



Dossier. Consumo consapevole. Intervista a Pietro Raitano e Luca Martinelli, direttore e redattore del mensile indipendente dedicato a stili di vita e iniziative produttive, commerciali e finanziarie ispirate ai principi di sobrietà, equità, sostenibilità, partecipazione e solidarietà.

Com'è nata Altreconomia?

Altreconomia è nata alla fine degli anni Novanta riunendo alcune esperienze editoriali precedenti, e la volontà di realtà come Altromercato, Centro nuovo modello di sviluppo, Cric di garantire ai propri sostenitori uno strumento d'informazione indipendente, capace di approfondire i temi cari al movimento del commercio equo e solidale, a quello del consumo critico e al (nascente) mondo dell'economia solidale.



Erano gli anni in cui si pensava che un altro mondo fosse possibile. Poi arrivò Genova, la Diaz e come spesso accade quelle istanze furono spostate nel campo dell'ordine pubblico. Cosa rimane e cosa è arrivato di nuovo in questi anni?

Il primo numero di Altreconomia coincide con "la battaglia di Seattle", la prima mobilitazione globale contro la World Trade Organization. Da lì a poco, il G8 di Genova avrebbe segnato senz'altro un momento indelebile, anche nella storia del nostro giornale. Non è un caso se abbiamo seguito con attenzione, e continuiamo a farlo a distanza di quasi tredici anni, ogni sviluppo processuale relativo a ciò che accadde a Genova nel luglio del 2001. E il titolo della rubrica curata per noi da Lorenzo Guadagnucci, "Distratti dalla libertà", è l'indicatore del livello d'attenzione che è necessario mantenere, per non venir travolti dalla (progressiva) contrazione dei diritti civili, politici, sociali ed economici.

L'eredità di quella stagione è senz'altro in un ampio spettro di esperienze, che la nostra rivista cerca di raccontare, rispettando le specificità e le caratteristiche di ogni singolo ambito di azione. Dall'agricoltura biologica che da azienda si fa distretto, ai gruppi d'acquisto solidali che danno vita a Reti di economia solidale e — insieme alle aziende del territorio — a Distretti di economia solidale (Des); dal movimento che si batte contro la spoliazione del ruolo del pubblico a chi rivendica diritti essenziali — come quello alla casa — che il "mercato" non è in grado di garantire.

La crisi e un irragionevole clima contrario al giornalismo hanno diffuso l'idea che il lavoro di produrre e raccontare notizie sia gratuito e non abbia bisogno di professionalità. A scapito di qualità, indipendenza, correttezza.

È sostenibile una rivista con il vostro impianto: poca pubblicità e selezionata, i 600 soci, le vendite. Qual è lo stato di salute di Altreconomia?

Aggiungo che non abbiamo mai ricevuto finanziamenti pubblici, e soprattutto che paghiamo tutti i collaboratori, anche di più di blasonati quotidiani. L'informazione vive un momento di grande difficoltà: la crisi economica e un irragionevole clima contrario al giornalismo hanno diffuso l'idea che il lavoro di produrre e raccontare notizie sia gratuito e non abbia bisogno di professionalità. A scapito di qualità, indipendenza, correttezza. Minare le condizioni per fare buon giornalismo è una minaccia per la democrazia, che ci piaccia o no.

In questa situazione, anche noi faticiamo. Ma appoggiandoci solo ai nostri lettori, abbiamo retto meglio di altri, i cui bilanci erano drogati da contributi pubblici o pubblicità invadente, o editori munifici.

E come siamo messi con querele e avvocati?

Le nostre inchieste sono sempre ampiamente documentate, e il linguaggio che utilizziamo non è mai "sopra le righe". Crediamo che sia sufficiente dare al lettore tutti gli elementi essenziali, perché questi abbia l'opportunità di sviluppare autonomamente il proprio punto di vista su un determinato processo. Naturalmente, quando affrontiamo un tema lo facciamo confrontandoci con tutte le parti in causa, riportando il punto di vista di ogni soggetto coinvolto.



Si riesce a fare questo lavoro senza scendere a patti con quello che Giuseppe Altamore ha definito l'“editore occulto”?

Altreconomia non è mai venuta meno al principio secondo cui la pubblicità non può superare il dieci per cento della filiazione della rivista. Inoltre, la struttura cooperativa permette di garantire la totale autonomia della redazione da ognuno dei soci, siano essi anche inserzionisti della rivista. Il nostro editore non è occulto: erano, sono e saranno i nostri lettori.

C'è un'attenzione particolare per il territorio in cui siete nati e avete base, la Lombardia?

In Lombardia vive oltre il 15% della popolazione italiana, e tutta l'area della Pianura Padana è anche quella in cui più è sviluppato il commercio equo e solidale — uno dei nostri ambiti di riferimento, quello che grazie alle botteghe continua a garantire la distribuzione della rivista —. Nel corso degli ultimi anni, inoltre, il tessuto economico lombardo ha "garantito" al nostro lavoro numerosi spunti, sia per quanto riguarda Milano capitale economica del Paese, sia per quanto riguarda la progettualità di reti e distretti di economia solidale. Necessariamente, perciò, la Lombardia occupa uno spazio importante nella filiazione di Altreconomia.

Chi riconoscete come compagni di viaggio in questa prospettiva editoriale, il Italia e non solo?

Tutti quei soggetti (testate, siti web, radio, singoli giornalisti, lettori) che hanno a cuore l'informazione indipendente, ovvero orientata a un unico fine: aiutare a capire. L'Italia è piena di ottimi giornalisti e lettori, meno di ottimi editori.

Che peso hanno i “vostri” temi nell’agenda politica attuale?

Negli ultimi anni Altreconomia è stata tra i promotori del Forum italiano dei movimenti per la terra e il paesaggio. Due anni e mezzo fa, quando il Forum è nato, parlare di "stop al consumo di suolo" era un tabù. Oggi — complice anche la grande attenzione dei media — in Parlamento ci sono più disegni e proposte di legge sul tema.



Esiste una rappresentanza politica per chi ha

a cuore i vostri temi?

No, i nostri sono temi che arrivano prima della rappresentanza politica. Molti hanno provato a metterci il cappello, invano.

Che peso hanno i libri di Altreconomia nel complesso del vostro lavoro?

Ormai quasi un terzo del fatturato, e quindi analogamente un impegno lavorativo importante.

"[Salviamo il paesaggio](#)" viene presentato come un «manuale per cittadini e comitati: come difendere il nostro territorio da cemento e grandi opere inutili». È davvero possibile incidere concretamente nelle decisioni per i comuni cittadini?

Sì. Crediamo che la partecipazione informata rappresenti una chiave di volta, capace di garantire ai cittadini la possibilità di incidere nelle scelte di governo, a livello locale e nazionale. Nel libro raccontiamo numerose storie di "chi ce l'ha fatta". Le analisi relative all'industria delle costruzioni — residenziale, commerciale, infrastrutture — ci dicono che ormai il sistema non regge. Che è necessaria una revisione profonda dei valori alla base delle scelte politiche. Che

cosa prova la richiesta, avanzata dal presidente di Regione Lombardia Roberto Maroni, di uno "sconto fiscale" di circa mezzo miliardo di euro per poter continuare i lavori della Pedemontana? Che i comitati hanno ragione: che quell'infrastruttura, così com'è stata immaginata, è inutile; che le banche, che avrebbero dovuto finanziarla, non si fidano dei "numeri" (dati di traffico, pedaggi) alla base del progetto. Senza considerare il costo ambientale, per un territorio già "gravato" come la Brianza.



Cosa c'è in copertina nel [numero](#)

[appena chiuso?](#)

Il numero di aprile di "Altreconomia" dedica la copertina a "Il concerto della biodiversità". Raccontiamo la storia di David Monacchi, un ricercatore, docente di Elettroacustica al Conservatorio di Pesaro, che da oltre vent'anni gira le foreste equatoriali di tutto il mondo con microfoni in grado di cogliere e "registrare" la complessità sonora degli habitat naturali. È un valido indicatore di biodiversità, e la sua azione un modo per tutelarla.

Per saperne di più: www.altreconomia.it