

# Progressi nel campo della sostenibilità, anno in rassegna 2010

Nel 2010 Migros ha raggiunto costantemente progressi ecologici e sociali. Di seguito una panoramica. Troverete maggiori informazioni sui singoli progressi in ogni singolo capitolo.

## Strategia di sostenibilità

- 
- |   |   |
|---|---|
| Rafforzamento della sostenibilità all'interno del Gruppo Migros | – Viene istituito il Dipartimento Issue Management & Sostenibilità.   |
|   | – Il punto focale della protezione climatica 2008-2012 si estende al settore commerciale, bancario e turistico. |

## Consumo sostenibile

- 
- |   |   |
|---|---|
| Ampliamento della gamma dei prodotti con un valore aggiunto sociale o ecologico | – Viene ampliato l'assortimento dei prodotti alimentari biologici Migros e del cotone biologico Migros.   |
|   | – Viene ampliato l'assortimento dei prodotti TerraSuisse.   |
|   | – Vengono lanciati sul mercato i programmi per la carne di vitello «Bio Weide-Beef» e «Weide-Beef».   |
| Ampliamento dell'offerta di pesce e frutti di mare sostenibili                  | – L'assortimento di pesce sostenibile viene ulteriormente ampliato e diversi prodotti del patrimonio ittico minacciato vengono depennati dai listini.   |
|   | – La percentuale di pesci e di frutti di mare sostenibili certificati sul fatturato totale ammonta per la prima volta a più del 20%.  |
| Sostegno del consumo favorevole al clima  | – Vengono messi a disposizione i bilanci climatici di 570 prodotti, in particolare i prodotti favorevoli al clima vengono contraddistinti con l'etichetta climatop.   |
|   | – I prodotti ad elevata efficienza energetica vengono contraddistinti con l'etichetta topten.   |
| Aumento della trasparenza nei prodotti critici                                  | – L'elenco dei circa 20 prodotti con nanoparticelle viene pubblicato sul sito web di Migros e aggiornato periodicamente.  |
| Acquisto di materie prime critiche dalla produzione sostenibile                 | – Migros entra a far parte dell'associazione internazionale «Round Table on Responsible Soy Association» e della Rete Svizzera per la Soia sostenibile. L'obiettivo per la fine del 2014 è l'utilizzo del 90% di soia sostenibile e priva di OGM. |
|   | – Già il 70% dell'olio di palma utilizzato deriva da produzione sostenibile. L'obiettivo per la fine del 2015 è l'impiego di olio di palma sostenibile al 100%.   |
| Aumento delle richieste nell'assortimento standard                              | – L'intero assortimento di base del caffè è stato convertito in Utz Certified, sinonimo di produzione sostenibile.  |
|   | – Adesso lo standard del GlobalGAP viene richiesto sui prodotti marittimi di acquacoltura.  |
|   | – Si rinuncia alla tecnica della sabbatura per tutti i tipi di jeans.   |
| Adeguamento delle linee guida sull'alimentazione e ampliamento dell'offerta     | – Vengono elaborate nuove linee guida per gli azocomposti   |
|   | – Si riduce il contenuto di sale nel pane e nei prodotti convenience.   |
|   | – Le linee guida rafforzate per l'alimentazione sono ora nuovamente valide per tutti i prodotti Lilibiggs.  |
|   | – Viene prodotto un libro di cucina Lilibiggs con menu salutari e adatti per i bambini.   |

## Protezione dell'ambiente

- 
- |  |  |
|--|--|
| Aumento dell'efficienza energetica e riduzione delle emissioni di CO <sub>2</sub> in base all'EnAW | – Dal 2000 è stato possibile ridurre la quantità di CO <sub>2</sub> nell'ordine del 27%.   |
|  | – La quantità di energia elettrica consumata in 12 filiali è stata ridotta mediante l'impiego di porte a vetri in armadi di raffreddamento aggiuntivo.   |
|  | – Sono state aperte 8 nuove filiali secondo lo standard di Minergie, in totale Migros annovera 23 filiali Minergie e 19 edifici Minergie. In questo modo Migros dispone inoltre della più grande superficie di Minergie in Svizzera. |
|  | – 3 filiali utilizzano l'illuminazione a LED di copertura dell'intero territorio, molte altre filiali utilizzano LED in ambiti prescelti.  |
|  | – Viene lanciata sul mercato l'iniziativa interna di Migros «Stromeffizienz 2010+» con misure aziendali, responsabilità di tutte le decisioni rilevanti a livello energetico e obiettivi di efficienza energetica.                   |
| Energia elettrica da fonti energetiche rinnovabili   | – Entrano in funzione 4 nuovi impianti fotovoltaici sui tetti di Migros, alla fine del 2010 si trovavano 15 impianti fotovoltaici sugli edifici Migros.  |
|  | – Migros acquista corrente ecologica certificata nell'ordine di 83 GWh, di cui 25 GWh di marchio naturemade star e 15 GWh naturemade.  |
-

Promozione di trasporti a tutela ambientale	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La propria flotta di autocarri viene continuamente ammodernata: il 70% dei chilometri percorsi vengono fatti con autocarri delle categorie Euro 4 e 5.</li> <li>- Migros è, con 157 milioni tonnellate al km in Svizzera il più grande cliente di FFS Cargo. I centri di distribuzione Migros trasportano, rispetto all'anno precedente e in rapporto alle tonnellate al chilometro, più del 10% delle merci su rotaia.</li> </ul>
Promozione del traffico ecologico clienti e commerciale	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Viene aperto il primo negozio m-way-shop. In questo modo Migros offre un nuovo accesso ai servizi di mobilità elettrica.</li> <li>- La Cooperativa Migros di Lucerna acquista, prima fra le aziende Migros, un'automobile elettrica m-way.</li> <li>- Migros è impegnata nel progetto «Futuro della mobilità urbana.»</li> </ul>
Ottimizzazione di imballaggi dei prodotti secondo il principio: Evitare-Ridurre-Valorizzare	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sono stati ispezionati gli imballaggi dei 50 prodotti più venduti. L'obiettivo è ridurre del 10 % entro il 2013 l'impatto ambientale degli imballaggi per i 250 prodotti più venduti.</li> <li>- L'industria autonoma Migros ha ottimizzato diversi imballaggi tramite le riduzioni di peso (230 tonnellate di materiale) e l'impiego di materiale riciclato PET (1650 t RPET).</li> <li>- I collaboratori ricevono una formazione nell'applicazione delle linee guida per gli imballaggi.</li> </ul>
Riduzione delle scorie industriali e ampliamento del sistema di raccolta per i rifiuti dei clienti	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Il personale della filiale viene formato nelle cooperative Migros selezionate per dividere meglio le scorie industriali.</li> <li>- La raccolta di bottiglie PE colorate di detersivi e bagnoschiuma nonché di cosmetici viene proseguita nella cooperativa Migros di Lucerna in base ad un progetto pilota di successo.</li> <li>- Il riciclaggio dei CD nella Svizzera Tedesca e in Ticino viene esteso a 74 filiali.</li> </ul>
Biodiversità	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Insieme al WWF Migros ha sostenuto un concorso di disegno per bambini, giornate per bambini e giovani in fattoria e la conversione del Pandamobil nel rispetto della biodiversità.</li> <li>- I collaboratori e gli apprendisti di Migros sono impegnati nelle attività del WWF a contatto con la natura dei contadini di montagna.</li> <li>- Migros ha sostenuto i contadini di IP-Suisse che producono per TerraSuisse nella creazione di nuovi spazi vitali.</li> </ul>

## Dialogo

Approfondimento del dialogo con gli stakeholder	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Il dialogo con i clienti è rafforzato tramite i portali online di Migipedia, m-connect, melectronics, Facebook e Twitter.</li> <li>- Nell'ambito della partnership del WWF Migros ha sostenuto la giornata nazionale «Klimazmittag» e ha eseguito, insieme ad «Oceanmania», un'azione collettiva volta alla sensibilizzazione sulla biodiversità marina.</li> <li>- Viene ampliata la partnership con i contadini di IP-Suisse e la Stazione Ornitologica di Sempach.</li> </ul>
---	---