



BORGOGNA
GLOBAL THINKING

Global Thinking

**Altromercato ha
pubblicato il primo
dossier che fotografa
l'impatto del commercio
equo e solidale.**



Global Thinking è la «casa» del pensiero, la fabbrica in cui costruire idee, progetti e pensare agli scenari del futuro.

Un luogo aperto, che rende possibile il confronto tra eccellenze della politica, dell'economia, della scienza, dell'arte, della medicina, dell'imprenditoria, del giornalismo e della cultura.

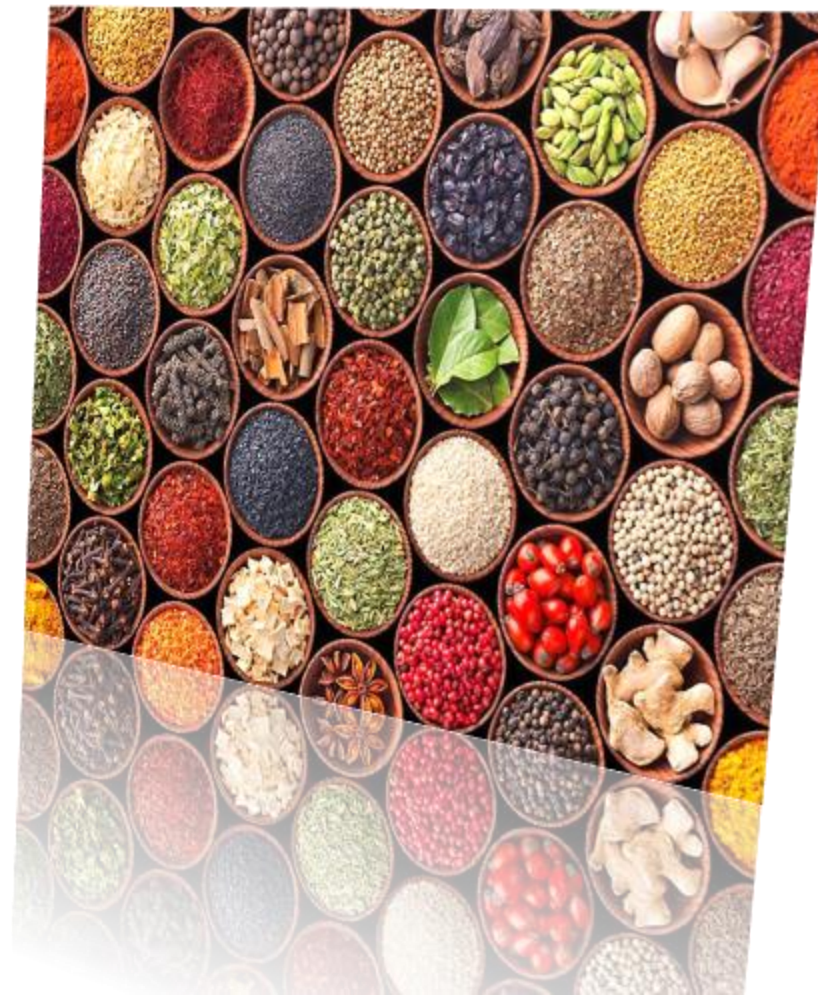
Global Thinking è il punto di partenza per lo sviluppo concreto e condiviso delle idee più interessanti, innovative ed inclusive.



Qualche mese fa **Altromercato**, seconda organizzazione mondiale (oltre che prima del nostro Paese) di *commercio equo e solidale*, ha presentato un dossier che per la prima volta in assoluto racconta qual'è l'**impatto** del *commercio equo e solidale* e quello dei **produttori** della **sostenibilità ambientale e sociale** nella società. Lo studio fotografa e racconta quanto forte sia il **legame** tra **sostenibilità e solidarietà**. Il dossier è stato elaborato lavorando su un campione di **61 organizzazioni** presenti in **28 Paesi**, tra i quali anche l'**Italia**, coinvolgendo direttamente quasi **3.300 operatori**, oltre **165.000 produttori** e ben oltre **617.000 persone** delle **comunità** in cui queste **organizzazioni** operano.

Alcuni dati del **dossier** delineano un quadro di **sostenibilità «integrale»** raggiunta attraverso una moltitudine di **pratiche sostenibili** che **agiscono di concerto**, per poter così raggiungere una **maggiore efficacia a beneficio dell'ambiente** ma anche **delle persone**.

L'idea di **sostenibilità** che è stata tracciata dal **Dossier** è la **stessa** che porta da anni avanti **Altromercato**, che correttamente ritiene si possa fare commercio mettendo sempre **al centro le persone, le comunità, il pianeta; creare valore** e contemporaneamente **distribuirlo**; generare un **impatto concreto** a beneficio di tutti. Non una **sostenibilità teorica**, ma **concreta**, reale.





Secondo i **produttori** (82% delle organizzazioni), **sostenibilità ambientale** significa dedicarsi alla **produzione biologica o biodinamica** impegnandosi al tempo stesso nella **riduzione dell'impatto ambientale** lungo tutta la catena produttiva. Ma significa anche **lottare** contro il **cambiamento climatico**. Dall'analisi sulla **Sostenibilità sociale** emerge che anche in questo caso, non si può fare a meno dei principi del **fair trade** e quanto sia importante l'impegno verso la **parità di genere** e la valorizzazione dell'**apporto femminile**. Dai dati emerge che, ancora una volta, **l'82%** delle organizzazioni sostiene di applicare **politiche di potenziamento e parità di genere**; **l'80%** offre una **pari retribuzione**, segue il coinvolgimento delle fasce deboli della popolazione, ed emerge ancora una volta come il **fair trade** garantisca **migliori condizioni economiche e di vita dei lavoratori e delle loro comunità**, portando ad un **aumento del fatturato** e ad una **migliore qualità del prodotto**.

Ma c'è un aspetto che emerge dal **Dossier** e che ci sta particolarmente a cuore; i produttori soprattutto grazie al loro *modus operandi*, raccontano il **lato umano della sostenibilità**, fatta di **diritti**, di **sostegno per i giovani**, di **solidarietà**, di **uguaglianza**, di **supporto per le donne**. Temi come quello dell'**ambiente** e della **protezione del pianeta** si legano fortemente a quelli della **lotta ai cambiamenti climatici**. Lo **sviluppo economico**, il **lavoro**, l'**accesso al mercato** e la **lotta alla povertà** vengono considerati **indispensabili** per ambire ad una **sostenibilità completa**.

