

Generazione M all'insegna del successo: 15 promesse mantenute

Il 2015 è stato un anno importante per Generazione M, che doveva soddisfare ben 20 promesse. Con 15 obiettivi raggiunti il bilancio è molto positivo. La Migros è ad esempio riuscita a raddoppiare la sua offerta di tessili in cotone bio. Ora anche l'olio di palma impiegato dall'industria Migros per la produzione di generi alimentari proviene da fonti sostenibili ed è rintracciabile fino alla coltivazione. Inoltre, in collaborazione con il WWF, la Migros ha avvicinato oltre 200'000 bambini e giovani alla natura sensibilizzandoli sulle problematiche ambientali.

Nel 2015 la Migros è stata in grado di mantenere 15 promesse su 20. "Nel 2015 abbiamo raggiunto molto. Mi rallegra particolarmente il fatto che abbiamo sensibilizzato oltre 200'000 bambini sulle questioni ambientali poiché il futuro è nelle loro mani. Non siamo riusciti a soddisfare gli ambiziosi obiettivi di cinque promesse, ma siamo riusciti comunque a smuovere molto dal punto di vista del contenuto", racconta Cornelia Diethelm, responsabile direzione Sostenibilità e Issue Management presso la Federazione delle Cooperative Migros.

Promessa mantenuta per i tessili in cotone bio e l'olio di palma

La Migros si è posta l'obiettivo di raddoppiare rispetto al 2011 la sua offerta di tessili in cotone sostenibile entro la fine del 2015. La Migros ha ampiamente soddisfatto questo obiettivo. Oggi la quota di fatturato del marchio Bio Cotton Migros è pari al 18,1% dell'assortimento di tessili delle marche proprie. Per soddisfare la promessa, la Migros ha modificato in parte intere linee di prodotti, come ad esempio la serie di biancheria intima da uomo Maestro, realizzandole in Bio Cotton. Il cotone certificato proviene prevalentemente da cooperative di agricoltori dell'India, che coltivano i loro campi in modo naturale salvaguardando l'ambiente e la salute delle persone nelle aree di produzione.

La Migros si impegna inoltre da anni a favore di una coltivazione responsabile dell'olio di palma e ha pertanto promesso di utilizzare entro il 2015 nell'industria Migros soltanto olio di palma proveniente da fonti sostenibili per la produzione alimentare. Fatta eccezione per una quantità minima, l'obiettivo può dirsi raggiunto: l'industria Migros acquista il 98% dell'olio di palma da piantagioni certificate RSPO. Si tratta di olio di palma rintracciabile fino alla piantagione (variante logistica Segregated). Il restante due per cento è rappresentato da prodotti semilavorati acquistati quali ad esempio le cialde per la produzione di gelati. Anche tale percentuale soddisfa i requisiti RSPO ma non è ancora fisicamente rintracciabile.

Successo nell'educazione ambientale e nella promozione della salute

Con il sostegno del programma del WWF rivolto ai bambini e ai giovani, la Migros desidera sensibilizzare questi ultimi sulle questioni ambientali e mostrare loro come impegnarsi attivamente a favore dell'ambiente. Dal 2012, 239'140 bambini e giovani hanno partecipato ai programmi ambientali

del WWF quali ad esempio le colonie o le visite alle scuole. La Migros ha pertanto superato il suo obiettivo di avvicinare in quattro anni 200'000 bambini e giovani alle problematiche ambientali. Dal 2009 la Migros sostiene in veste di sponsor principale il programma del WWF rivolto ai bambini e ai giovani e intende continuare anche in futuro questa proficua collaborazione.

La Migros investe nella salute dei suoi collaboratori con una gestione sistematica della salute in azienda. Come promesso, dalla fine del 2015 tutte e dieci le cooperative Migros e la Federazione delle Cooperative Migros (FCM) portano il marchio "Friendly Work Space" offrendo tra l'altro ai collaboratori postazioni di lavoro ergonomiche, una consulenza sociale e possibilità di perfezionamento mirate.

Obiettivo mancato per gli apparecchi a efficienza energetica

Nell'incremento del fatturato degli apparecchi Topten particolarmente efficienti in termini energetici la Migros non ha raggiunto il suo obiettivo. Alla fine del 2015 la quota di fatturato era del 20 per cento circa - e non come promesso del 35 per cento - dell'intero fatturato ottenuto con gli apparecchi elettrici. Il motivo è da ricondurre agli apparecchi TV, che rappresentano quasi la metà del fatturato Topten. I modelli con le tecnologie più recenti non soddisfano purtroppo ancora i criteri di efficienza energetica di Topten. La Migros continuerà tuttavia ad impegnarsi affinché in futuro la quota di fatturato con gli apparecchi Topten riprenda ad aumentare.

Pietra miliare nella protezione dell'ambiente

Tra il 2010 e il 2020 la Migros intende ridurre del 20 per cento le sue emissioni di gas serra. Questa promessa ambiziosa sta per essere raggiunta: negli ultimi sei anni le emissioni di gas serra sono state ridotte già del 17 per cento. Tale risultato è stato raggiunto tra l'altro grazie all'impiego di illuminazione a LED nelle filiali. Grazie al suo impegno pluriennale a favore dell'ambiente e dell'efficienza energetica la Migros è stata insignita del prestigioso premio "Watt d'Or" dell'Ufficio federale dell'energia.

Due volte all'anno la Migros informa in modo dettagliato sullo stato della realizzazione delle sue promesse di Generazione M. I dettagli di ogni promessa sono pubblicati online: www.generazione-m.ch

Zurigo, 11 aprile 2016

Ulteriori informazioni:

Christine Gaillet, portavoce FCM, tel. 044 277 22 81, christine.gaillet@mgb.ch