

## **Progettazione di filiere solidali in ambito non-food a partire dal caso tessile. Criticità e opportunità di economie in transizione.**

Conduce: Deborah Lucchetti - Fair

Facilita: Laura Fontana - Retina Brianza

Contributi di:

\*Bernardo Marasco - Segreteria Filtea-CGIL Firenze

\*Ersilia Monti - Coordinamento Nord/Sud del Mondo - Campagna Abiti Puliti

\*Gruppo tessile nazionale Gas

### **TRACCIA INTRODUTTIVA**

La crescita esponenziale dei gas a livello nazionale unita alla crisi galoppante dell'economia e all'aumento della sensibilità della domanda verso prodotti più sani e sicuri, sta producendo scenari nuovi e interessanti all'interno del mercato convenzionale. Grazie alla crescita della capacità progettuale dei Gas e delle realtà produttive dell'economia solidale nate in Italia, che hanno cominciato da alcuni anni ad affrontare strutturalmente la sfida dei grandi numeri (pensiamo ai progetti complessi di filiera del tessile, a quelli del pane e dell'energia), si sono aperti nuovi spazi di riconversione dell'offerta che tuttavia presentano caratteristiche molto diverse e difficili da valutare. Uno dei compiti storici e fondamentali dei Gas è stato proprio quello di porsi all'interno del mercato come soggetti attivi del cambiamento, sia attraverso l'esercizio del consumo critico (tramite il boicottaggio di prodotti "irresponsabili", la selezione positiva di prodotti e produttori locali o equi ad alta qualità ambientale e sociale, la scelta di non acquistare in ottica decrescente), sia attraverso la vera e propria progettazione di progetti di economia solidale, cioè la creazione di nuove opportunità di produzione e consumo, pensate entro la cornice delle reti sociali e solidali che costituiscono il contesto fertile di generazione di modelli economici e relazionali alternativi. Modelli sperimentali, caratterizzati dalla consapevolezza del limite delle risorse, dalla necessità di riqualificare lo sviluppo dei nostri territori, di creare occupazione e ri-localizzare l'economia.

Di fronte ai repentini mutamenti e movimenti dell'economia convenzionale e alla proliferazione di offerte green e variamente "etiche", di quali strumenti occorre dotarsi come consumatori consapevoli per distinguere il fumo dall'arrosto? Quali sono i criteri che occorre sviluppare per valutare filiere complesse e distinguere le esperienze di autentica transizione verso forme di impresa responsabile da operazioni di puro marketing etico, sociale e ambientale? Quali sono le differenze tra esperienze autentiche di Responsabilità Sociale ed esperienze di economia solidale? Come costruire una griglia ed un linguaggio comuni per poter leggere criticamente l'economia in transizione, valutare le diverse proposte, premiare il cambiamento e non favorire gli eco-socio-furbi? Basta il Made-in-Italy per conferire ad un prodotto il profilo etico adeguato ad entrare nel paniere dei Gas? A queste ed altre domande tenteremo di rispondere a partire dalla esperienza maturata nel gruppo tessile nazionale che ha contribuito alla costruzione di esperienze di filiere solidali come Made-in-No. Con l'obiettivo di aprire una riflessione collettiva tanto più importante, quanto più aumenta l'esigenza di cambiare modello di sviluppo unitamente al rischio di cooptazione del cambiamento da parte del mercato capitalistico.

Il workshop sarà diviso in due parti: una dedicata a delineare il quadro delle criticità e degli aspetti da monitorare, la seconda dedicata all'individuazione di piste concrete di lavoro all'interno di un approccio strutturato di rete.

## **SINTESI LAVORO DI GRUPPO**

I contributi iniziali di Ersilia Monti e Bernardo Marasco hanno fornito interessanti dati di scenario per capire quali sono le forti criticità sociali e ambientali annidate nella filiera del tessile. Depurate delle specificità settoriali, si tratta di problematiche peraltro estendibili ad altri settori manifatturieri/industriali di prodotti di largo consumo. Mancato rispetto dei diritti sindacali, sfruttamento endemico di donne, uomini e bambini, inquinamento determinato dall'uso spregiudicato della chimica dal campo al prodotto finito, povertà endemica e cattivo sviluppo per i contadini condizionati all'uso di OGM al sud, distruzione di capacità artigianali, posti di lavoro, tradizioni culturali e tessuto imprenditoriale nei paesi "occidentali" sono le facce di uno sviluppo industriale basato sulla compressione dei costi sociali, sulla soppressione di quelli ambientali e su un modello basato sul libero commercio e sulla produzione orientata alle esportazioni.

A partire da questo quadro, il mondo dei gas sta attraversando una fase di grande espansione che associata alla crisi, genera una domanda importante per il mercato. Le reti GAS e i DES tuttavia hanno nel loro Dna importanti caratteristiche che richiamano i valori fondativi dell'economia solidale, ponendoli quindi come soggetti consapevoli e critici, agenti di cambiamento economico e sociale. Occorre quindi attrezzarsi come movimento dell'economia solidale di fronte alla crescente offerta/proposta di prodotti non alimentari che, per caratteristiche intrinseche che li collocano nel settore industriale, sfuggono al tradizionale raggio di azione e monitoraggio proprio dei prodotti a filiera corta e di prossimità legati alla terra e ai piccoli produttori. Quando si parla di tessile ma anche di energia, di elettronica, di servizi, si entra in processi di tipo industriale, spesso fortemente sganciati dai territori che richiedono specifiche e diverse competenze per valutare le caratteristiche sociali e ambientali.

### **PROBLEMI EMERSI**

1. Eccesso di offerte che bersagliano i GAS senza che vi siano adeguati e condivisi criteri di valutazione.
2. Scarsa sensibilizzazione sui contenuti e sulle criticità delle filiere sui tre livelli: ambientale, sociale, benessere/salute. Scarsa conoscenza dei collegamenti fra struttura delle filiere e modello di sviluppo dominante.
3. Assenza di monitoraggio delle filiere e scarsa trasparenza e tracciabilità dell'offerta.
4. Fatica a mantenere la memoria storica dei percorsi di rete con il rischio di vanificare percorsi collettivi maturi e non trasferire conoscenze acquisite ai nuovi gas.
5. I GAS ormai sono un fattore legittimante, di garanzia per i produttori. Rischiano di essere - anche inconsapevolmente - mezzi per la valorizzazione delle merci al posto della pubblicità.
6. Molti GAS acquistano avendo poche informazioni e di fronte a filiere complesse rischiano di mettere in campo due atteggiamenti entrambi poco utili: la paralisi (non si approcciano certi settori/prodotti) o la scelta casuale basata su una fiducia vuota.
7. Quando si intende acquistare come GAS prodotti complessi, bisogna uscire dall'approccio del singolo gruppo. Un GAS non basta più e occorre sviluppare domanda aggregata, relazioni di rete, approcci di sistema. I grandi numeri - come mostrano i progetti condotti nel tessile e nell'energia - si

affrontano insieme.

8. Il fattore tempo e la complessità dei problemi influenzano le risposte che i GAS mettono in campo. Si operano dei compromessi per rispondere a bisogni immediati con il rischio di non mettere in campo progettualità più ampie e radicali di medio e lungo periodo.

### **ALLARGARE LO SGUARDO - CONTRIBUTI ED ESPERIENZE**

- sono in corso microprogetti per il recupero di materie prime, territorio, storia e cultura locali come quello sulla pecora brianzola
- occorre prestare attenzione alle criticità produttive legate al tessile sostenibile, artigianale e di qualità: i costi elevati di produzione, l'assenza di materie prime in Italia, l'assenza di uno spazio di mercato reale per prodotti di qualità sociale e ambientale rendono difficile investire in questo settore
- sono stati aperti spazi di confronto e di promozione sul tema della moda critica come FLCG di Milano che aveva una sezione dedicata
- in un contesto di crisi è auspicabile allargare lo sguardo e aggiornare le nostre analisi socio-economiche; è importante avviare una riprogettazione di interi segmenti produttivi (mobilità, edilizia, energia) e aprire un confronto strategico con il mondo delle imprese
- costruire un rapporto/alleanza strategico con il sindacato
- lavorare per una mappatura dei processi/proposte in corso per acquisire come GAS capacità di orientamento e monitoraggio delle imprese
- rilanciare con forza nei GAS la tensione a privilegiare prodotti puliti frutto di filiere che rispettano davvero criteri sociali e ambientali certi, per limitare il rischio di acquisto "etico compulsivo" e ridare spazio a pratiche diverse (scambio, riciclo, riuso)

**In generale è fondamentale capire come ci poniamo di fronte alla transizione verso un'economia diversa, quale ruolo assumiamo come GAS e attori dell'economia solidale, e come lo vogliamo giocare. Si tratta di un ruolo economico ma anche culturale e politico.**

Dal panorama dei produttori oggi in relazione con i GAS, emergono prevalentemente due modalità di approccio che riportano a diversi modelli di relazione consumatore-produttore:

1. il mercato convenzionale si rivolge ai GAS con proposte autonome e pensate per loro, valutando e selezionando per i GAS prodotti e produttori: è il caso del sito "XiGAS"
2. la rete gas insieme ai soggetti di economia solidale si auto-organizza e costruisce progetti propri dando luogo a filiere alternative che rispondono ai bisogni della rete: è il caso del progetto Made-in-No

Identificare le diverse caratteristiche delle esperienze in corso risulta fondamentale per attivare strumenti di valutazione critica e orientamento appropriati.

### **PISTE OPERATIVE PER IL FUTURO**

Il confronto molto proficuo e articolato ha messo in luce la necessità di darci uno spazio permanente per continuare il confronto su questi temi a livello nazionale. In questo senso si individua la necessità di istituire un GRUPPO DI LAVORO NAZIONALE che prosegua il lavoro iniziato dal gruppo tessile e implementi le necessità strategico/operative di seguito evidenziate.

## **1. INFORMAZIONE/FORMAZIONE**

- a. Ruolo di indagine e stimolo
- b. Ruolo di coscientizzazione sugli scenari economici globali e sulle pratiche di (non) consumo.

## **2. SPAZIO DI CONFRONTO PER COSTRUIRE MODELLI DI ECONOMIA SOLIDALE**

- a. Produrre strumenti e orientamenti per la costruzione di nuovi progetti di eco-sol
- b. Valutare/accompagnare esperienze di transizione di soggetti del mercato che condividono l'orizzonte di cambiamento del movimento delle economie solidali verso un'economia diversa

## **3. ANALISI/MONITORAGGIO FILIERE** verso la reale tracciabilità e trasparenza

- a. Mettere a punto una griglia di valutazione dei produttori
- b. Costruire alleanze strategiche con sindacati e campagne di riferimento

In particolare ciò è fondamentale per regolare il rapporto tra Gas e soggetti del mercato convenzionale che si propongono in veste etica attraverso politiche di Responsabilità Sociale di Impresa (RSI).

## **4. RISORSE**

- a. Individuare competenze specifiche di supporto
- b. Individuare risorse per sostenere questo percorso nel tempo

In sintesi servirebbe costruire strumenti e orientamenti diversificati per favorire o approcciare/valutare i tre diversi livelli di offerte/progetti che possono emergere:

1. progettazioni endogene che nascono dentro le reti di economia solidale
2. transizione di imprese/produttori verso un nuova economia
3. offerte di prodotti "etici" di mercato frutto del trend in crescita delle politiche aziendali di Responsabilità Sociale d'Impresa

**Osservazioni raccolte durante la fase del carosello** (presentazione del lavoro dei gruppi ad altri gruppi a rotazione)

1. tenere presente l'imminente uscita delle linee guida ISO26000 sulla RSI come possibile strumento utile e riconosciuto dalle aziende a livello internazionale da arricchire con criteri ad hoc per i GAS
2. ipotizzare tavoli multistakeholder
3. ricercare competenze utili dentro e fuori la rete
4. considerare l'esigenza primaria dei produttori che intendono riconvertire le produzioni in un contesto di crisi per dare risposte di sistema e non fare fallire esperienze possibili per tempi troppo lunghi

## **ELENCO PARTECIPANTI (da cartellone)**

1. Marisa Motta (Gaes F. Marotta Villasanta)
2. Fabio Gottardi (gas Alzate Brianza) fabiogottardi1@hotmail.it
3. Elena Romagnoli (Gassoso Brescia)
4. Claudia Piergigli (gas Brugherio)
5. A. Maria Guareschi (gas Fidenza) annamaria.guareschi@gmail.com
6. Maria Grazia Biocca (gasp.a.r.8 Roma) infocultura@gaspar8.net
7. Antonio Bianco (produtt. Piccola pelletteria) info@magipel.it
8. Maria Patrelli (Gastronauti e Gaos Firenze)
9. Mattia Ossola (gas Varese) cristinaemattia@livecom.it
10. Cristina Bassi (gas Varese) cristinaemattia@livecom.it
11. Mariangela Rossi (gaspacho Brescia) palombari@alice.it
12. Clara Fiorentin (gas Lodi)
13. Ilaria Rizzini
14. Simone Smiderle (Val Leogas Schio VI) simonesmiderle@tiscali.it
15. Simone De Battisti simone.debattisti@gmail.com
16. Silvia Vitagliani (gas Macherio)
17. Mirella Passarella (gas Macherio)
18. Sara Ricuperati (gas PKK Torino)
19. Liliana La Marca (gas Bio... logico Caltanissetta)
20. Ersilia Monti (gas Lola Milano)
21. Francesco Musacchio (gas Unical Utopie Sorridenti Rende CS)
22. Silvana Campanelli (gas Città Studi Milano) silvana.campanelli@fastwebnet.it
23. Anna Giampaoli (Pesaro)
24. Crippa Corrado (gas Ronco Briantino)
25. Marica Martin (Gas Merate)
26. Annamaria+Silvia Serventi (gas Fidenza) silvia.serventi@gmail.com
27. Chiara Cremonesi (gas Fiorenzuola) molinetto12@alice.it
28. Marzia Colombo (gas Fiorenzuola) fam.gallinari@gmail.com
29. Mino D'Alessio (coop. Rea – Pecora Brianzola)
30. Soana Tortora (Acli e Solidarius) tortoras2001@yahoo.it
31. Enrica Burgio (gas Baggio Milano)
32. Agata Pino (Corto Circuito Como) agatulla@yahoo.it
33. Germana Redaelli (Corto Circuito Como) germanaredaelli@alice.it
34. Giovanna Montanelli (Corto Circuito Como) gmontanelli@tin.it
35. Stefania Balzarotti stefaniabalzarotti@libero.it
36. Alessandro Cascini (Pesaro) alecascini@gmail.com
37. Silvia Marastoni (tinture e Ethical Fashion Milano)
38. Sergio Venezia Des Brianza Sergio s.venezia@brianzaest.it
39. Mauro Serventi Gas Fidenza