

ASSOCIAZIONE RIES

VERBALE ASSEMBLEA SOCI

ASSEMBLEA ORDINARIA

Oggi, giorno 23 del mese di maggio 2025 alle ore 15:00 presso il Centro Diocesano, sito in via Solferino 25 – Parma si è riunita in seconda convocazione essendo andata deserta la prima, l'assemblea straordinaria dell'ass. Ries, al fine di discutere e deliberare sul seguente

ORDINE DEL GIORNO

- 1-Approvazione rendiconto anno 2024
- 2-Relazione sulle attività sociali / proposta marchio
- 3-Varie ed eventuali

Intervengono all'assemblea i seguenti soci:

	Diritto di voto	Nome	Cognome	Organizzazione	presenza	online
1	ok	Jason	Nardi	Solidarius Italia	x	
2	ok	delega Jason	Nardi	DES OLTRECONFIN	x	
3	ok	Andrea	Saroldi	GAStorino	x	
4	ok	delega Andrea	Saroldi	Associazione per la decrescita	x	
5	ok	Lidia	Di Vece	Fed. per l'Economia Bene Comune	X	
6	ok	Marco	Bonetti	DES VARESE-ETS	ASSENTE	
7	ok	Chiara	Bassetti	Commonfare	ASSENTE	
8	ok	Virginia	Meo	Oltre Mercato Salento		x
9	ok	Giorgio	Carpi	DES Altro Tirreno ETS	x	
10	ok	Simonetta	Rinaldi	Bilanci di Giustizia	x	
11	ok	delega Simonetta	Rinaldi	TILT - Territori in libera transizione	x	
12	ok	M.Teresa	Pecchini	ASSOBOTTEGHE	x	
13	ok	Massimo	Renno	AERES Venezia	x	
14	ok	Fulvia	Cavaliere	DES PARMA	x	
15	ok	Matteo	Rossi	DESS BERGAMO		x
16	ok	delega Matteo	Rossi	ECONOMIA SOLIDALE TRENTINA		x
17	ok	Gianni	Fortunati	ALTRECONOMIA	x	
18	ok	delega Gianni	Fortunati	L'ISOLA CHE C'E'	x	
19	ok	Gianni	Fortunati	CAES	x	
20	OK	Simonetta	Patanè	MAG VR		x
21	OK	Daniela	Degan	REORIENT		x
22	OK	delega Daniela	Degan	COMUNEINFO		x
23	OK	Mavi	Carcione	RES Friuli VG (PRODES)	x	
24	NO quota	Fulvio	Bucci	CRESER	x	
25	NO quota	Giuditta	Peliti	FOND.FINANZA ETICA		x
26	NO quota	Marco	Binotto	RESS Roma	x	

27	ok			EQUOGARANTITO	ASSENTE
28	NO quota	Gennaro	Ferrillo	ALTRO MODO FLEGREO	x
29	NO quota			CO-ENERGIA	ASSENTE
30	no voto	Franco	Ferrario	consigliere	x
31	no voto	Ada	Rossi	consigliera	x
32	no voto	Riccardo	Troisi	consigliere	x
33	no voto	M.Francesca	DeTullio	consigliera	x

Viene nominato Presidente il signor Jason Nardi e segretario la sig.ra Simonetta Rinaldi, avendone avuta indicazione unanime dall'assemblea.

È stata constatata la regolarità della convocazione assembleare. Sono presenti nr. 25 soci in presenza o per delega su 29 soci totali, di cui 21 aventi diritto di voto.

Il Presidente dà lettura dell'ordine del giorno.

1-Approvazione rendiconto anno 2024

Lidia Di Vece illustra il rendiconto e il confronto con quello precedente e spiega le varie voci. (vedere allegati I, II, III)

L'anno scorso avevamo chiuso con un avanzo, questa volta invece con un disavanzo. Si pone quindi il problema di come essere sostenibili economicamente nel tempo. Le entrate sono costituite dalle quote sociali, da contributi liberali, tra cui anche quelli per l'uso delle varie mailing list, dai bandi.

Avevamo partecipato a due nuovi bandi "Cosme" – Open Food Network: era stato accettato ma i fondi erano esauriti. A settembre lo abbiamo ripresentato e ad aprile è arrivata la notizia che la Comunità Europea ha annullato il bando. Ci contavamo perché ci avrebbe aiutato per le attività del gruppo agroecoogia.

Abbiamo il problema di non avere una struttura per cui non riusciamo a scrivere bandi e seguire le cose. Contiamo di poter essere più strutturati grazie anche al fatto di divenire ETS. Si conta anche sul fatto che i soci diventino più attivi, come succede in altre reti dove i soci chiamano in causa la rete per il supporto nei bandi a cui partecipano.

Sostegno da Caes: questa volta è inferiore al solito. Si potrebbero fare anche altre convenzioni simili con soggetti come E' nostra, ad esempio.

L'assemblea all'unanimità dei presenti aventi diritto di voto, approvano il rendiconto 2024.

2-Relazione sulle attività sociali

Jason Nardi: In questo anno abbiamo lavorato sulla base di quanto emerso a Napoli (riconfigurazione Mission) e abbiamo avviato i vari gruppi di lavoro, tra cui anche quello sulla trasformazione in ETS che sarà oggetto dell'assemblea straordinaria che seguirà quella ordinaria.

Domani qui a Solidalia proseguiamo con momento più pubblico dalle 17 alle 19 sulle Politiche locali del cibo e partecipiamo attivamente all'incontro conclusivo di Effetto GAS 2025.

Segue discussione sul finanziamento di Ries e sulla proposta di un "Marchio ES"

Franco Ferrario illustra la proposta della creazione di un Marchio ES (vedere allegato IV). Abbiamo due problemi: risorse economiche e risorse umane. Se siamo poche decine di soci facciamo fatica (dovremmo chiedere troppo sforzo ai singoli soci).

Bisogna pensare a ciò che può garantire sia le une che le altre ed anche lo sviluppo della rete. Sono concetti che sono già stati affrontati.

Abbiamo rimesso a fuoco la Mission di Ries, il suo scopo e cosa deve fare sia rispetto al suo mondo interno sia rispetto all'esterno e da lì sono usciti i vari gruppi di lavoro.

Abbiamo anche riflettuto sulla Vision e su come fare a far crescere il mercato, come fare sì che gli attori vicini ai nostri pilastri si riconoscano dentro questa cosa e si avvicinino sempre di più.

Da quelle riflessioni è uscita l'idea che potrebbe essere utile un "Marchio" unico, un marchio collettivo che sia segno distintivo.

Noi ci distinguiamo dagli altri perché quello che facciamo è basato sul rispetto dell'ambiente e dell'uomo.

Ci sono tanti marchi, ma ne manca uno unitario dell'ES, in cui tutti si riconoscano

Ciò porterebbe a questi vantaggi:

- se tutti, sia i soggetti più vicini che quelli più distanti, si mettono insieme per stilare i principi, partendo x es. dalla base dei modelli del Bene comune (Spagna ecc.), si mette in atto un processo fiduciario di riconoscimento valori, di rafforzamento delle relazioni e dell'identità comune. Ciò porta anche all'ampliamento della rete. Il processo condiviso per la definizione dei principi comuni già rafforza e amplia la rete.
- Raccolta di risorse fisiche: i più grandi e strutturati contribuiscono di più.
- Un marchio poi ha bisogno di un certificatore, ma possiamo ricorrere a soggetti dei nostri mondi (EBC, caes, ecc.)
- Accompagnando questo progetto si chiede a tutti gli attori di partecipare e di diventare soci. Se siamo tanti anche solo le quote associative garantiscono delle entrate consistenti e anche le risorse umane sono maggiori.

Terry Pecchini: sono 30 anni di lavoro sui marchi nel ComES ((fair trade – botteghe del mondo – equogarantito). Il percorso è bellissimo ma comporta una serie di compromessi che alla fine portano a non riconoscersi più, con la conseguenza che poi uno va per la sua strada da solo con il suo marchio. Continuiamo a generare marchi e debiti e la storia ci dice che forse non è questa la strada giusta.

Domanda: siamo proprio sicuri che scimmiettare le modalità del profit sia opportuno?

Dobbiamo pensare fuori dagli schemi e invece ricadiamo sempre nello schema imposto dal mercato.

Marco Binotto: sono d'accordo sul fatto che noi vogliamo arrivare ad essere riconoscibili, i dubbi sono sullo strumento. All'inizio, quando sono nati i marchi fair trade, c'erano pochi marchi. Adesso invece ce ne sono una marea. La gente non ci capisce più niente. Nella comunicazione di un altro marchio si perderebbe.

Forse uno dei marchi esistenti potrebbe fare l'upgrade aggiungendo i nostri principi. Trasformiamo un'istituzione che già esiste e contaminiamo il mercato.

Virginia: la proposta è estremamente sfidante e interessante, ma mi sono venuti tantissimi dubbi tra cui:

- dal punto di vista operativo e strutturale, al momento non abbiamo la struttura adatta
- il marchio Slow Food: loro hanno capito come si fa a fare un marchio e gli rende tantissimo. Ma se lo guardi in profondità non tutto è coerente

Si potrebbe aumentare forza, credibilità e riconoscimento della rete come leader per avviare una discussione sui marchi.

Andrea Saroldi: l'identità si costruisce attraverso le storie/racconti

Abbiamo Equa, testata giornalistica che ha fatto l'app che è la riedizione tecnologica della famosa Guida al consumo critico.

Equa ha anche la segnalazione delle alternative. Oltre a raccontarti i marchi, segnala le alternative al prodotto non idoneo secondo i nostri principi

Jason Nardi: Equa è nel comitato scientifico. Potremmo usare questo strumento che già c'è

Lidia Di Vece: nel 2017 la Fed. EBC ha chiesto di entrare nel tavolo RES e sono seguiti mesi e mesi di discussione perché una cosa profit poteva contaminare l'ES. Quel punto è stato superato. Il bilancio del bene comune mette insieme i principi dell'ES. Secondo me se le aziende che aderiscono o vogliono aderire a Ries facessero on fast test EBC, riusciamo a fare lobby. Le sinergie devono iniziare da questa situazione.

Il bilancio EBC può farlo chiunque, gli strumenti ci sono. Il marchio Ries deve essere riconoscibile per fare economia in una maniera diversa.

Simonetta Patanè: il marchio è la conclusione di uno strumento di relazione (non l'avvio) quindi non è uno strumento adatto. Inoltre in Ries non si certificano solo i prodotti, ma anche la cultura e altro.

Quindi mi chiedo se l'obiettivo non possa essere raggiunto attraverso processi trasformativi del territorio. La cosa migliore è fare le cose insieme territorialmente. Quindi vedo Ries come attivatore per aiutare il territorio ad avere impatto.

Gianni Fortunati: Credo che Ries abbia bisogno di strumenti per essere attraente ed aggregante. L'allargamento della base sociale è necessario. Al di là del fatto di arrivare ad un marchio, anche solo avviare un tavolo di approfondimento coinvolgendo forze giovani, è importante, anche se non porta ad un marchio ma ad un'altra cosa.

Può essere uno strumento di aggregazione e di allargamento della base sociale portando dentro ricercatori giovani ad es.

Altrimenti il bando ci salva ma rimaniamo i soliti 20.

Ada Rossi: condivido i dubbi rispetto al marchio in sé, che forse non è lo strumento principe. Credo che dovremmo fare un'autoanalisi se abbiamo sfruttato bene il potenziale che già abbiamo.

Se non riusciamo ad essere attrattivi (anche solo per alcune decine di soggetti) dovremmo essere un po' più rigorosi, coerenti con quello che facciamo. Creiamo le strutture ma non le portiamo avanti. Dove sono tutti i soci? dove partecipano? Almeno gli attuali soci, ci credono?

Nel dibattito pubblico non ci siamo. Non portiamo la voce di nessuno né in Italia né all'estero. Non intercettiamo le cose territoriali.

Quindi abbiamo ancora molto da fare prima di fare un altro marchio
La comunicazione è carente, non siamo negli spazi pubblici. non siamo attrezzati, non riusciamo a fare un comunicato stampa nemmeno su le gravi cose che stanno succedendo.
Chiamiamo tutti alla discussione per capire se Ries deve ancora esistere.
Sarebbe già molto essere un punto di riconoscimento di un mondo diverso.

Franco Ferrario: sono d'accordo con quello che avete detto, ma io nella mia esperienza parlo con tantissime persone e mi rimandano sempre una questione di fondo:
"io sono qui, ho energie e soldi da spendere ma non so cosa fare e da chi andare. Ho bisogno di farmi conoscere da chi professa i miei valori, ma non mi conosce e non mi riconosce."

E' necessario semplificare il rumore di fondo:
Se dobbiamo chiedere a decine di produttori e di consumatori critici di venire in Ries dobbiamo rendere riconoscibile l'appartenenza e la differenza.
La cosa più forte è la fiducia reciproca
L'importante è fare il processo. Poi dove si arriva, si arriva.
Fair trade – bio ecc. vanno bene, ma non c'è una cosa che li raggruppa tutti.

Lidia Di Vece: ribadisco che EBC li raggruppa

Si decide di continuare la riflessione su questo argomento.

Alle ore 16:30 null'altro essendovi da discutere il Presidente dichiara conclusa l'assemblea.

Letto, approvato e sottoscritto

Il Segretario
Simonetta Rinaldi

Il Presidente
Jason Nardi

RENDICONTO ANNO 2024

A		B		C		D	
ATTIVO	Dare	Avere		COSTI	Dare	Avere	
Cassa	€	-		Acquisto materiali	€	-	
Banche	€	9.413,69		Affitto	€	-	
				Rimborso spese	€	769,50	
				Assicurazione	€	-	
				Spese Bancarie	€	217,60	
				Contributi associativi vari	€	1.600,00	
TOTALE ATTIVO	€	9.413,69		Spese consulenza	€	6.892,42	
				Spese pubblicità	€	-	
				Pagamento F24	€	-	
				SIAE	€	-	
				Spese dipendenti	€	-	
				TOTALE COSTI	€	9.479,52	
PASSIVO				RICAVI			
Quote sociali		€	2.725,00	Contributi attività sociali		€	2.357,47
Prestiti soci fondatori		€	-	Donazioni		€	-
Avanzo/disavanzi anni precedenti		€	26.065,15				
Disavanzo 2023		-€	12.254,41				
TOTALE PASSIVO		€	16.535,74	TOTALE RICAVI		€	2.357,47
DISAVANZO (A-B=attivo-passivo)		-€	7.122,05	DISAVANZO (D-C=ricavi-costi)		-€	7.122,05

Allegato II

2024 RICAVI

02/01/2024	Progetto reti notula 03	749,46
09/02/2024	Contributo Giusteri	60,00
09/02/2024	Contributo rete radie	80,00
15/03/2024	Contributo Zimarino	40,00
02/04/2024	Contributo progetto Europeo	1398,00
24/06/2024	Contr. Gruppo acquisto solidale	30,00
09/12/2024	b.b. pay pall	0,01
		2357,47

2024 COSTI

Rimborso spese

20/02/2024	b.b. biglietti treno	170,00
31/05/2024	b.b rimborso treni	349,50
19/09/2024	b.b. rimborso treno	250,00
		769,50

Contributi associativi vari

05/02/2024	Contributo bando Ries	700,00
10/04/2024	Contributo bando ries	300,00
14/05/2024	Contributo Ripess	100,00
19/06/2024	Contributo ass Ries Napoli	500,00
		1600,00

Logo of Rete Italiana Economia Solidale (RIES). The logo features a stylized circular emblem with four colored dots (red, yellow, green, blue) at the corners. Inside the circle, the word "RIES" is written in large, bold, multi-colored letters (red, yellow, green, blue). Above the circle, the text "RETE ITALIANA ECONOMIA SOLIDALE" is written in a smaller, black, sans-serif font, with each word on a new line.

	CONFRONTO RENDICONTO ANNO 2024 ANNO 2023
--	--

COSTI			
Acquisto materiali			-1385,6
Affitto	€	-	

Servizi	-€	217,60	-€	273,60
Spese Bancarie			-€	4.645,59
Varie	-€	6.892,42	-€	6.248,32
Spese consulenza			-€	201,30
Spese pubblicità				
Contributi associativi vari	-€	1.600,00		
TOTALE COSTI	-€	9.479,52		
RICAVI				
Contributi attività sociali	€	2.357,47	€	450,00
Donazioni			€	50,00
TOTALE RICAVI	€	2.357,47		
AVANZO /DISAVANZO	-€	7.122,05	-€	12.254,41

Allegato IV

PER UN “MARCHIO” DELL'ECONOMIA SOLIDALE

Un marchio è una garanzia che viene data al “consumatore” su quanto va acquisendo e sull’organizzazione che lo ha realizzato. Un tema da sempre presente nell’economia in generale ed in particolare in quello dell’economia solidale è riconoscere in quale misura quanto viene fornito sia stato prodotto secondo le nostre aspettative, ovvero in questo caso “nel rispetto della natura e dell’essere umano”. A tale scopo troviamo sul mercato e nelle nostre reti molti marchi ed iniziative di garanzia: il marchio Bio, quello Fairtrade, il Bilancio Sociale Europeo, la certificazione B-corp, Equo-garantito, la certificazione EBC, diversi sistemi di garanzia partecipata, il sistema di valutazione di Banca Etica, etc.

Tuttavia, manca un marchio più unitario, nel quale i vari “produttori” e “consumatori” appartenenti al mondo dell’economia solidale si accordino sul significato che una garanzia di questo tipo dovrebbe avere: quali sono i parametri e gli aspetti che dobbiamo misurare, che valori essi devono assumere, etc., con qual sistema modello si rilevano i dati, quali calcoli si fanno, etc. Avere un marchio significa per i produttori essere facilmente riconoscibili sul mercato, per i consumatori poter verificare immediatamente se e sino a che punto il modo con cui stano spendendo i propri soldi è in linea con i loro intendimenti e valori.

Ancor meglio un marchio che non esprima un “o l’hai o non l’hai”, ma un diverso grading (magari di colori) differenziato su varie categorie (vedasi il mondo ESG) con cui si declinano i valori di fondo, darebbe grande chiarezza ai consumatori e aiuterebbe i produttori a migliorare il proprio grading sapendo dove sono già a posto e dove, invece, non lo sono.

Il marchio sarebbe fondamentale fosse definito attraverso un lavoro collettivo di chi (produttori e consumatori) si riconosce nella rete e nei suoi valori, usufruendo delle diverse esperienze e punti di vista dei vari attori, creando/ rafforzando in tal modo anche le relazioni tra i vari attori e la loro coesione rispetto all’idea di economia e di società che essi hanno, ovvero di creare una forte identità comune e, quindi, di fare ancor più “rete”.

Un lavoro di definizione guidato da RIES consentirebbe ai vari attori di riconoscersi pienamente nella rete stessa, a Ries di garantire la veridicità del rispetto dei valori in cui crediamo, dei 10 pilastri, dei principi e della vision, nonché di “ri”-costruire un rapporto fiduciario che oggi in parte si è smarrito.

Un marchio consentirebbe di reperire risorse dagli attori economici poiché l’usufrutto del marchio potrebbe generare un ritorno economico (a valori fissi o percentuali) che potrebbero poi sostenere nuovi progetti e nuove iniziative e l’appartenenza di questi attori a Ries consentirebbe a loro di governare democraticamente il dove e su cosa spendere le risorse economiche reperite.

Un marchio darebbe lavoro a quelle realtà dell’economia solidale che lavorerebbero come enti certificatori per la distribuzione del marchio stesso nelle sue varie forme. In sintesi, il progetto di costruzione di un marchio potrebbe essere un forte motore di creazione della rete attraverso un processo democratico e partecipativo ed anche un attrattore di quelle risorse umane necessarie per fare il lavoro. Ovviamente tutto questo sarebbe più semplice se “tutti” gli attori di economia solidale (Gas, aziende, cooperative, ETS, etc.) si riconoscessero parti della rete italiana e ne fossero soci.

Per cominciare un percorso del genere, si potrebbe riprendere il collegamento con la rete spagnola REAS Red de Redes e il suo processo di Auditoria Social, che ha già quasi 10 anni e una serie di metodologie e strumenti da cui non solo prendere spunto, ma confrontarsi nel merito (partendo dai principi condivisi e sviluppati dell’economia solidale) : <https://reas.red/auditoria-balance-social>). Nel 2024 le entità dell’ES che hanno il “balance social” sono 685 e questo permette anche di aggregare i dati per analizzare l’evoluzione delle pratiche di ES nel paese.