

Migros lance l'échelle de durabilité sur ses produits

Dorénavant, l'emballage de toutes les marques Migros sera orné d'une échelle de durabilité. Basé sur un système d'étoiles allant de 1 à 5, ce concept évalue les différentes dimensions du développement durable telles que le bien-être animal ou le climat. Cela permet aux client-es de voir du premier coup d'œil si le produit répond à leurs exigences. Migros fournit ainsi une transparence totale en matière de développement durable.

«Nous ne sommes pas durables à 100%. Mais 100% transparents». C'est selon ce credo que Migros évaluera tous les produits de ses quelque 250 marques propres quant aux principaux aspects du développement durable. Par exemple, les client-es verront instantanément que le poulet M-Classic est très bien noté en matière de bien-être animal, mais moins bien concernant le climat. Le nouveau M-Check rend cette contradiction transparente, déclare Matthias Wunderlin, responsable du marketing: «Nous ne dissimulons pas les aspects négatifs d'un produit en matière de développement durable. Nous permettons ainsi à la clientèle d'acheter en parfaite connaissance de cause et cette transparence totale est source de motivation pour Migros.»

Un point de repère dans le chaos du développement durable

L'échelle de durabilité fonctionne comme l'évaluation d'un hôtel: lorsqu'un produit obtient cinq étoiles pour le bien-être animal, c'est un très bon résultat. En revanche, s'il n'obtient qu'une seule étoile, c'est qu'il peut faire beaucoup mieux. Jusqu'à dix facteurs peuvent être pris en compte et évalués, dont les sorties en plein air, la stabulation, l'usage de médicaments ou le transport. Concernant le climat, le calcul intègre la totalité de l'écobilan du produit: de la culture au transport et au conditionnement, en passant par l'irrigation et l'usage de fertilisants. Le système d'évaluation par étoiles concerne l'ensemble de l'assortiment Migros. Ainsi, un morceau de viande de bœuf, dont les émissions de gaz à effet de serre sont bien supérieures à celles d'un concombre, n'obtiendra jamais mieux qu'une étoile dans la catégorie «Climat».

«Le WWF salue le fait que Migros souhaite être plus transparente à l'égard de sa clientèle en matière de développement durable en lançant le nouveau M-Check. L'enseigne permet ainsi à ses client-es de consommer en meilleure connaissance de cause. En Europe, un tiers de l'empreinte environnementale liée à la consommation est effectivement imputable à notre alimentation», déclare Thomas Vellacott, directeur général du WWF Suisse.

Le système d'évaluation repose sur les données scientifiques et a été conçu pour Migros par des partenaires de renom. Tous les critères d'évaluation sont disponibles en ligne, en parfaite transparence.

Plus de 100 produits sont déjà dotés du nouveau M-Check

Les produits d'origine animale comme la viande et le lait donnent le signal de départ ces jours-ci. En l'occurrence, l'évaluation concerne le bien-être animal et le climat. D'autres aspects du développement durable suivront dans un second temps. D'ici 2025, le nouveau M-Check ornera l'intégralité des marques propres de Migros, y compris dans le secteur Non-Food, soit environ 80% de l'assortiment Migros.

Zurich, le 22 mars 2021

Vous pouvez télécharger des photos ici:

[M-Check Poulet](#)

[M-Check Demi-Crème](#)

Complément d'information:

Service de presse FCM, tél. 058 570 38 38, media@mgb.ch