IL PUNTO COLDIRETTI
GIORNALE DI INFORMAZIONE PER LE IMPRESE DEL SISTEMA AGROALIMENTARE
[www.ilpuntocoldiretti.it]

Vendita diretta, sette milioni di italiani acquistano con i Gas

Sono saliti a 7 milioni gli italiani che nel 2012 hanno partecipato a gruppi di acquisto, i cosiddetti Gas formati da condomini, colleghi, parenti o gruppi di amici che decidono di fare la spesa insieme per ottenere condizioni vantaggiose. E' quanto emerge da una analisi Coldiretti/Censis dalla quale si evidenzia che i Gruppi solidali di acquisto (Gas) sono diventati un fenomeno di rilievo che ha contagiato il 18,6 per cento degli italiani, vale a dire quasi 7 milioni di persone, di cui quasi 2,7 milioni in modo regolare.

Le modalità della spesa dai Gas sono varie. Accanto a forme più strutturate che dispongono di una vera e propria organizzazione, si contano decine di migliaia di iniziative spontanee che "nascono" e "muoiono" in continuazione nei palazzi, nei posti di lavoro, nei centri sportivi e ricreativi sulla base di semplici accordi verbali. In alcuni casi, ci si limita solamente al cosiddetto "carpooling della spesa" con i partecipanti di fronte al caro benzina si mettono in auto assieme per dividere i costi e andare a fare la spesa nei punti più convenienti, dalle aziende agricole ai mercati degli agricoltori, dai mercati all'ingrosso agli ipermercati fino ai discount.

Ogni Gas ha inoltre propri criteri per selezionare i fornitori, individuare i modi di consegna, stabilire con il produttore un prezzo equo e scegliere cosa acquistare privilegiando la stagionalità, il biologico, il sostegno alle cooperative sociali, la riduzione degli imballaggi, le dimensioni del produttore o infine la vicinanza territoriale (chilometro zero). Le modalità di acquisto variano notevolmente e vanno dalla consegna a domicilio, alla prenotazione via internet fino "all'adozione" in gruppo di interi animali o piante da frutto.

Anche gli accordi del gruppo di acquisto con l'azienda sono differenti e possono prevedere, la consegna settimanale del prodotto (ad esempio una cassetta di frutta e verdura di stagione) oppure la formulazione di specifici ordini per telefono o attraverso internet, ma anche tramite abbonamento con l'offerta di prodotti a scadenze fisse e pagamento anticipato. Le modalità maggiormente diffuse sono la distribuzione di cassette di ortofrutta a cadenza settimanale o bisettimanale e la vendita di pacchi di carne.

Un crescente numero di gruppi di acquisto nasce in realtà con l'obiettivo di approvvigionarsi direttamente nei mercati, nelle botteghe o nei punti vendita degli agricoltori di Campagna Amica per assicurarsi l'origine, la genuinità dei prodotti che si portano in tavola. Una rete che comprende 4.739 aziende agricole, 877 agriturismi, 1.105 mercati, 178 botteghe ai quali si aggiungono 131 ristoranti e 109 orti urbani, per un totale di quasi settemila punti vendita.

Più in generale, si tratta di relazioni che nascono da esigenze di acquisto, dalla voglia di ritrovare un diverso, migliore equilibrio tra qualità e prezzo, ma che finiscono per andare molto oltre,perché esprimono valori più alti rispetto alla pur importante dimensione commerciale, valori chehanno un forte contenuto di socialità, di ripensamento di fatto del modello di organizzazione della produzione e della società.