



ANALISI E ISTRUTTORIA DOCUMENTALE – ATTO N. 32

DATI IDENTIFICATIVI

Tipo atto	Proposta di legge di iniziativa consiliare
------------------	--

Numero atto	32
--------------------	----

Proponente	Consiglieri Dottorini e Brutti
-------------------	--------------------------------

Titolo	Norme per il sostegno dei gruppi di acquisto solidale (GAS) e per la promozione dei prodotti alimentari da filiera corta e di qualità
---------------	--

Pervenuto al Consiglio il	17.6.2010
----------------------------------	-----------

Legislatura	IX
--------------------	----

Istruttori	Manicketh
-------------------	-----------

Data istruttoria	15 Settembre 2010
-------------------------	-------------------

I – OBIETTIVI

1. Obiettivi diretti ed espliciti

Le finalità del PDL sono:

- a) **promuovere il consumo, critico, consapevole e responsabile** perché strumento di promozione della salute e del benessere dei cittadini;
- b) **incentivare i produttori locali e la diffusione dei prodotti di qualità** perché strumenti di tutela dei consumatori, della salute, dell'ambiente ed espressione del principio di solidarietà consumatori- produttori.

Obiettivi diretti sono:

- 1. sostenere i Gruppi di Acquisto Solidale;
- 2. incentivare la filiera corta;
- 3. sviluppare la produzione di prodotti di qualità.

2. Strumenti previsti per perseguire gli obiettivi

Obiettivo 1. - Sostenere i Gruppi di Acquisto Solidale (GAS)

*Strumento 1 - Contributi a fondo perduto per le spese di funzionamento, promozione ed organizzazione dei **gruppi di acquisto solidale** (GAS).*

*Obiettivo 2. – Sostenere la domanda di **prodotti da filiera corta, a chilometri zero e di qualità***

*Strumento 2.1 - La Regione stabilisce per i **servizi di ristorazione collettiva affidati da enti pubblici**:*

- a) l'utilizzo di almeno il 50% in valore di *prodotti da filiera corta, a chilometri zero e di qualità*;
- b) come titolo preferenziale, nelle procedure ad evidenza pubblica per l'aggiudicazione dell'appalto, l'utilizzo superiore al 60% di *prodotti da filiera corta, a chilometri zero e di qualità*.

*Strumento 2.2 - Contributi per l'avvio di mercati o di punti vendita riservati agli imprenditori agricoli locali e di qualità per la vendita diretta (**farmer's markets**) di *prodotti da filiera corta, a chilometri zero e di qualità*.*

Obiettivo 3. - Sviluppare la produzione di prodotti di qualità

*Strumento 3.1 – Riserva di una % dei contributi annualmente disponibili per i **mercati di prodotti provenienti esclusivamente da agricoltura biologica certificata** (non è chiaro però se si tratti di una % dei contributi totali o di quelli relativi a i mercati).*

Strumento 3.2 – Usare come criterio per le modalità di

I – OBIETTIVI

erogazione dei contributi ai GAS la preferenza per l'**agricoltura biologica**.

Obiettivo generale - Promuovere il consumo, critico, consapevole e responsabile

Strumento 4 - Azioni di informazione sui GAS esistenti e sulle loro attività, sul consumo sostenibile, critico e consapevole e sui mercati agricoli e agli eventi collegati alle materie trattate nella legge (anche tramite apposita sezione sul portale web regionale)

3. Corrispondenza con la programmazione regionale

In diversi documenti di programmazione regionale troviamo indirizzi e misure corrispondenti agli obiettivi e agli strumenti proposti dal PDL.

In particolare, la riprogrammazione del **Programma di Sviluppo rurale (PSR 2007/2013)** prevede, tra l'altro, che particolare attenzione nella rimodulazione delle misure venga posta alle pratiche dell'agricoltura biologica in quanto rappresentano un modello maggiormente coerente con le strategie di riconversione eco-sostenibile indicate in ambito comunitario.

Sempre nel PSR si dice che nello scenario umbro permangono inoltre importanti problemi locali che interessano le filiere biologiche nel loro complesso e in particolare:

- l'ampliamento del mercato dei prodotti biologici inteso sia come strutturazione di circuiti lunghi, dove intervengono vari soggetti intermediari (come nel caso dei cereali), sia nel caso in cui si riescano a costruire circuiti brevi e mercati locali che abbiano come oggetto varie *specialities* (farro, olio, lenticchia, prodotti ortofrutticoli freschi, carne, formaggi);
- il miglioramento della conoscenza e dell'informazione pervenuta ai consumatori sugli attributi dei prodotti.

Nel **Piano forestale** si fa riferimento ad alcune iniziative pilota da realizzare nel 2010 di sostegno alle cosiddette "filiera corte", uno degli strumenti attraverso cui "avvicinare" produttori e consumatori e promuovere stili di consumo eco-compatibili.

Nel **Piano di Tutela delle Acque** all'interno della *Misura Q32 C: Misure integrative* che rappresenta una linea di indirizzo utile ad orientare il settore agricolo verso attività meno impattanti dal punto di vista ambientale, è prevista l'incentivazione e la promozione, tra le altre, anche delle seguenti azioni:

- produzione agricola integrata: l'agricoltura integrata è un

I – OBIETTIVI

sistema agricolo basato su tecnologie a basso impatto ambientale, che permettono di conciliare le esigenze di produzione con quelle di protezione dell'ambiente.

- realizzazione di Sistemi di Gestione Ambientale: i Sistemi di Gestione Ambientale (SGA) si basano sull'integrazione di pratiche di conduzione aziendale, finalizzate a minimizzare gli impatti sull'ambiente e a massimizzare i benefici ambientali, in termini di gestione del suolo, dell'acqua, dell'aria, della biodiversità e del paesaggio.
- produzione agricola biologica e biodinamica.
- commercializzazione prodotti agricoli di qualità.

Nel **Piano regionale per la gestione dei rifiuti** si dice che la coesistenza dei fenomeni di antropizzazione con la tutela dell'ambiente dipende in maniera significativa dalle azioni previste nell'ambito dell'obiettivo strategico *Riduzione impatto inquinante derivante dalle attività umane*.

Nel **Programma di governo 2010-2015 – Umbria 2015** si dice che avendo come punti di riferimento la politica dei redditi, la qualità e lo sviluppo delle economie rurali, si intende condizionare sempre più il sostegno al settore agricolo allo sviluppo di un'agricoltura di qualità, che sia rispettosa dell'ambiente e che contribuisca alla promozione della salute umana.

Inoltre si dice che la strategia da perseguire nei prossimi anni è quella di far recuperare margini di redditività da parte dell'anello primario attraverso processi di costruzione, riorganizzazione o integrazione di filiere produttive così da realizzare filiere fortemente radicate che consentano sia il mantenimento del valore aggiunto a livello territoriale, sia una stabilità della domanda di prodotto agricolo.

In particolare si intende incrementare, ove e quando possibile, la diffusione delle cosiddette filiere corte che rappresentano una delle più interessanti espressioni di recupero di funzioni e vantaggi economici evidenziatesi negli ultimi anni.

In fine si dice anche che in Umbria il principio della sostenibilità ambientale non può essere messo in discussione.

Oltre alla programmazione regionale ci sembra opportuno ricordare quella nazionale e in particolare il **documento approvato dalla Conferenza Stato-Regioni nell'aprile 2010 contenente le “Linee di indirizzo nazionale per la ristorazione scolastica”**.

Nel documento si danno indicazioni per la formulazione del capitolato per l'affidamento del servizio di ristorazione, in cui si deve porre

I – OBIETTIVI

particolare attenzione alla qualità dei prodotti, oltre a quella del servizio. A parità di qualità bisogna privilegiare i prodotti rispettosi dell'ambiente e di altri valori di sistema, quali agricoltura sostenibile, benessere animale, tradizioni locali e tipicità, coesione sociale e commercio equo-solidale.

4. Effetti su altri settori o ambiti diversi da quelli previsti

E' possibile un effetto di sostituzione di *prodotti locali, da agricoltura biologica, DOP, tipici e tradizionali* al posto di altri prodotti e canali di distribuzione. E' possibile dunque un calo di domanda nei mercati sostituiti, in particolare nei canali della grande distribuzione.

In realtà la grande distribuzione sa reagire alle variazioni di domanda, e ad un aumento della domanda di prodotti di qualità, la grande distribuzione si adeguerebbe, modificando la varietà di prodotti offerti.

Si prevedono effetti positivi sull'ambiente in forma di riduzione dell'impatto inquinante delle attività umane, sostegno all'agricoltura biologica e a quella sociale.

II – DESTINATARI

5.Destinatari diretti	Sono destinatari diretti degli interventi i GAS, i produttori partecipanti ai mercati ed ai punti di vendita diretta, i gestori della ristorazione collettiva pubblica.
6.Destinatari indiretti	Sono destinatari indiretti degli interventi: <ul style="list-style-type: none">- gli utenti di ristorazione collettiva pubblica;- i consumatori finali che avranno più facilità ad accedere ai prodotti biologici attraverso i mercati e i punti di vendita diretta e che saranno raggiunti dalle campagne di informazione sui GAS e sul consumo consapevole;- le Aziende di agricoltura biologica e agricoltura sociale che verranno preferiti dai GAS e dai gestori di ristorazione collettiva pubblica
7.Zone territoriali di intervento	I territori di produzione di agricoltura di qualità, in particolare nelle aree appartenenti all'ambito regionale e entro un raggio di 40 km dal territorio umbro (prodotti a chilometri zero).
8.Forme di pubblicità per i destinatari	I mercati, le azioni di informazione delineate all'art.4 costituiscono forme di pubblicità per i produttori.
9.Forme di partecipazione per i destinatari/ cittadinanza	GAS e mercati essendo forme di autogestite di acquisto e vendita dei prodotti favoriscono una partecipazione e consapevole dei cittadini e dei produttori al processo di distribuzione e consumo dei prodotti.

III – ANALISI DEL CONTESTO

10. Definizione dei fenomeni oggetto dell'intervento contenuta nell'atto

Nell'Art.3 (Definizioni) del PDL sono contenute le seguenti definizioni:

- a) **"gruppi di acquisto solidale" (GAS)**: i soggetti associativi senza scopo di lucro costituiti al fine di svolgere attività di acquisto collettivo di beni e servizi e di distribuzione dei medesimi, senza applicazione di nessun ricarico, ad eccezione della copertura dei costi di gestione, esclusivamente agli aderenti, con finalità etiche, di solidarietà sociale e di sostenibilità ambientale, in diretta attuazione degli scopi istituzionali e con esclusione di attività di somministrazione e di vendita, ai sensi di quanto stabilito dall'art. 1, comma 266 della legge 24.12.2007 n. 244;
- b) **"prodotti da filiera corta"**: i prodotti che prevedono modalità di distribuzione prevalentemente diretta dal produttore al consumatore;
- c) **"prodotti a chilometro zero"**: i prodotti da aree di produzione appartenenti all'ambito regionale, o posti a una distanza non superiore a 40 chilometri di raggio dal luogo previsto per il consumo;
- d) **"prodotti di qualità"**: i prodotti agricoli ed agroalimentari provenienti da coltivazioni biologiche, nonché i prodotti a denominazione protetta ed i prodotti tipici e tradizionali.

Ci sembra utile chiarire anche i concetti di **consumo critico, consapevole e responsabile** e di **agricoltura sociale**.

In proposito di **consumo critico, consapevole e responsabile** riportiamo la definizione contenuta nella legge del Lazio "L.R. 4-8-2009 n. 20. Disposizioni per la diffusione dell'altra economia nel Lazio" per il consumo critico:

Art. 9 (*Consumo critico.*)

1. Il consumo critico è il consumo consapevole, responsabile e sobrio attraverso il quale il consumatore non sceglie i suoi acquisti solo in base al rapporto tra qualità e prezzo, ma anche in base alle caratteristiche sociali ed ambientali dei beni e servizi, della catena del valore e dei soggetti che in essa intervengono, al fine di limitare il consumo delle risorse e l'inquinamento dell'ecosistema e di ottenere dalle imprese un comportamento più attento ai diritti umani, sociali e all'ambiente.

III – ANALISI DEL CONTESTO

2. I soggetti che svolgono attività di promozione del consumo critico offrono informazione, formazione, organizzazione e tutela ai consumatori.

3. Tra i soggetti di cui al comma 2 rientrano, in particolare, i gruppi di acquisto solidale (GAS), così come definiti dall'articolo 1, comma 266, della legge 24 dicembre 2007, n. 244 (Disposizioni per la formazione del bilancio annuale e pluriennale dello Stato. Legge finanziaria 2008), che riuniscono e organizzano i consumatori per l'acquisto collettivo dei prodotti dell'altra economia.

Con il termine **agricoltura sociale** ci si riferisce generalmente a: cooperative sociali o aziende agricole che, oltre a produrre beni agro-alimentari, svolgono un'attività sociale attraverso l'inserimento lavorativo in azienda o il recupero terapeutico di soggetti socialmente deboli e svantaggiati.

11. Presenza di dati e informazioni nella relazione di accompagnamento

Tra i dati principali nella relazione di accompagnamento riportiamo:

- nei mercati locali il prezzo finale dei prodotti è il 30% in meno rispetto alla grande distribuzione;
- un pasto medio percorre oltre 1.900 chilometri;
- numero e famiglie partecipanti ai GAS: 25 famiglie in media, pari a 100 consumatori, 500 GAS in Italia, 25.000 famiglie, 100.000 persone che utilizzano prodotti dei GAS in Italia;
- 251 famiglie in Umbria nel 2009 hanno acquistato tramite gruppi organizzati d'acquisto per un valore di 100 mila euro.

12. Definizione del contesto socio-economico: Dati e informazioni di sintesi

I **gruppi di acquisto (GA)** sono formati da gruppi di famiglie che si organizzano insieme per effettuare acquisti direttamente dai produttori, utilizzando nella scelta dei prodotti e dei produttori anche un criterio di "solidarietà" inteso in senso ampio per perseguire uno stile di consumo critico e socialmente responsabile. Nel documento base5 dei GAS si legge: "finalità di un GAS è provvedere all'acquisto di beni e servizi cercando di realizzare una concezione più umana dell'economia, cioè più vicina alle esigenze reali dell'uomo e dell'ambiente, formulando un'etica del consumare in modo critico che unisce le persone invece di dividerle, che mette in comune tempo e risorse invece di tenerli separati, che porta alla condivisione invece di rinchiudere ciascuno in un proprio mondo (di consumi)" (RETEGAS, 1999).

Il primo GAS italiano di cui si ha notizia nasce nel 1994 a Fidenza, in provincia di Parma, allorché alcune famiglie decidono di riunirsi

III – ANALISI DEL CONTESTO

in un gruppo con l'intento di fare acquisti collettivi secondo criteri di scelta socialmente responsabili (Saroldi, 2001). Sulla scia del successo dell'iniziativa dei "gasisti" fidentini, l'idea del gruppo di acquisto inizia presto a diffondersi grazie al passaparola tra amici, ed in breve si assiste alla nascita di altri due gruppi in alcune zone limitrofe, un gruppo a Reggio Emilia ed un altro a Piacenza. Sulla scorta di queste prime esperienze iniziano a nascere e a diffondersi altri gruppi; come racconta Valera i metodi di diffusione sono il "contagio" e la "gemmazione" (Valera, 2005).

Il contagio avviene tramite l'incontro diretto tra il GAS e un gruppo di persone interessate a costituirne un altro. I "contaminanti" espongono la propria esperienza ai secondi che vengono così contagiati e danno vita ad un nuovo gruppo che non per forza replicherà tutte le caratteristiche del primo ma si svilupperà in base alle peculiarità dei propri membri.

Diversamente, quando un gruppo diventa molto grande allora questo darà origine, per gemmazione, ad un secondo gruppo che avrà tra i suoi affiliati alcuni gasisti del primo.

Nel gennaio 1997 nasce la Rete Nazionale dei gruppi di acquisto, quando il numero di GAS conosciuti era ancora di 8 unità, con lo scopo di mettere in contatto i gruppi tra loro e per rendere più immediata la circolazione di informazioni utili.

Nel documento base sono così delineate le finalità della Rete:

- favorire la diffusione del consumo critico attraverso l'acquisto da piccoli produttori locali rispettosi delle persone e dell'ambiente;
- facilitare lo scambio di esperienze e di informazioni tra i gruppi sulle modalità organizzative dei GAS;
- favorire l'elaborazione di migliori e sempre più precisi criteri di scelta dei prodotti;
- realizzare uno scambio di informazioni sui prodotti e sui rispettivi produttori;
- promuovere lo sviluppo e la diffusione dei GAS.

La rete a gennaio 2007 riuniva 304 gruppi di acquisto e 7 Reti locali di coordinamento tra GAS, a luglio 2010 i gruppi erano 702 e le reti 11, a questi, inoltre, occorre aggiungere un numero indefinito di altri gruppi non censiti dalla Rete; la rapida evoluzione del fenomeno negli ultimissimi anni, il suo carattere informale e la "diffidenza di fondo che accomuna i gruppi verso il mondo dell'informazione⁹" spiegano sostanzialmente come sia possibile che la Rete non sia in grado di censire in modo esaustivo tutti i gruppi, infine sono i singoli gruppi che segnalano alla rete la propria esistenza, iscrivendosi direttamente nell'archivio, per cui non si può parlare di un vero e proprio censimento.

III – ANALISI DEL CONTESTO

In Umbria a settembre 2010 risultano iscritti nell'archivio del sito retegass 5 GAS e nessuna rete locale.

Le famiglie che si organizzano in un gruppo di acquisto lo fanno generalmente con l'obiettivo di praticare un consumo critico. Uno dei vantaggi di organizzarsi in gruppo è proprio quello di superare i limiti "imposti" dalla pratica di un consumo responsabile. Può capitare che "a volte, i prodotti garantiti da un punto di vista sociale possano costare più di altri e chi guadagna poco può avere delle difficoltà a comprarli" (CNMS, 2005).

Attraverso il gruppo di acquisto si ottengono una serie di vantaggi, di natura organizzativa, di natura economica, di abbattimento di costi di ricerca e di risparmio di tempo. Mettersi insieme e formare un gruppo per comperare direttamente dai produttori, evitando qualsiasi intermediazione, permette di praticare un "consumo critico a libero accesso" e di attuare comportamenti di consumo ritenuti più etici rispetto agli acquisti effettuati ad esempio tramite la grande distribuzione organizzata (GDO).

Assume particolare rilevanza l'elemento solidale – la S del GAS – che si esprime attraverso il "sentire e l'agire critico". L'accezione del termine solidale esprime (Valera, 2005, pag. 67):

- "l'atteggiamento nei confronti di chi produce o trasforma i prodotti che si acquistano";
- "il riconoscersi parte di una comunità umana che travalica confini e culture, e rivendica come precisa responsabilità di ciascuno la disponibilità a farsi carico delle disuguaglianze che la affliggono";
- "all'interno del gruppo, il legame che lega fra loro i partecipanti".

Dunque, i GAS, hanno una conoscenza ed un'attenzione verso le tematiche della solidarietà relativamente superiori ad altri gruppi di consumatori. Essi presentano una connotazione alquanto informale sia nell'organizzazione che nella gestione delle relazioni. Il carattere informale del gruppo deriva proprio dal modo in cui esso si aggrega, in taluni casi esso nasce all'interno di un gruppo di amici, dai membri di un'associazione che condividono determinati valori, ma altre volte prendono vita all'interno di un condominio, tra colleghi di ufficio, tra frequentatori di una palestra etc... Anche al di fuori del gruppo la gestione rimane spesso sul piano informale e la conoscenza diretta dell'agricoltore viene sovente utilizzata come forma di garanzia circa le "qualità" del prodotto. Questi gruppi rappresentano un vero e proprio sistema di filiera corta, caratterizzato dalla stabilità delle relazioni tra acquirenti e fornitori e dalla ricerca di una conoscenza reciproca che non si trova negli altri canali.

III – ANALISI DEL CONTESTO

13. Bibliografia essenziale

Anna Carbone, Marco Gaito, Saverio Senni - *Dipartimento di Economia agroforestale e dell'Ambiente rurale dell'Università degli Studi della Tuscia – Viterbo* -Quale mercato per i prodotti dell'agricoltura sociale?

14. Esistenza di uno o più programmi alternativi:

Di seguito riportiamo alcuni strumenti alternativi proposti in altre regioni italiane per conseguire obiettivi simili.

In Veneto si è scelto di costituire un albo regionale dei GAS:

Veneto - L.R. 27-2-2008 n. 1 Legge finanziaria regionale per l'esercizio 2008.

Art. 21 (*Istituzione dell'albo regionale dei gruppi d'acquisto solidale.*)

1. La Giunta regionale allo scopo di sostenere le iniziative di consumo consapevole e di valorizzazione delle produzioni alimentari tradizionali e di qualità, istituisce l'albo regionale dei gruppi di *acquisto solidale*.
2. La Giunta regionale entro sessanta giorni dall'entrata in vigore della presente legge, sentita la competente commissione consiliare, stabilisce forme e modalità per la formazione dell'albo di cui al comma 1.
3. Le realtà riconosciute dall'albo di cui al comma 1, possono chiedere contributi finanziari per sostenere iniziative di formazione e informazione sui temi dell'*acquisto* consapevole, dell'*acquisto* equo *solidale*, sui prodotti e le produzioni alimentari tradizionali e di qualità.
4. Agli oneri derivanti dall'attuazione del presente articolo, quantificati in euro 50.000,00 per l'esercizio 2008, si fa fronte con le risorse allocate nell'upb U0071 "Azioni a sostegno dell'associazionismo per il commercio" del bilancio di previsione 2008.

In Piemonte si prevedono contributi correlati al costo per l'acquisto di prodotti della filiera corta nella ristorazione collettiva pubblica in una proposta di legge presentata il 22 Giugno 2010

Proposta n.26 (*Promozione della filiera corta dei prodotti agroalimentari piemontesi e loro utilizzo nella ristorazione collettiva pubblica e privata.*)

III – ANALISI DEL CONTESTO

Art. 8 (Utilizzo dei prodotti della filiera corta nella ristorazione collettiva pubblica)

1. I soggetti di cui all'articolo 7, comma 1, lettere a) e b) che utilizzano nella preparazione dei pasti somministrati, nel servizio di ristorazione collettiva pubblica, alimenti della filiera corta in misura non inferiore al cinquanta per cento, in termini di valore economico, dei prodotti agricoli complessivi, anche trasformati, sono destinatari di un contributo correlato al costo sostenuto annualmente per l'acquisto dei prodotti della filiera corta piemontese.

V- ANALISI ECONOMICO-FINANZIARIA

15. Breve analisi dei benefici attesi:	<p>Tra i benefici attesi a lungo termine si può anche intravedere una diminuzione delle importazioni dall'estero di prodotti agricoli prodotti in grande scala all'estero. Questo avrebbe influssi positivi sulla bilancia commerciale e sul debito pubblico.</p>
16. Descrizione delle spese dei vari articoli dell'atto:	<p>Prevedono spese per il bilancio regionale i seguenti articoli:</p> <ul style="list-style-type: none">- l'art.3 (Misure di sostegno) nei commi 1,2,3 che prevedono contributi per i GAS;- l'art.3 nei commi 5,6 che prevedono contributi per l'avvio di mercati e punti di vendita diretta riservati agli imprenditori agricoli locali e di qualità (farmer's markets);- l'art.4 (Azioni di informazione) per le campagne di informazione sui GAS e gli incontri tematici sul consumo sostenibile. <p>Solo i contributi al funzionamento dei GAS sono quantificati in un massimo di 5.000 euro annui per ciascun GAS. Dalla rete gas nazionale attualmente risultano 5 GAS in Umbria => 5.000 euro x 5 gas = 25.000 euro annui massimi Rimarrebbero dunque 45.000 euro dei 70.000 euro totali previsti, da utilizzare per le altre azioni del PDL.</p>
17. Quantificazione della spesa complessiva per l'attuazione dell'atto sul Bilancio regionale:	<p>La norma finanziaria indica una spesa complessiva a carico del bilancio regionale di previsione 2010 pari a 70.000 euro.</p>
18. Tipi di risorse utilizzate per il finanziamento dei costi dell'atto:	<p>Non indicato</p>

V- ANALISI ECONOMICO-FINANZIARIA

19. Funzione Obiettivo in cui si inserisce l'intervento:	Non indicata
20. Unità Previsionale di Base alla quale/quali saranno attribuiti i costi dell'atto:	Non indicata
21. Esercizi finanziari che saranno interessati dall'atto:	2010 e successivi
22. Reperimento della copertura finanziaria per il primo anno di entrata in vigore dell'atto e per gli anni successivi:	Non indicata
23. Analisi delle nuove o maggiori entrate (se previste):	Non sono previste maggiori entrate
24. Strumenti di controllo:	Non previsti

ANALISI E ISTRUTTORIA DOCUMENTALE - ATTO N. 32

V – ALLEGATO AI DATI DI CONTESTO

Tabella 1 - Numero di GAS, reti locali e produttori iscritti nell'archivio RETEGAS nazionale (al 12-7-2010), in ordine decrescente di GAS rispetto alle famiglie residenti nella regione.

Regioni	GAS	Reti locali	Produttori autosegnalatisi al giugno 2010	GAS per 100.000 famiglie	GAS iscritti al gennaio 2007	Incremento % dal 2007 al 2010
Valle D'Aosta	4		2	6,7	2	100%
Toscana	101		115	6,3	37	173%
Lombardia	179	4	95	4,2	84	113%
Piemonte	75	3	110	3,8	43	74%
Marche	23	1	28	3,6	13	77%
Trentino Alto Adige	14		12	3,3	10	40%
Veneto	63	1	37	3,1	28	125%
Emilia Romagna	60	1	67	3,1	27	122%
Liguria	22		8	2,8	6	267%
Lazio	58	1	62	2,5	18	222%
Molise	3		5	2,3	0	-
Abruzzo	9		23	1,7	4	125%
Friuli Venezia Giulia	8		9	1,4	3	167%
Puglia	21		70	1,4	10	110%
Umbria	5		16	1,3	1	400%
Sardegna	9		9	1,3	0	-
Sicilia	21		143	1,1	8	163%
Campania	20		32	1,0	8	150%
Basilicata	2		18	0,9	1	100%
Calabria	5		62	0,6	1	400%
ITALIA	702	11	923	2,8	304	131%

Fonte: nostra elaborazione su dati Archivio nazionale RETEGAS - <http://www.retegas.org>

Tabella 2 – GAS umbri presenti nell'archivio RETEGAS nazionale (settembre 2010)

Denominazione	Localizzazione
Gruppo di Acquisto Popolare Marsciano	Marsciano (Perugia)
GAS Montegrillo	Perugia
G.a.s.piterina!	Perugia
il filo di paglia	Gubbio (Perugia)
GAS Valfabbrica	Valfabbrica (Perugia)

Fonte: Archivio nazionale RETEGAS - <http://www.retegas.org>

ANALISI E ISTRUTTORIA DOCUMENTALE – ATTO N. 32

FIRME

Gli istruttori

Dott.ssa Angela Manicketh _____

*Il Responsabile di
Sezione*

Dott.ssa Seriana Mariani _____

*Il Responsabile del
Processo*

Dott. Franco Todini _____

Data

Perugia, 15 settembre 2010