

GdL Bi-sogni

Bilancio e Scenari possibili

*1° passo: scenario possibile per il Gruppo, a partire dal **bilancio personale delle sue campagne***

1. Cristina: le campagne hanno permesso di avvicinare produttori e GAS; scenario: trovare il modo di far sì che i produttori entrino di più nel mondo dei GAS; ad es. con la **coproduzione** (o partecipare a una distribuzione - Porte aperte ai produttori, emerso nel GAS Montimar)
2. Marco: le campagne solidali sono uno sviluppo delle attività dei GAS, smuovono nuove relazioni facendo uscire i GAS dalla comfort zone del solo acquisto; scenario: proseguire sia a livello nazionale, che locale per far sì che le **campagne diventino strumento** abituale dei GAS
3. Laura-Rete GAS Ticino: ha imparato molto dalle campagne, non è stato così per tutti i gasisti; scenario: **più energie nel diffondere tali pratiche** a livello territoriale e nella rete locale di GAS
4. Liliana: partecipare al Gruppo è stato importante per gli spunti, anche se non per gli altri gasisti (ciclo del consumo critico per lei sarebbe concluso); scenario (per il proprio GAS): cambiare nome -> solo gruppo "Acquisti buoni e di qualità" con il **10% in più di contributo per progetti locali**; per le campagne: chiedere una quota in più anche ai gasisti
5. Sonia: affascinata dalle campagne e dal gruppo per le idee che possono portare benefici anche alle persone che non possono acquistare bio (in genere nelle attività dei GAS di solidale è rimasto poco); scenario: **mirare in alto con i nuovi progetti** e fare il meglio che si può.
6. Sara: ringrazia per l'energia che le attività del Gruppo rimettono in moto, anche se le risposte dei gasisti sono parziali; scenario: concorda con la proposta di coinvolgere di più i produttori, anche a favore dei gasisti 'spenti'; **propone passi più lenti**, uno alla volta
7. Paola: si associa ai 2 ultimi interventi, ringrazia per le proposte, per il bagaglio di idee 'professionali'; la campagna delle patate le sembra che per i produttori non sia andata bene; nel suo GAS c'è stata curiosità per la campagna delle clementine, ma Aria ha fatto presente che si sovrapponeva all'analogo acquisto in corso; scenario: **necessaria maggiore lentezza** per sensibilizzare i gasisti
8. Alberta: sembra che ci si consumi nei progetti evoluti del Gruppo; scenario: formare e formarsi di più per dare possibilità ai territori di comprendere meglio il senso delle campagne, ad es. con il **per/corso di formazione/sperimentazione**, privilegiando la **co-produzione**
9. Davide: concorda con il bilancio positivo delle campagne e con chi ha messo in rilievo le difficoltà a sensibilizzare i propri sodali con le innovazioni proposte dal Gruppo; scenario: dedicare il 2025 al **per/corso di formazione**, cui dovrebbero partecipare tutti i membri del Gruppo
10. Licia: scenario: la lentezza le sembra compatibile con gli altri scenari; la **co-produzione** è il percorso più interessante.

*II passo: **elenco degli scenari emersi** e loro 'votazione'*

Scenari emersi:

- percorso di formazione xxxxx
- maggiore lentezza e maggiori energie nel diffondere le pratiche del Gruppo
xxx
- co-produzione xxx
- campagne territoriali xxx

III passo, come si realizzano gli scenari, evidenziando gli scarti/differenze rispetto alle azioni e campagne programmate (Valdibella e Sporta solidale2)

Nel puntare alla partecipazione all'intero per/corso di formazione-sperimentazione di 'nuovi animatori', si propone a tutti i membri del Gruppo di partecipare a specifici moduli del corso di formazione; le campagne prospettate, comprese quelle territoriali, possono essere collegate alla sperimentazione prevista dal progetto di ReteGAS Marche-EnerGAS-GAS Friarelli, con una particolare sottolineatura della co-produzione.