

## Supermercati partecipativi

di Sonja Riva

Il primo negli anni 70 era stato Park Slope, a New York, che ha ispirato tutta una serie di supermercati cooperativi, di questo parlerò oggi con voi, che si sono diffusi poi in Europa a partire dalla Francia, il Belgio la Germania, l'Italia e non solo. Di cosa si tratta? Di un'alternativa ai classici supermercati nella grande distribuzione del cibo ma non solo, per farne un'esperienza, partecipata e non lucrativa.

E in quest'epoca di pandemia, il desiderio di rendere accessibile a tutti, alimenti di qualità, creando un altro modello economico e sociale, è tornato più che mai in auge.

Perché l'idea alla base di questi supermercati autogestiti, che si ispira alle food coop americane, è quella di sviluppare un consumo critico, scommettendo sulla possibilità di coinvolgere le persone, per farle diventare attente e responsabili nel consumare. Fondamentale, credere nella forza di una comunità unita, che insieme sostenga una filiera sana e sostenibile, oppure valorizzare le piccole produzioni, tagliate fuori dalla grande distribuzione. Per far parte di questi supermercati cooperativi, occorre sottoscrivere delle azioni, si diventa comproprietari e partecipi nelle decisioni, che si prendono durante le assemblee generali. Inoltre, per contenere i costi, ogni socio lavora tra le 2 e le 3 ore circa ogni mese. Insieme si scelgono i prodotti da vendere, che sono sfusi, biologici e locali, e anche prodotti, di pulizia di cura personale e di cartoleria. Su tutti i prodotti in vendita si applica un 20% di margine e i profitti che si ricavano si reinvestono. I soci di questi tipi di cooperative sono in aumento, e sono perlopiù composti da giovani fra i 25 e i 35 anni, che sono anche notevoli consumatori culturali. In questi spazi, vengono anche organizzati incontri informativi e di scambio, che stimolano e rafforzano la conoscenza delle persone e la coesione sociale, si creano reti a lungo termine con i produttori locali. Si promuove anche una politica dei prezzi equa, accessibile per chi compera ma corretta per chi produce,

Altro aspetto determinante, abituare il consumatore ad essere informato in modo trasparente sui prodotti in vendita, ma anche sulle politiche del supermercato autogestito. Perché sensibilizzare alle abitudini di consumo, creare una rete di informazioni accessibile, sul legame tra cibo e salute, ma anche tra ecologia ed economia, per evitare o ridurre quantomeno gli sprechi alimentari e i sovra imballaggi di plastica, appare sempre più necessario e determinante per vivere e abitare insieme, il pianeta terra, proprietà di tutti noi.