

QUALI SOLDI PER L'ECONOMIA SOLIDALE?

Lettera aperta al Consiglio DES Brianza

Cara Presidente, cari consiglieri,

raccolgo con piacere la vostra richiesta di esprimere materiali e riflessioni sul tema "QUALI SOLDI PER L'ECONOMIA SOLIDALE" (scusate la forzatura di sintesi), come impegno assunto nell'Assemblea dei Soci. Il tema mi sembra peraltro di interesse generale, molto al di là dei confini geografici del nostro territorio, ed è per questo che lo invio anche alle liste in forma di lettera aperta.

Il tema dei **CONTRIBUTI** (a fondo perso) e dei **FINANZIAMENTI** (prestiti da restituire) per progetti ed attività di economia solidale v'è opportunamente inquadrato in un orizzonte di senso ben più ampio. Si iscrive in un modello di economia solidale che ne definisce i contorni ma diventa anche sostanza perchè *"il fine non giustifica i mezzi ed i mezzi sono identici al fine"* (Ghandi).

Tempo fa provai a trovare una metafora per descrivere alcuni dei fenomeni prevalenti nel nostro mondo che schematizzo nella tabella seguente:

Metafora	Senso
LIEVITO: è ciò che fa AUMENTARE l'impasto miscelando in modo unico l'aria con acqua e farina	Vi sono molte realtà, nel mondo dell'economia solidale che puntano molto sulla quantità: il messaggio diviene affascinante se ha dalla sua i numeri di un vasto consenso. E' la logica dello share televisivo: si deve arrivare a tante persone sensibili, anche attraverso i canali della comunicazione e della distribuzione di massa.]
CONDIMENTO: è ciò che da NUOVO SAPORE ad una pietanza, che ne valorizza le proprietà al palato	Esistono delle esperienze positive e diffuse di economia solidale nelle quali si possono aggiungere elementi di significato. Ad esempio Padre A. Zanotelli dice che le BDM dovrebbero diventare nuovi "centri di socialità" nel territorio, non fermarsi al ruolo di negozio. Si tratta di mettere il consumo critico laddove c'è consumismo, la gratuità dove c'è puro mercato, ecc.
MACCHIA D'OLIO: cade spesso non voluta e non prevista e si allarga lentamente ed uniforme, sempre coerente a se stessa e coesa	Vi sono isole di forte consapevolezza che abbracciano valori forti e controcorrente come sobrietà, decrescita, sostenibilità e convivialità (nel senso attribuito da Illich). Il messaggio ottiene consenso attraverso il passaparola e la testimonianza di stili di vita vissuti e, naturalmente, l'espansione è lenta e a macchia di leopardo. Non serve alcun tipo di "marketing".

Sono tre immagini diverse che cercano di raccontare le sfumature di tre diverse realtà. E' difficile dire, obbiettivamente, se vi possa essere un modello "migliore" per i fini dell'economia solidale (ai posteri l'ardua sentenza....) ma certamente è utile conoscerli, definirli, nominarli ed anche, in trasparenza, esprimere la propria preferenza, perchè penso non siano uguali, né tantomeno equivalenti nei loro scopi.

Per trasparenza, appunto, dico che prediligo il modello della MACCHIA D'OLIO e provo a segnalare alcune letture (del tutto personali) di eventi del nostro mondo che iscriverei alla metafora del LIEVITO: non lo faccio in modo polemico o giudicante ma solo per dare corpo e fiato alla discussione.

✧ **Monaci di Lanuvio** - Nei primi anni del loro percorso, le cooperative vicine al Monastero di

Lanuvio si indebitano pesantemente per acquistare impianti necessari in primis a soddisfare un grosso contratto di fornitura ad Esselunga che vada ad occupare la gran parte del loro fatturato. Con gli anni questo rapporto si fa insostenibile, il prezzo viene praticamente definito da questo cliente e gli stessi monaci cominciano a chiedersi se valga la pena spendere tutte quelle energie per guadagnare un sostanziale "strangolamento". In una prima fase abbandonano questa strada per privilegiare una produzione indirizzata in prevalenza ai GAS, in una seconda fase decidono di dismettere i grandi impianti e di ridurre ancora la produzione a livello artigianale.

OBBIETTIVO PREVENIENTE: garantire nel tempo una quarantina di stipendi, compresi molti "accolti", all'uscita di percorsi di tossicodipendenza

CONTRADIZIONI SOLIDALI: la dinamica ordinaria per la quale il produttore propone un prezzo per il suo prodotto a chi vuole acquistare viene stravolta fino al punto che è l'acquirente che determina il prezzo

DANNI COLLATERALI: il tempo era da dedicarsi solo al lavoro con uno scarso ritorno economico e senza alcuna forza contrattuale sul piano commerciale

- ✧ **CES in GDO** - Alla fine dello scorso secolo e millennio, un vivace dibattito attraversava tante persone impegnate nel Commercio Equo e Solidale: come possiamo sostenere di più e meglio le comunità di produttori che nei paesi più poveri e sfruttati provavano ad emanciparsi in dignità? Le risposte erano le più diverse: dalle tradizionali bancarelle gestite da volontari sul sagrato della chiesa o del comune, alla nascita di tante Botteghe del Mondo, all'allargamento sempre maggiore dei prodotti offerti (spesso con qualche strabismo rispetto alla sostenibilità ambientale dei processi produttivi e distributivi)..... fino ad arrivare all'approdo entro mondi che non ci sono per niente propri, di cui tentiamo ogni giorno di dimostrare l'inutilità e la dannosità: la Grande Distribuzione Organizzata. Ricordo personalmente come le prime banane importate in Italia dovevano rimanere riservate ai supermercati, anche quando ad attivare tutto il processo di importazione era proprio un consorzio di Botteghe (!!!!)

OBBIETTIVO PREVENIENTE: allargare sempre di più la possibilità di commercio per i produttori dei paesi poveri, raggiungendo nel contempo il massimo numero di nuovi clienti;

CONTRADIZIONI SOLIDALI: si consorziano con grande fatica le Botteghe e si favorisce in primi circuiti del tutto estranei ed opposti alle nostre logiche

DANNI COLLATERALI: il giudizio critico ed il consumo consapevole indeboliscono la carica della loro critica verso le centrali della Grande Distribuzione che sono tra gli attori preponderanti di tante storture commerciali e produttive (si pensi al loro comportamento nei confronti di piccoli e medi produttori italiani...); molte botteghe iniziano un lento percorso di crisi dovuto anche al canale distributivo nella GDO

- ✧ **Dove vada FA'LA COSA GIUSTA Milano?** - Mutuo e condivido le parole di Gigi Revrenna: *"osservando attentamente la lista dei produttori e sponsor presenti alla manifestazione FA LA COSA GIUSTA MILANO saltano all'occhio alcuni marchi che di locale o di piccolo hanno ben poco come PEUGEOT o PHILIPS e produttori come RICOLA e LINDT che di km0 e artigianale non hanno nulla. Varrebbe la pena di andare a vedere nella GUIDA AL CONSUMO CRITICO del Centro Nuovo Modello di Sviluppo i loro fatturati e gli investimenti in pubblicità nelle reti televisive. Sorge spontanea una domanda: quali sono i criteri con cui gli organizzatori selezionano le domande di sponsorizzazione e dei produttori?" (Gigi Revrenna su lista Rete GAS, 15/3/2011).*

OBBIETTIVO PREVENIENTE: Utilizzo la formula dubitativa della risposta avanzata da Giuseppe Vergani: *"... forse pero' questo tipo di manifestazioni non sono più rivolte al movimento, ma rappresentano una "vetrina" (passatemi il termine, utilizzato in senso strettamente tecnico) rivolta ai consumatori tradizionali, che dunque parla il loro linguaggio. Rispetto ai nostri metri di giudizio possono apparire iniziative meramente "commerciali" o "ambigue"; forse pero', viste con gli occhi dei consumatori "normali", possono rappresentare un primo (per quanto timido) incontro con scelte "altre"; per molti produttori (almeno quelli che si possono permettere il costo dello spazio, che mi risulta essere piuttosto elevato) puo' essere una buona occasione promozionale. O no? Mah."* (Giuseppe Vergani in lista rete gas, 19/3/2011)

CONTRADIZIONI SOLIDALI: Continua Gigi: *"Ma se la Nestle' chiedesse di partecipare con i suoi prodotti biologici come il latte per lattanti bio o i suoi cioccolatini fair-trade come sarebbe vista la cosa? Negli ultimi anni FLCG e' crescita vistosamente e probabilmente sono aumentate anche le spese e gli oneri della gestione; forse non sarebbe il caso di ripensare ad un nuovo modello di sviluppo di queste grandi manifestazioni che in questo modo rischiano di annacquare lo spirito iniziale per cui sono*

sorte?"(Gigi Revrenna su lista Rete GAS, 15/3/2011)

In questi casi si evidenziano alcune costanti:

- ⤴ la volontà di "aprire" (vetrina) la nostra proposta ad "altri" nella maniera più soft possibile
- ⤴ la necessità dei grandi numeri, sia sul lato della produzione e soprattutto sul fronte dei consumatori
- ⤴ la scelta di agire con gli stessi metodi e modalità che spesso criticiamo alle pure logiche di mercato
- ⤴ la difficoltà di misurare la "causa" (i buoni obiettivi che ci poniamo) con la coerenza sul piano metodologico: i mezzi sono identici al fine.

Anche nel caso dei finanziamenti, ad esempio da fondazioni bancarie non eticamente riconosciute si adducono molti motivi assai comprensibili:

- ⤴ questi canali sono i soli che possono validamente e velocemente sostenere i nostri progetti;
- ⤴ d'altra parte, anche se vi fosse provenienza "ambigua" o "discutibile" di questi soldi, noi li useremo per "cose buone" (scusate la provocazione: mi sembrano gli utili idioti per il riciclaggio di danaro sporco!)
- ⤴ Questo è il solo modo per approdare CONCRETAMENTE a percorsi di vera occupazione e sostenibilità economica
- ⤴ magari alla fine anche le Fonti che ce li danno capiscono il nostro messaggio.

Fatte tutte queste premesse, vorrei proporre alcune osservazioni.

L'utopia della rivoluzione dietro l'angolo dovremmo averla superata da tempo; abbiamo imparato che i cambiamenti più profondi hanno due gambe: il sogno di un modo "diverso e possibile" che ci spinge ad uscire dal nostro individualismo, cercare una strada comune per produrre cambiamenti della realtà (=fare politica); l'altra gamba sono i processi ed i cambiamenti personali, quotidiani che modificano abitudini e stili di vita. Questo secondo aspetto è basilare e caratterizzante: non possono esserci vetrine sfavillanti che tengano per la nostra proposta se devono misurarsi con i "lustrini" del mercato e del capitalismo. Possiamo solo incontrare, ascoltare e raccontare "volti", in una tela che sola vuole informare il nostro modo di fare economia, quello delle RELAZIONI. Ci vuole tempo, dono, pazienza: i risultati (comprese le postazioni di lavoro, per intenderci) ci saranno ma varranno in quanto avranno gambe proprie e non dovranno necessitare delle briciole di un sistema che le ha "guadagnate" lucrando sul commercio delle armi o di altre attività, molto poco solidali.

Qualcuno dirà "*ma dovremmo contaminare.....*" certo, ma contaminare noi il contesto, suscitare ammirazione e desiderio per il BEM VIVER che trasuda nei nostri GAS e nelle nostre Reti, non il contrario, rimanere noi di nuovo invischiati, contaminati in logiche (green e social washing, per esempio) che vorremmo superate e sepolte.

Per tutti questi motivi non trovo ragione per pensare che le nostre azioni debbano avere il sostegno di soldi per i quali l'origine non sia ragionevolmente certa e condivisibile, come gli Enti Pubblici (che non sono nemmeno così pochi: Comunità Europea, Regione, Enti locali, Camera di Commercio) ed i soggetti della Finanza Etica (MAG, BPE, micro credito, Cooperazione). Per il resto dobbiamo contare su di noi, in una logica di profonda solidarietà e mutualismo: condividere il tempo, gli strumenti, le risorse e certo anche i soldi perchè le fondamenta del nostro futuro non poggino su un cemento di sola sabbia, che si sgretola alla prima evenienza.

Sergio Venezia
Comitato Verso
DES Brianza

Villasanta, 4 aprile 2011