

Ego-portrait 2014 des GAS italiens

Les Groupes d'Achat Collectif : un laboratoire diffus pour une économie horizontale

Thomas Regazzola.

Ego-portrait pour bien montrer que cette description a été échafaudée à partir des matériaux contenus dans les sites que les GAS Italiens ont mis en ligne. Il s'agit donc d'un *selfie*, d'une image représentant ce que les GAS seraient, s'ils étaient ce qu'ils disent d'être. Il se peut que aucun GAS ne corresponde réellement à cette image...

En effet, parmi ceux qui se tiennent courageusement en première ligne, il y en a qui disent que je suis en train de décrire un système purement idéal qui n'existe pas, dans la réalité... que la "critique du mode de production dominant" est bien loin des préoccupations de la majeure partie des participants qui continuent, tranquillement, à faire leurs courses dans les supermarchés, achetant même produits incompatibles avec la philosophie des GAS... que très rares sont ceux qui modifient leur mode de consommation... aux réunions mensuelles où on ne parle que de problèmes logistiques... que très peu de monde y participe et encore moins aux actions vers l'extérieur... que la "socialisation de la consommation critique" ne progresse guère... que les difficultés de mise en réseau restent gigantesques... etcetera, etcetera.

En somme, deux réalités : celle de ceux qui s'affairent sur le terrain, souvent décevante et celle d'un ego-portrait façonnée collectivement, de façon autonome, par de centaines des groupes, ne se connaissant pas l'un l'autre.

On se tromperait si on concluait que cette deuxième réalité n'est que théorique car elle produit des résultats et des changements concrets, aussi bien sur le terrain qu'au niveau institutionnel.

Sur le terrain, la dissémination des GAS est, déjà, suffisamment consistante pour assurer à un certain nombre de petits-producteurs-paysans, éco-responsables un revenu de base (pouvant être abondé par d'autres canaux), qui leur permet de se maintenir et, même, de s'installer (dans le cas de Aequos, décrit plus loin : 1200 €/mois).

Au niveau des institutions, la présence et l'activité de ces groupes sur le territoire pèse suffisamment pour que plusieurs *Consigli regionali* souhaitent faire participer les GAS à l'élaboration de législations spécifiques pour la "valorisation, promotion, soutien, développement des systèmes locaux d'économie solidaire, la promotion des produits agricoles de qualité, à filière courte et km 0."

Il reviendra à chacun de mesurer de combien sa pratique correspond au modèle proclamé collectivement.

<<<<<<<<>>>>>>>>

Un GAS se forme autour de trois ou quatre citoyens qui partagent la critique du mode de production et de consommation dominant, refusent les injonctions de l'agrochimie, de l'industrie agro-alimentaire, de la grande distribution et revendiquent le droit de décider quoi et comment produire, quoi et comment acheter.

Un GAS est la manifestation d'une entente locale entre cultivateurs produisant sans pesticides, désherbants ou fertilisants chimiques et des consommateurs désireux de retrouver l'authenticité de la nourriture et d'améliorer la qualité de leur alimentation.

Leur alliance, fondée sur la préservation du lien à la nature, au territoire, à la terre, fait naître un marché local pour des petites productions naturelles, voire biologiques, exclues de la grande distribution.

L'instance cruciale d'un GAS est constituée par la fourniture et la distribution de productions paysannes locales (fruits, légumes, lait, fromage, miel, pain...), sélectionnées par connaissance directe (certification participative), dans un échange fondé non sur le profit, mais sur le juste prix, où cultivateurs et consommateurs consentent un engagement comparable.

Développer de rapports économiques régulés par connaissance réciproque, négocier, en toute transparence, une rémunération équitable, partager des ressources, du travail, du temps pour gérer les commandes, donne lieu à un environnement où l'échange de marchandise fonctionne comme vecteur de relations, rapprochant les sujets, au lieu de les séparer.

La multiplication des GAS, leur penchant naturel à constituer de réseaux fonctionnels montre que la mise en place d'un marché lié au territoire, appuyé sur le développement de productions éco-compatibles, constitue non seulement un choix écologique, mais une perspective économique réaliste.

L'ouverture d'un marché local pour cette sorte de productions, l'élimination des intermédiaires, la contribution gratuite des membres à la gestion de la structure, l'exonération (depuis la loi de finances n° 244 de 2008), d'impôts directs et indirectes sur les activités internes aux GAS, considérées non-commerciales, permettent, d'ores et déjà, d'élargir les débouchés de produits locaux de grande qualité, accessibles (moyennant une faible inscription), même aux consommateurs à faible revenu.

Le surgissement spontané des GAS rend difficile de quantifier leur existence qui présente, au demeurant, une densité très variable (depuis les 8, en Sardaigne et les 15, en Sicile, jusqu'aux 195, en Lombardie).

Leur structure de liaison nationale en recense 979 (soit 200.000 personnes), tout en estimant que il en existe le double, non seulement parce que tous n'ont pas encore fait la démarche de se signaler, mais aussi parce que,

parfois, seule la coordination locale de plusieurs GAS contigus apparaît dans le recensement (ainsi, par exemple, *La retina* regroupe une vingtaine de GAS du territoire; de son côté, *GasBo* est, en réalité, le regroupement de 5 GAS de quartier de la ville).

Quant au poids économique de cette forme d'économie (bien que ce ne soit pas l'aspect le plus important), une recherche universitaire publiée sur *Agriregionieuropa anno 7 n°27, Dic 2011, p. 80*, estime que les 90 GAS connus de Rome, auraient, chacun, un c.a. de 33.600 €, soit un flux global de 3.000.000 €/an, dérivés de la grande distribution et injectés dans le circuit de cette «économie horizontale».

Une autre étude, portant sur la province de Bergame, estime que les 60 GAS locaux injectent, annuellement, 5.000.000 d'Euros dans ce «système de distribution alternative», contribuant au maintien d'une agriculture paysanne, basée sur le respect de l'environnement.

De son côté, la structure nationale de coordination des GAS chiffre la dépense moyenne par famille, dans un GAS, à 2000 €/an et estime que le chiffre d'affaires annuel des GAS dépasse, globalement, les 90.000.000 €.

Quelle que soit la valeur de ces mesures, il n'en reste pas moins que, depuis le début des années '90¹, l'Italie enregistre une explosion d'initiatives visant à reconstituer un lien direct producteurs-consommateurs, que selon le rapport *Agri2000* (de Coldiretti, principal syndicat agricole italien, regroupant petits agriculteurs, entrepreneurs et coopératives agricoles) le nombre d'entreprises agricoles pratiquant la vente directe a augmenté, de 2001 à 2009, de 64% et que, dans ce pourcentage, les GAS occupent, certainement, une grande place, puisque le plus ancien d'entre eux n'a que vingt ans.

Par ailleurs un certain nombre de transformateurs agro-alimentaires et même de fabricants d'autres filières manufacturières (chaussures, habillement...) trouvent, désormais, dans les GAS, locaux ou distants, un de leurs clients les plus important.

Le GAS n'est pas un "service", ni le go-between de liens directs acheteur-vendeur.

Bien que certains GAS considèrent démissionnaire l'adhérent qui reste, pendant trop longtemps, en dessous d'un seuil minimum de commandes et bien que, parfois, des [campagnes de préachat](#) de tel ou tel produit, soient organisées pour soutenir tel ou tel cultivateur en difficulté, l'affiliation à un GAS ne définit pas d'obligation d'achat : la commande de l'acheteur reste ponctuelle et ne porte que sur la prochaine semaine.

Au delà des échanges produits-numéraire, le contrat informel entre les membres, traduit l'adhésion aux objectifs du groupe et la volonté de les partager. En premier lieu, il les engage aux responsabilités de sa gestion mais, aussi, au delà des activités d'achats et distribution, à coopérer aux nombreuses initiatives dont les GAS se font les inspirateurs, les animateurs, les organisateurs, ayant pour but de "socialiser la consommation critique" et de sensibiliser autant l'opinion publique, que les autorités.

On essayera plus loin de donner un aperçu de la grande variété de formes et de modalités des activités qui présentent à l'opinion publique les avantages d'un marché local et poussent le consommateur à prendre conscience du pouvoir qu'il exerce à travers ses propres choix. On verra, aussi, comment chaque GAS, ou chaque réseau local de GAS, parvient, souvent, à être interlocuteur des pouvoirs communaux, provinciaux, régionaux, voire nationaux pour les entraîner (si ce n'est contraindre) à prendre en considération et accompagner un mouvement qui sait faire parvenir ses messages à la population.

Le fonctionnement.

Chaque adhérent règle tout ce qui concerne la mise à la disposition des produits (achats, transports, etc.), sans aucune majoration de la part du GAS. Les éventuels frais généraux ne peuvent être couverts que par les cotisations annuelles des membres, généralement 10-15 €, modulables en fonction des besoins. Dans le cas d'une coopérative de GAS, comme par exemple Aequos (voir plus bas), les coûts des prestations sont imputés aux GAS-Clients, s'ajoutant aux coûts fixes de la structure.

Les membres choisissent, conjointement, fournisseurs et produits, en privilégiant ceux de la petite agriculture paysanne, plus riche en travail qu'en capital, éloignée des monocultures intensives, des additifs, pesticides et produits chimiques, respectueuse des cycles saisonniers, propice à la biodiversité... en s'assurant que le processus de production utilisent des techniques éco-compatibles, dans le respect des normes du travail et des règles fiscales.

Les prix sont fixés, en toute transparence, avec les producteurs. L'enjeu n'est pas de baisser les prix, coûte que coûte, mais de garantir une rémunération équitable pour des produits de première qualité que les membres du GAS payeront moins chers que les produits équivalents de la grande distribution et des magasins bio.

Les produits frais sont commandés chaque semaine; d'autres (viande, poisson, agrumes), tous les quinze jours, une fois par mois, ou tous les deux mois ... certaines commandes peuvent être annuelles.

Le GAS publie un calendrier annuel, avec les dates limites des commandes des différents produits.

Les adhérents prennent en charge, à tour de rôle, la fonction de référent d'un fournisseur, d'un produit ou d'une famille de produits dont il s'occupent de a à z : ils recueillent les ordres (mail, téléphone, en personne), qui

¹ Le premier GAS italien naît en 1994. En 1996, le Centro Nuovo Modello di Sviluppo publie le "Guida al Consumo Critico".

doivent parvenir en temps utile pour la semaine suivante, les transmettent au producteur, réceptionnent les produits, vérifient la conformité aux commandes, les distribuent, encaissent les paiements des quantités commandées et règlent le producteur. La ponctualité des paiements (si possible, en faisant l'appoint) et des retraits, aux dates, heures, lieux prévus, est exigée.

Il va sans dire que le partage des responsabilités correspond à des prestations gratuites, tant il est vrai que la gestion des commandes et la distribution des produits constituent, sans doute, une occasion privilégiée d'engagement collectif, où la solidarité peut prendre corps.

Des réseaux locaux.

Bien qu'il existe des GAS qui comptent 172 familles, les plus nombreux comptent de 20 à 30 membres (noyaux familiaux). Loin de rechercher l'augmentation du nombre d'adhérents, ils encouragent plutôt la gemination; il en est, même, qui fixent un seuil maximal car une logistique plus légère et une organisation plus simple favorisent la connaissance directe producteurs-consommateurs, les relations entre les membres.

Souvent, les GAS d'un même territoire constituent des [réseaux locaux](#), plus ou moins étendus, pour consolider leur fonctionnement, pour ouvrir leur assortiment à des produits d'[autres régions](#) (voir, en annexes : "Fournisseurs d'un groupe de quatre GAS de Ligurie"), pour négocier avec des transformateurs agro-alimentaires nationaux et étrangers ou avec des fabricants de produits domestiques (détergents, détergers, cosmétiques, lessives, savons, shampoing, dentifrice, textiles non tissés ou, encore, papier comme illustré par l'exemple de la commande groupée du papier LUCART, en annexe) et, même, pour s'attaquer à des filières de production complexes d'autres secteurs de l'économie, comme des fabrications bio-écologiques de [chaussures et vêtements](#), de [chaussettes](#), de [sous-vêtements](#) qui, souvent, comptent l'ensemble des GAS parmi leurs clients principaux. De son côté, le Réseau National de l'Économie Solidaire négocie l'achat collectif de services dans des filières complexes qui exigent des grandes compétences et une clientèle particulièrement nombreuse :

Téléphonie, internet : Coopérative sociale [Livecom](#); Couverture risques automobiles : [Assurance auto](#); Gestion comptes courants : [Banque éthique pour les GAS](#);

Nombre de GAS, de réseaux locaux de GAS, ainsi que leur Réseau National font partie de l'[Association Co-Energia](#) qui, dans différentes provinces, se charge de promouvoir et coordonner la fourniture à de nombreux habitants d'une énergie renouvelable (hydroélectrique, photovoltaïque, cogénération à méthane).

Il va sans dire que fournisseurs et produits doivent toujours satisfaire les critères de la charte GAS : cultures ou fabrications à faible impact écologique, priorité aux productions bio et à la qualité des produits, soutien de l'agriculture paysanne, filière et distribution la plus courte possible, coûts et prix transparents, relation directe, dialogue, respect du travail et des droits des travailleurs.

Chaque GAS ou réseau local de GAS opère des [visites](#) directes auprès de ses fournisseurs, pour vérifier la conformité des productions avec le cahier de charge du mouvement; les comptes rendus des [rencontres](#) sont publiés sur leurs sites respectifs, permettant à tous les GAS d'évaluer la fiabilité, même des [fournisseurs distants](#) et de vérifier le bien fondé de toute nouvelle proposition de [fourniture](#).

Le site [Aequos](#), première et seule (pour le moment) coopérative de GAS, permet, tout à la fois, d'apprécier les potentialités de ce système «d'économie horizontale» tournée vers le territoire et de mesurer l'envergure de l'engagement nécessaire. La coopérative, constituée par les membres de 33 GAS des provinces contiguës de Varese, Como, Novara, Milan, Monza et par plus de 30 producteurs de toute l'Italie, approvisionne plus de 1000 familles, dans un rayon de 50 km autour de la capitale régionale et atteint une «puissance de feu» considérable.

En 2013 la coopérative a acheté 8 tonnes/semaine (soit 410 tonnes) pour une valeur totale de 750.000 € (TVA comprise), dont les fruits-légumes-maraîchages représentent 84 % du poids et 73% de la valeur.

Dans les premiers mois 2014, la coopérative a traité 10 tonnes/semaine : son catalogue comprend 60 [catégories](#) de produits, 250 variétés différentes de fruits et légumes bio, dont plusieurs sont rejetées par la distribution conventionnelle. Ces achats sont distribués par ses 33 GAS, grâce à 600 volontaires qui, chaque semaine, à tour de rôle, gèrent les processus administratifs, programment les productions, définissent les prix avec les producteurs, passent les commandes, les réceptionnent, contrôlent la qualité, réalisent les distributions, développent les logiciels, gèrent manifestations et événements extérieurs, etc...

Selon Aequos, grâce au travail des volontaires (à savoir, les acheteurs, se mobilisant à tour de rôle), la coopérative réussit à verser 85% du prix de vente aux producteurs et permet aux familles d'économiser 40-50 %, par rapport aux prix des chaînes de magasins bio.

De toute évidence l'investissement requis par le fonctionnement d'un GAS représente beaucoup plus que la rencontre entre besoins économiques des producteurs et recherche de qualité des consommateurs; loin d'être soldées par l'échange de numéraire, les relations qui s'y nouent dépassent les avantages liés aux prix et à la qualité.

Au de-là de l'échange numéraire-marchandise : une présence politique.

L'engagement des participants se mesure à l'aune des valeurs partagées et des objectifs communs : il traduit l'intuition POLITIQUE que d'autres modalités du vivre ensemble restent possibles, que seule une économie localisée peut permettre la renaissance du tissu socio-économique d'un territoire et qu'elle peut devenir le moteur d'un véritable renouveau démocratique.

En s'attachant à réorienter les relations économiques vers les acteurs du territoire, en faisant exister un espace d'échange tourné vers le bien-être social des personnes et vers la préservation de l'environnement, en redonnant une signification aux échanges, les GAS matérialisent la critique d'un système basé sur l'exploitation illimitée des ressources et militent pour une économie plus proche des exigences des individus et du milieu, pour une éthique de la consommation responsable, soutenable, équitable.

L'alliance producteur/consommateur qui engage les individus à participer à l'oeuvre commune est le creuset, la source même de la solidarité; l'énergie générée dans ce *court-circuit* dépasse le fonctionnement des GAS, pour investir tous les aspects du vivre ensemble, à travers d'une série d'initiatives convergentes, locales ou nationales, dont les GAS et leurs réseaux locaux, sont les promoteurs et les animateurs, manifestant la volonté de participer concrètement aux choix qui concernent leur territoire.

Faute de pouvoir recenser les innombrables initiatives qui naissent depuis la base, de façon tout à fait autonome, spontanée, ininterrompue, on peut essayer de donner un aperçu de l'éventail de problématiques qu'elles mettent sous tension.

C'est ainsi que les réseaux locaux des GAS (par exemple, ceux de la [Région Pouilles](#), [Emilia-Romagna](#), [Friuli Venezia Giulia](#), ou de la [Province de Trento](#)) participent activement à la rédaction des lois régionales sur les GAS ou sur l'Économie Solidaire.

De la même façon, les GAS et leurs réseaux locaux négocient avec les autorités municipales ou/et régionales, pour qu'elles organisent la récupération des [terres abandonnées](#) (notamment, les terrasses, si nombreuses en Italie), destinées à de jeunes cultivateurs bio ou éco-compatibles, pour qu'elles créent des [marché paysans](#) dans les centres habités (certains réseaux de GAS peuvent participer à plusieurs marchés paysans hebdomadaires qu'ils animent avec leurs fournisseurs), pour qu'elles mettent en place des laboratoires artisanaux de transformation des productions agricoles, pour qu'elles confient des terrains communaux à ceux (coopératives, associations, citoyens) qui veulent en faire des "[maraîchages urbains](#)".

Les GAS agissent, souvent, avec des groupes de parents, pour la constitution d'observatoires des [cantines scolaires](#), animent des associations pour éviter que les normes de l'industrie alimentaire empêchent les [petits paysans](#) de transformer leurs productions, participent à des coopératives recueillant l'épargne, en vue de l'[achat de terres](#) destinées à des nouveaux cultivateurs, à des réseaux locaux de [co-housing](#), à des structures de gestion des [monnaies locales](#) et sont partie prenante dans les luttes pour la [défense du territoire](#)...

Au delà de l'échange de marchandises, faire connaître, faire réfléchir.

Les GAS s'efforcent obstinément de prendre les habitants du territoire à témoins toutes leurs entreprises, mettant beaucoup d'énergie pour que leurs actions, initiatives et propositions soient bien visibles sur la scène sociale.

Acheteurs et fournisseurs organisent et animent conjointement un grand nombre d'événements (marchés, foires, fêtes, banquets, festivals, rencontres, causeries, débats, tables rondes, séminaires, spectacles, excursions chez tel ou tel producteur avec dégustation de ses produits...) qui leur permettent de déployer leur message, au de là même du cercle des sympathisants et de proposer à tous les citoyens les outils indispensables pour opérer des choix responsables.

Il s'agit souvent de manifestations locales, comme *Tutta un'altra città*, mais aussi de manifestations de niveau national, comme *Fa' la cosa giusta!*, *salon national itinérant de la consommation critique et des styles de vie soutenables*, qui parcourt l'Italie, en passant d'un réseau local de GAS, à un autre.

S'adressant à l'ensemble de la population, ces initiatives qui mettent en lumière le travail des producteurs paysans et les avantages de la «petite distribution solidaire», permettent aussi d'illustrer la cimentification et la marchandisation des sols, l'accumulation des déchets, la contamination de l'eau, la fragmentation des biotopes... de réfléchir aux rapports entre destruction du paysage, appauvrissement des écosystèmes et mode d'organisation économique dominant; elles représentent autant d'occasions de comprendre à quel point des grandes entreprises privées (notamment, multinationales) conditionnent la consommation de tout un chacun, de découvrir l'aspect *politique* de l'acte d'achat, de remettre en question la structure de sa propre consommation, de réfléchir à la possibilité de modèles différents, vertueux, responsables, faisant un premier pas vers une citoyenneté active et soutenable, se préoccupant du "bien commun" et du devenir du territoire.

À la différence d'autres formes de distribution de produits naturels ou bio (vente à la ferme, achats sur internet, marchés paysans), les GAS revendiquent le devoir d'intervention dans toutes les ramifications de l'organisation de la cité et proposent, toujours, à la population locale, des «espaces globaux d'autoformation critique».

La «*spontanéité organisée*» des GAS fonctionne comme un laboratoire collectif, où s'élabore, à partir de la base, un modèle économique de valorisation des ressources du territoire et d'échange de biens et services, basé sur la soutenabilité des productions, sur la coopération, le responsabilité.

ANNEXES
Sources consultées (dans l'ordre des citations).

www.retegas.org/index.php?module=pagesetter&tid=3
<http://retina.desbri.org/gas-della-retina>
www.gasbo.it/content/dove-siamo
www.gasroma.org/progetti-e-acquisti/prefinanziamento-fragole-e-pesche
<http://respuglia.org/gli-attori-della-rete>
www.forcalabria.it/doc/Listino_Marzo_2014.pdf
<https://docs.google.com/file/d/0B72F5fhk7RPQd3dmc1czUlhScnVSdkxybG50ZEF1dw/edit?pli=1>
<http://calzebiologiche.it>
www.made-in-no.com/la-nostra-storia/made-in-no
www.livecom.coop
www.consorziocaes.it/Eticar
www.bancaetica.it/per-organizzazioni-e-imprese/conti-correnti/conto-per-i-gas
www.co-energia.org
www.aequos.eu/index.php?option=com_content&view=category&id=39&Itemid=97
www.fishbox.it
<http://intergasp.blogspot.fr/2010/11/normal-0-14-false-false-false.html>
www.gasmilano.org/?pag=progetto&id_progetto=1
www.aequos.eu
www.aequos.eu/index.php?option=com_content&view=article&id=108&Itemid=99
<http://respuglia.org/legge-regionale-gas/4-res-puglia-e-la-legge-regionale-sui-gas>
www.trentinoarcobaleno.it/tavolo-economia-solidale
<http://comune-info.net/2014/04/recuperare-le-terre-incolte-del-paese>
http://vivimilano.corriere.it/feste-mercatini-fiere/zac-4-si-semina--mercato-contadino-gas-milanesi_212580945976.shtml
<http://igasdellaspezia.blogspot.fr/2014/04/orti-urbani.html>
www.gasbo.it/wiki/OsservatorioMenseScolasticheBologna
www.autistici.org/campiaperti/genuino-clandestino
www.accessoallaterra.org
www.cohousingbologna.org,
<http://sccservice.org>
<http://igasdellaspezia.blogspot.fr/p/area-comitati.html>
www.tuttaunaltracitta.it/chi-siamo
<http://falacosagiusta.terre.it/sezione04/53>
Achat collectif papier Lucart
<http://www.lucartgroup.com/>
www.papest.fr/fiches_papets/lucart.htm
www.gastm.org
<http://www.greenpeace.it/deforestazionezero/foreste-a-rotoli/pdf/GP-TISSUE.pdf>
www.gasroma.org/
<https://sites.google.com/site/gasperpiceno/chi-siamo>

**Produits et fournisseurs du réseau de quatre GAS
couvrant un rayon de 15 km autour de Sarzana (SP).**

Castelnuovo Magra : L'Orbaco <<http://gaslorbaco.blogspot.fr>>
Sarzana : Barbagas <www.facebook.com/pages/BarbaGAS-Sarzana/124680637563515>
Lerici (La Serra) : MCR, Magazzino Cooperativo Risorgimento.
Follo : Gigante Nera.

FRUITS et LEGUMES

Biotrentino - Tres (TN); www.luciamaria.it (Jus, vinaigre, cidre pomme, miel, champignons séchés, crauti).
Biosybaris - Cantinella (CS); www.minisci.it/i-marchi/biosybaris2.html (agrumes, huile, fruits-legumes, fruits confits)
Borgo Casignano - Cavriglia (AR); www.casignano.eu (vin, huile)
Azienda Agricola Cascina Rovereda - Brugnato (SP) (farine, pâtes, pain, levain, legumes, tartes de legumes, viande, oeufs, pâtisserie, miel, épices)
Maso del Gusto - Nave San Rocco (TN); www.masodelgusto.it (pommes – produits transformés)
Le Galline felici - Sicilia; www.legallinefelici.it (agrumes)
Giulietta Mulini - Fosdinovo (MS) www.facebook.com/pages/Azienda-Agricola-Biologica-Cresta-Del-Pino-Solitariodi-mulini-giulietta/153131634736543 (fruits-legumes)
Paolo Nardi - Castelnuovo Magra (SP); www.crisoperla.it/index.php/i-nostri-soci/13-aziende/54-azienda-agricola-paolo-nardi (fruits-legumes)
Azienda Agricola L'orto Bio - Sarzana (SP) www.facebook.com/LortoBio?fref=ts (fruits-legumes).
Azienda agricola Rob del Bosco scuro - Cavriano (MN); www.robdelbosco.com (fruits-legumes, produits élaborés)
Azienda agricola Santa Croce - Catania (CT); www.arancesantacroce.it (agrumes).
Azienda Agricola La Badia - Catania (CT) <http://ftp.tiscali.it/labadia/azienda.htm> (agrumes)

PAIN - PATES - RIZ

Fornaio Mascellino Maurizio - Castelnuovo Magra (SP)
Panificio Piazza Luni - Sarzana (SP)
Agricoltura biodinamica S. Cristoforo - (FI); www.sancristoforoazienda.it
IRIS - Soc. Coop. Agr. di Prod. e Lavoro (CR); www.irisbio.com
Pastificio Palandri - Pistoia (PI); www.pastificiopalandri.it
Cascine Orsine - Bereguardo (PV); www.cascineorsine.it (+ legumes, miel, huile)
Az. Agricola Bio Pratini - Peccioli (PI); www.ilmulinoapietra.it (+ legumes)

PRODUITS LAITIERS

Azienda Bio Montagnana - Ravarano (PR); www.montagnanabio.it (Parmésan de montagne)
Azienda Agricola Davini - Carpinelli (LU); www.e-toscana.com/prodotti_tipici/davini.htm (Fromages, beurre, confitures)
Azienda Agricola Persegona - Fidenza (PR); www.parmigianobio.it/it-IT/homepage (Parmésan, beurre, charcuterie)
Azienda biodinamica Poggio di Camporbianco - S. Gimignano (SI); www.poggiodicamporbianco.it (Laitages, fromages, pates, farine, legumes, produits élaborés)
Capracampa Agr. SAS - Licciana Nardi (MS) (fromage chèvre)
Il caprile - Elena Incerti - Carrara (MS); <http://rassegnastampa.unipi.it/rassegna/archivio/2013/09/07PG06162.PDF>
(Fromages de chèvre)
Naturalmente Lunigiana - Filattiera (MS); www.lagazzettadiviareggio.it/redazionali/naturalmente-lunigiana
(fromages, charcuterie, viande de buffles, cochons, agneaux, bovins, élevés en liberté)

VIANDE

Coop S. Pietro Vara - Varese Ligure (SP); www.gas.ms.it/articoli/12-12-2007/uno-dei-nostri-produttori-cooperativa-san-pietro-vara-carne-biologica (bovins-ovins-caprins)
Società Agricola San Paolo - Medesano (PR) www.suinoneroparma.it/index.php?mod=list&categoryid=37
(bovins-ovins-poulets-cochon noir)
Consorzio per la valorizzazione e tutela dell'agnello di Zeri (MS);
www.fondazione-lowfood.it/pagine/ita/presidi_italia/dettaglio_presidi.Jasso?-id=3302#.U0-rfChNyxk
(agneaux, farine de chataignes, fromage, noix)

POISSON

Cooperativa Maestrale - Marina di Carrara (MS); www.pescemarefantasia.it

HYGIÈNE, DETERSIFS

Biofficina Toscana - Lucca (LU); www.biofficinatoscana.com
Daymon's Naturalerbe – Torino (TO); www.daymonsnaturalerbe.it
Fitocose – Cusago (MI); www.fitocose.it
Tea Natura – Ancona (AN); <http://teanatura.com>
WIP – Prato (PO); www.valoresociale.it

AUTRES

Astorflex - Castel D' Ario (MN); www.ragioniamoconipiedi.it (Chaussures equisolidaires)
Cooperativa Agriquo - Lavagna (GE); www.agriquo.com (farines, fromages, produits equitables)
Magazzini del mondo – Spezia (SP); www.magazzinidelmondo.it (commerce equitable)
Marcellino Panevino - Montemarcello (SP); <http://osteriamarcellinopanevino.wordpress.com> (gastronomie)
Tempobiologico - Ospitaletto (BS); www.tempobiologico.com (Casseroles, chaussures)
Tatawelo - Firenze (FI); www.tatawelo.it (Cafè - Commerce Equitable)
Produttore Venuta Fabrizio - Castelnuovo Magra (SP) (Miel)
Il Gabbiano - Cittareale (RI); www.amicidelladolcevita.it/Made-In-Italy/birrificio-alta-quota-288447
(Bière artisanale)
Azienda agricola "Il mandorleto"- Enna (EN) www.siqillyah.com/index.php/il-mandorleto (Amandes, produits élaborés)
Principio Attivo - Carrara (MS); www.principioattivo.it/IT/Home.htm (plantes officinales, tisanes, teintures mères)
Azienda Grassini - Campo di S. Giuliano Terme (PI) www.pinolibiologicici.it (Pignons)
Cooperativa Zucchero Amaro - Chiavari (GE); www.zuccheroamaro.it (Fruits exotiques, Commerce Equitable)

Achat collectif papier Lucart.

Le Groupement d'Achats Solidaires [Testaccio meticcio](http://www.testaccio.org) de Rome, a réuni les commandes d'une vingtaine de GAS de son territoire (rayon de 10-20 km), pour un achat partagé de [papier LUCART](http://www.lucart.com) (Cartiera Lucchese), fabricant qui possède la certification Écolabel (la plus haute existante) et est classée par le guide de Greenpeace [Foreste a rotoli](http://www.greenpeace.org/fr/foreste-a-rotoli) comme "entreprise la plus écologique"².

En Juillet 2013, une première commande (2000 confections de 4 rouleaux de papier hygiénique, 360 d'essuie-tout, 630 de serviettes, 72 de rouleaux de sopalins, 720 de mouchoirs) est passée, auprès du grossiste-distributeur de Lucart le plus proche (65km de Rome), pour 4.217 €(dont 370 de transport).

Vu les résultats positifs de ce premier essai, les GAS du [Latium](http://www.latium.org) créent un groupe de travail commun qui organise l'achat de quantité plus importantes de produits respectueux de l'environnement.

En Novembre 2013, un deuxième achat de papier est piloté par le GAS [Gasper](http://www.gasper.org) qui pousse plus loin l'élimination des intermédiaires et s'adresse directement à LUCART.

27 GAS du territoire (soit plus de 2000 personnes), adhèrent à la commande, indiquent leur référent et versent (virements bancaires) 8171 €. Le paiement anticipé a permis d'obtenir, comme d'usage, une remise de 237 € (3%). Le 13 décembre un camion équipé de hayon hydraulique et chariot transpalettes a livré 36 palettes avec 4704 packs de papier toilette, sopalins, serviettes doubles, 384 packs de serviettes simples et 11520 paquets de mouchoirs. Les opérations de réception, déchargement, enlèvements ont duré 45 minutes. La ristourne de 237 € a été utilisée pour financer un banquet avec les participants.

² LUCART n'utilise pas du bois, mais les tetra-packs alimentaires, recyclant, du même coup, aluminium, carton, plastique et n'emploie aucun procédé de blanchiment.