassette di frutta e verdura bio comprano anche abbigliamento, calzature, detersivi, energia pulita e addirittura servizi telefonici. Si tratta insomma di un vero e proprio canale di vendita alternativo, che per alcuni produttori è già diventato la principale fonte di ricavi. La svolta risale al 2004: «Durante il convegno nazionale di quell'anno ci siamo resi conto che non si vive di solo pane e abbiamo deciso di provare ad allargare il campo di azione: dall'alimentare a filiere più complesse», spiega Giancarlo Marini, autore con Michele Bernelli di *L'altra spesa. Consumare come il mercato non vorrebbe* e cofondatore del Gruppo di acquisto del quartiere milanese QT8. È così che i Gas hanno iniziato ad andare a caccia di forn-

tori disposti ad abbracciare la filosofia del consumo sostenibile, garantendo in cambio margini molto più generosi di quelli riconosciuti dalla grande distribuzione.

DALLA BIOEDILIZIA AI DETERSIVI

La formula funziona: «Gli altri chiudono o delocalizzano, noi ci ingrandiamo», sintetizza Pierluca Urbinati, geometra esperto di bioedilizia, «gasista» della prima ora e fondatore con Silvia Carlini, laureata in chimica e tecnologie farmaceutiche, di Officina Naturae, che produce detersivi e cosmetici naturali. «L'avventura imprenditoriale è nata nel 2003 nel Gas di Rimini: acquistavamo detersivi spacciati per ecologici, che contenevano però ogni tipo di ingrediente chimico. Abbiamo raccolto la sfida di produrli per conto nostro, evitando derivati del petrolio, utilizzando solo materie prime da fonti rinnovabili e privilegiando conservanti a basso impatto e antiallergici». Ma senza rinunciare a un bucato davvero bianco: «Chi ci sceglie vuole la coscienza pulita, ma anche la tovaglia smacchiata...». A luglio 2004 parte

**PANNOLINI
BIODEGRADABILI
FINO AL 90%
CHE SARANNO
PRODOTTI ANCHE
PER CARREFOUR**

la produzione industriale, tramite terzisti. La svolta arriva qualche mese fa: Urbinati e Carlini rilevano le attività di una piccola azienda di Pianiga, in provincia di Venezia, in procinto di delocalizzare all'estero. I dipendenti sono stati assorbiti da Officina Naturae, che oggi trae il 70% del fatturato dai Gas (il resto viene dalle botteghe equosolidali e dai negozi bio). Stesso percorso, dai terzisti alla produzione in proprio, per la Wellness innovation project (Wip) di Marco Benedetti, che ha inaugurato in gennaio il nuovo stabilimento di Castel San Nicolò (Arezzo), ricavato dalla bonifica di un sito che produceva poliuretano espanso. Nata come importatore di cotone biologico e prodotti eco per l'igiene personale, dai cottonfioc agli assorbenti, Wip ha individuato una nicchia ad altissimo potenziale

ECOPANNOLINI D'ORO

La produzione di pannolini biodegradabili alla Wip di Castel San Nicolò, in provincia di Arezzo: i Gruppi di acquisto solidale sono tra i principali clienti



di crescita: quella dei pannolini compostabili e biodegradabili (per ora all'80%, entro fine anno si arriverà a quota 90), dedicati a chi non se la sente di tornare ai ciripà lavabili ma non vuole utilizzare i monouso altamente inquinanti che monopolizzano il mercato. L'identikit è quello degli aderenti ai Gas, che infatti sono stati fondamentali per la crescita dell'azienda. Anche

se oggi «assorbono» solo il 15% del fatturato: «Il 70% della produzione va all'estero. Ora un grande gruppo straniero della gdo (Carrefour, ndr) ci ha chiesto di realizzare una linea con il suo marchio, cosa che quest'anno ci permetterà di raddoppiare il giro d'affari». L'investimento da 1,5 milioni di euro nella fabbrica della valle del Casentino è stato reso possibile dall'ingresso

nella società di Sefea, la finanziaria di Banca Etica, e soci industriali come Canalair, Eurotex e Sisifo Italia.

PER NON DELOCALIZZARE

Numerosi poi i terzisti che grazie ai Gas si fanno strada nella vendita diretta. Per esempio la Astorflex, piccolo produttore di calzature della provincia di Mantova. Come racconta il titolare Fabio Travenzoli, «la concorrenza cinese e la crescente delocalizzazione nell'Est Europa stavano rendendo impossibile mantenere i volumi di produzione e fare margini». Pier Luigi Perinello, agente di commercio nella nicchia delle soles stampate e «gasista», gli ha proposto allora di vendere scarpe direttamente ai soci del suo gruppo. Che, invece di cercare lo sconto, hanno posto come condizione l'impiego delle materie prime migliori: pelle conciata in Italia, suola di para, sottopiede in cuoio, fodera senza coloranti. Aggiunta la manodopera e un margine ragionevole, Travenzoli ha proposto un prezzo finale di 42 euro Iva inclusa: potenza della filiera corta. A un anno e mezzo di distanza Astorflex serve 300 Gas, che sono arrivati a valere più del 35% del fatturato (circa 5 milioni), e ha coinvolto nel rapporto a tu per tu con i consumatori altri produttori e terzisti di calzature e abbigliamento. Lo stesso sta facendo la Sartoria Giuseppe Bruzese, promotrice (insieme alla cooperativa Fair e all'associazione Cristiana Casagrande) del progetto Made in No, che a partire dal 2007 ha portato un gruppo di

RADIOGRAFIA DI UN FENOMENO, CHE ORA SBARCA SUL WEB

SONO ALMENO MILLE (COMPRESO IL SOMMERSO)

I Gruppi di acquisto solidale sono un fenomeno tutto italiano. Il primo è nato a Fidenza nel 1994. Nel 2001 ne esistevano già un centinaio, ma la fase di espansione (a un ritmo di crescita del 40% all'anno) era appena iniziata. Ora i gruppi aderenti alla Rete nazionale di collegamento sono 600 e ne esistono almeno altri 400 non registrati. Ognuno riunisce in media 25 famiglie, che spendono circa 2 mila euro

all'anno per gli acquisti collettivi. L'obiettivo dei Gas non è il risparmio, ma un consumo critico e informato: i prodotti vengono scelti in base al loro impatto sociale e ambientale. Molto diversi sono i gruppi di acquisto online recentemente sbarcati sul web italiano. In questo caso la finalità è ottenere prodotti e servizi a prezzi stracciati facendo leva sui grandi numeri. Portali come Tuangon

(lanciato dalla Nonzero di Riccardo Albini, inventore del Fantacalcio e importatore del Sudoku in Italia), Citydeal (che fa capo a un gruppo berlinese), Shopygroup e Glamoo permettono infatti di acquistare una cena a base di sushi, un massaggio shiatzu o l'ingresso a un concerto con sconti dal 50% in su, a patto che all'offerta aderisca un numero prefissato di persone. Per ristoranti e società di servizi è un'interessante opportunità di diversificazione del budget

pubblicitario: il meccanismo della soglia minima (sotto la quale la promozione non si attiva) fa scattare il passaparola sui social network, permettendo di raggiungere un target molto ampio a costi contenuti.





COME FAR LE SCARPE AI CINESI

La produzione di scarpe con materiali naturali a prezzo controllato alla Astorflex, piccolo produttore di calzature di Castel d'Ario (in provincia di Mantova). A sinistra, i titolari Fabio Travenzoli e Gigi Perinello



nove produttori conto terzi del tessile novarese a vendere a 150 Gas intimo e pigiama di cotone. «Questo progetto ci ha salvati, perché da terzisti lavoravamo in modo sempre più precario e sottopagato», ricorda Gianluca Bruzzese. «Oggi il 30% dei miei prodotti e il 50% di quelli a marchio Made in No va ai gruppi. Che non fissano ex ante un prezzo, ma ci riconoscono il giusto in base al costo effettivo del cotone, proveniente da un circuito equosolidale brasiliano».

SALVATAGGI IN ACCONTO

In alcuni casi, poi, i Gas si sostituiscono al sistema creditizio. È successo lo scorso anno a Gottolengo, nel Bresciano: il caseificio Tomasoni, attivo dal 1815 e con-

vertito al biologico dal 2004, era vicino al fallimento a causa dell'improvviso aumento del prezzo del latte. Le banche avevano già rifiutato un ulteriore fido. La salvezza è arrivata dai gruppi di acquisto, che per tamponare la crisi di liquidità hanno garantito, direttamente e attraverso l'intervento della cooperativa finanziaria Mag2 Finance, oltre 120 mila euro di anticipo sulle forniture di grana padano bio. Una boccata di ossigeno per il titolare Massimo Tomasoni, che ora sta ripianando il debito con Mag2 e l'anno prossimo terminerà di rimborsare (in natura) i Gas. L'unica preoccupazione, ora che il magazzino per la stagionatura delle forme si sta svuotando, è la scarsità di materia prima: Tomasoni dovrà dire addio a 200 mila eu-

ro di fatturato perché il poco latte biologico disponibile (in tutta la Lombardia i produttori si contano sulle dita di due mani) non gli consentirà di tener dietro alla domanda. A 1.400 chilometri di distanza anche Roberto Li Calzi, produttore siciliano di agrumi biologici, è stato salvato dai Gas. Tagliato fuori dal mercato perché «i prezzi non ripagavano nemmeno le spese», è risorto a partire dal 2003 conquistando uno dopo l'altro i gruppi d'acquisto del Centro-Nord. Quattro anni dopo è nato Le galline felici, consorzio che raccoglie 13 aziende agricole, una cooperativa di pescatori e una coop sociale per l'inserimento lavorativo dei detenuti (quelli della casa circondariale di Siracusa, che producono la linea di biscotti bio Dolci evasioni). I gruppi d'acquisto di mezza Italia ora comprano frutta ma anche conserve, olio

**GRANA
PADANO
E AGRUMI BIOLOGICI
SALVATI
DALL'INTERVENTO
DEI GRUPPI**

IN PIEMONTE UNA FILIERA A PREZZO GIUSTO

SE L'ACQUIRENTE DIVENTA PRODUTTORE

La chiamano nuova economia. È un'evoluzione del fenomeno Gas ancora piuttosto minoritaria che ha cominciato a prendere piede un paio di anni fa nelle valli tra Piemonte e Liguria. Non solo i Gruppi di acquisto solidale entrano direttamente nel ciclo produttivo semplificando e riducendo la filiera, ma si delinea anche un rapporto totalmente diverso tra domanda e offerta, tra produttore e consumatore, basato sul superamento del mercato e sulla rinuncia del profitto. Sfumano i ruoli, il Gas diventa coproduttore. «Siamo partiti nel 2008

producendo patate in una zona svantaggiata dell'Appennino piemontese», ricorda Giorgio Castelnuovo, un po' il guru di questa nuova tendenza dei Gas, uno degli animatori di Mettiamo radici, esperimento che ha già raccolto l'adesione di sette pool di acquisto e alcuni piccoli agricoltori della zona. Il network dei Gas raccoglie gli ordini, si accolla la distribuzione della merce e con il meccanismo della prevendita assicura al produttore che niente resterà invenduto in cambio innanzitutto di un prezzo definito trasparente, «la giusta

remunerazione». Una certezza che annulla le oscillazioni del mercato, garantendo una stabilità di lungo periodo, che però l'azienda paga rinunciando al profitto e impegnandosi soprattutto a non espandersi. «Non seguiamo il mercato. Con i nostri produttori abbiamo creato una filiera chiusa. Abbiamo concordato un prezzo che non solo coprisse i costi, ma che servisse anche a tenere in piedi il progetto», spiega Castelnuovo. «A fronte di una loro esigenza di 0,85 euro al chilo, abbiamo pattuito 1,25 euro.



Il prezzo non è mai cambiato». Un po' quello che accade in Francia da quasi dieci anni con l'Association pour le maintien d'une agriculture paysanne. Il network di consumatori «adotta» un contadino, ne condivide i rischi abbonandosi a un paniere che assorbe sostanzialmente il raccolto. **Marco Persico**

e prodotti da forno made in Sicilia. Il trasporto «in Continente» è affidato a Riela group, un'impresa di logistica espropriata alla mafia.

TOCCA ALLE BOLLETTE

Nei settori dell'energia e della telefonia molto si sta muovendo, anche se per ora su numeri contenuti. Circa 1.800 tra famiglie e piccole imprese, tra cui la rete dei Gas della Brianza e il gruppo gestito da Energia Arcobaleno (progetto che fa capo alla società Merci Dolci di Jacopo Fo), hanno scelto di ricevere la bolletta telefonica dalla Livecom di Noventa Padovana, primo operatore di tlc non profit in Italia. Si tratta di una onlus per l'inserimento lavorativo di persone svantaggiate che acquista traffico (adsl, telefonia fissa e voip) dai grandi player e gestisce in proprio l'ultima parte della filiera, il rapporto con il cliente, garantendo rispetto ai tradizionali call center un servizio più personalizzato e «umano». Quanto all'energia verde, nel movimento Gas convivono due scuole di pensiero: c'è chi come Merci Dolci (che ha anche creato un gruppo di acquisto dedicato ai pannelli fotovoltaici) la compra da Agsm, la municipalizzata di Verona, che sfrutta le fonti rinnovabili ma non solo, e chi pretende la ecosostenibilità totale. È il caso del Gas Energia, che riunisce una trentina di gruppi e da tre anni era in cerca di un produttore davvero virtuoso. Ora l'ha trovato: si tratta di Cleanpower, società consortile con sede a Mestre che utilizza solo impianti fotovoltaici, eolici, idroelettrici e a biomassa. In febbraio è stato siglato, con i Gas e Banca Etica, un preaccordo per la fornitura di energia (nel limite del 30% di quanto consumato dai 600 soci). La sperimentazione partirà in queste settimane e i promotori del progetto, battezzato CoEnergia, puntano ad attivare in due anni 3 mila contratti, anche con la collaborazione dell'istituto di credito presieduto da Ugo Biggeri, che potrebbe proporli nelle sue filiali. La fase due prevede il passaggio all'autoproduzione: i Gas finanzieranno l'installazione di impianti per la produzione di energia da fonti rinnovabili e Cleanpower si occuperà di metterla in rete e distribuirla a utenze domestiche e partite Iva aderenti a CoEnergia.