

IL NOSTRO CONTRIBUTO A UNO SVILUPPO SOSTENIBILE

Migros per la qualità della vita!

Sin dalla sua fondazione, la Migros ha considerato le questioni pubbliche e sociali come elementi centrali della propria politica. In linea con questa filosofia si propone pertanto di apportare un contributo significativo a uno sviluppo sostenibile, alla qualità della vita. Per rispondere al proprio tradizionale ruolo pionieristico, la Migros ha messo a punto delle nuove linee guida. Dalle quali è scaturita la presente politica ambientale e sociale, che si propone di concretizzare i principi fondamentali enunciati nelle nuove direttive. Gli obiettivi guida forniscono punti di riferimento centrali per le nostre azioni e aiutano la Migros nella sua missione di plasmare responsabilmente il futuro.

FEDERAZIONE DELLE COOPERATIVE MIGROS

Direzione generale



Anton Scherrer

Presidente della Direzione generale



Armin Meier

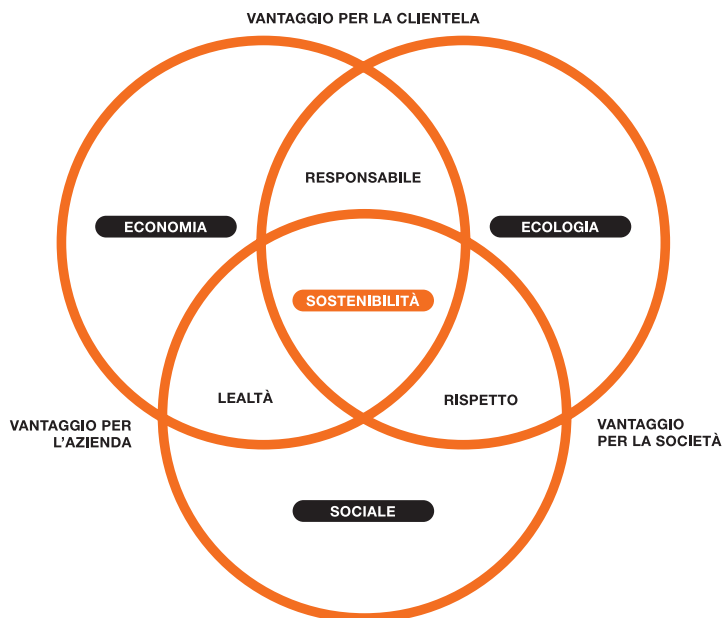
Responsabile Dipartimento Logistica e informatica



Linee guida – visione di uno sviluppo sostenibile

Migros è l'impresa svizzera che si impegna con entusiasmo a favore della qualità della vita delle sue clienti e dei suoi clienti. Una qualità della vita concepita nell'ottica di un orizzonte globale di lungo periodo. Una «missione», sancita nelle linee guida aziendali, che crea la base per un impegno forte in nome di uno sviluppo sostenibile.

Insieme alle nostre clienti e ai nostri clienti, ai nostri fornitori e ai gruppi sociali interessati intendiamo apportare un contributo attivo per plasmare il futuro. Ci impegniamo affinché possa essere individuato un equilibrio tra esigenze economiche, ecologiche e sociali (cfr. grafico). Una strategia che porta a uno sviluppo sostenibile, perfettamente in linea con la convinzione della Migros e con i principi formulati nei valori aziendali.



Si definisce sostenibile uno sviluppo «capace di soddisfare le esigenze delle generazioni presenti, senza tuttavia compromettere la possibilità per le generazioni future di soddisfare le proprie esigenze e di scegliere il proprio stile di vita». *Brundtland Report 1987*



Le linee guida aziendali definiscono l'atteggiamento della Migros in questo contesto dalle molteplici sfaccettature e indicano le linee guida da seguire sul fronte dell'impegno:

LE CLIENTI, I CLIENTI

Offriamo prodotti e servizi di qualità a prezzi vantaggiosi.

COLLABORATRICI, COLLABORATORI

Quale datore di lavoro esemplare creiamo le premesse per un clima di lavoro motivante e stimolante, che attiri le collaboratrici e i collaboratori migliori.

FORNITORI

Nel rispetto dei principi dell'economia di mercato e sulla base della libera concorrenza, perseguiamo la collaborazione diretta con i nostri produttori. Miglioriamo costantemente la qualità di prodotti e servizi e definiamo inoltre parametri ecologici, etici e sociali che regolino le condizioni di lavoro e di produzione.

SOCIE E SOCI

Nei confronti delle nostre socie e dei nostri soci ci impegniamo a creare valori che assicurino la durata nel tempo e l'indipendenza dell'impresa.

SOCIETÀ

Incoraggiamo lo sviluppo libero e responsabile della persona nelle società.

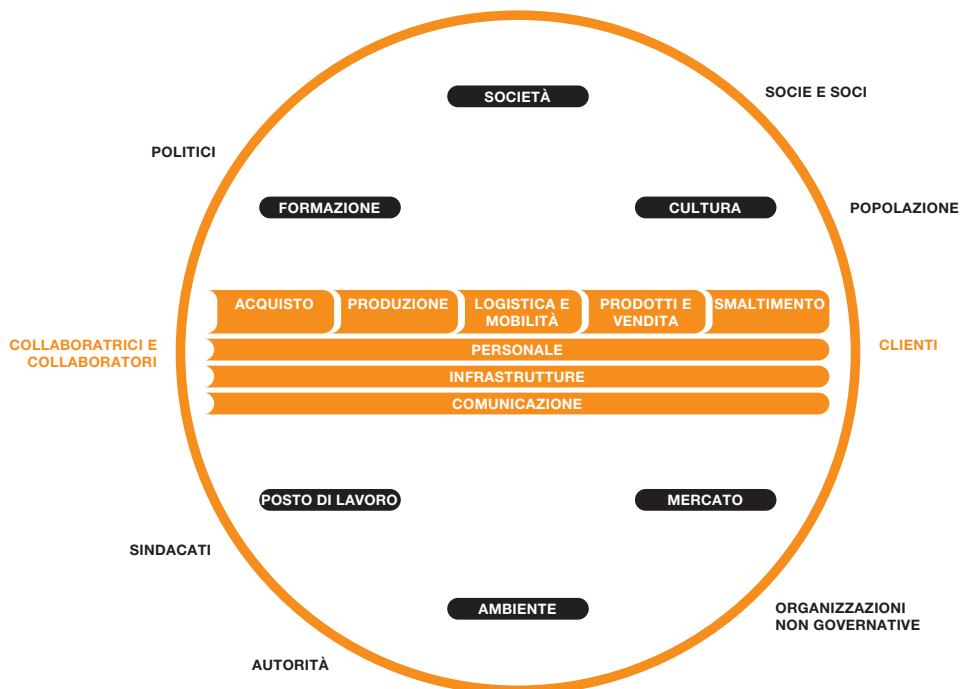
Grazie al Per cento culturale sosteniamo attivamente la creazione artistica, promuovendo il dialogo con la società; ci adoperiamo inoltre per permettere ad ampie fasce della popolazione di accedere alla cultura e alla formazione.

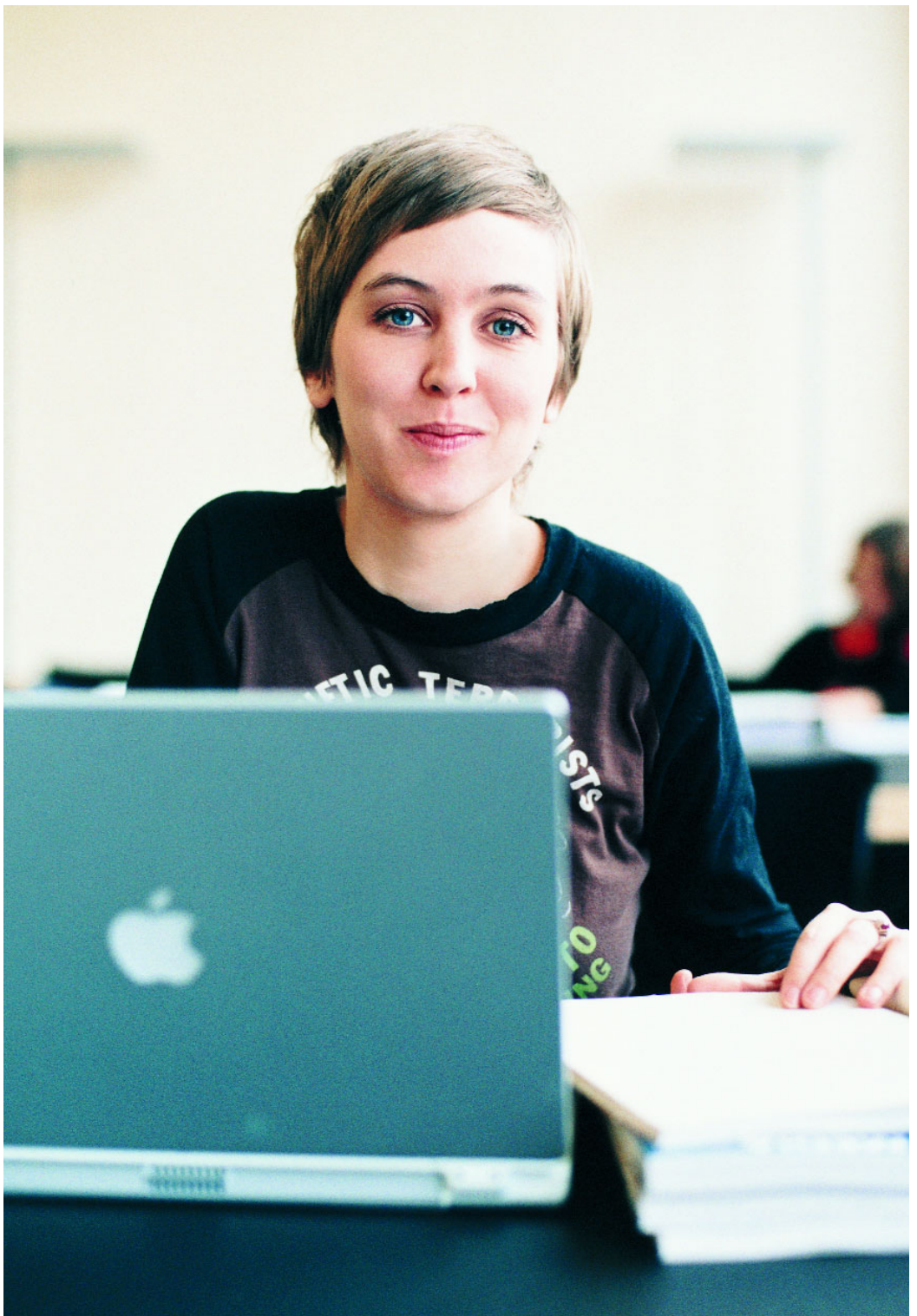
Rispettiamo l'ambiente e le risorse ambientali e proponiamo soluzioni pionieristiche al fine di promuovere uno sviluppo sostenibile.



Obiettivi guida – un programma a lungo termine

Gli obiettivi guida puntano a concretizzare i requisiti posti alla nostra azienda e a uno sviluppo sostenibile. Essi intervengono sui processi della Migros, illustrati in forma semplificata nello schema seguente:





Ottimizzazione della catena di creazione del valore

ACQUISTO

Sicurezza per la clientela: definizione e affermazione sistematica di standard di qualità globali.

Una «gran bella sensazione»: incentivazione di standard di produzione ottimizzati sotto il profilo ecologico e sociale presso i fornitori.

Garanzia di prezzi leali per prodotti e servizi di qualità.

PRODUZIONE

Metodi di produzione avanzati in nome del benessere di dipendenti e popolazione locale nonché della salvaguardia di acqua, aria, suolo e spazi vitali.

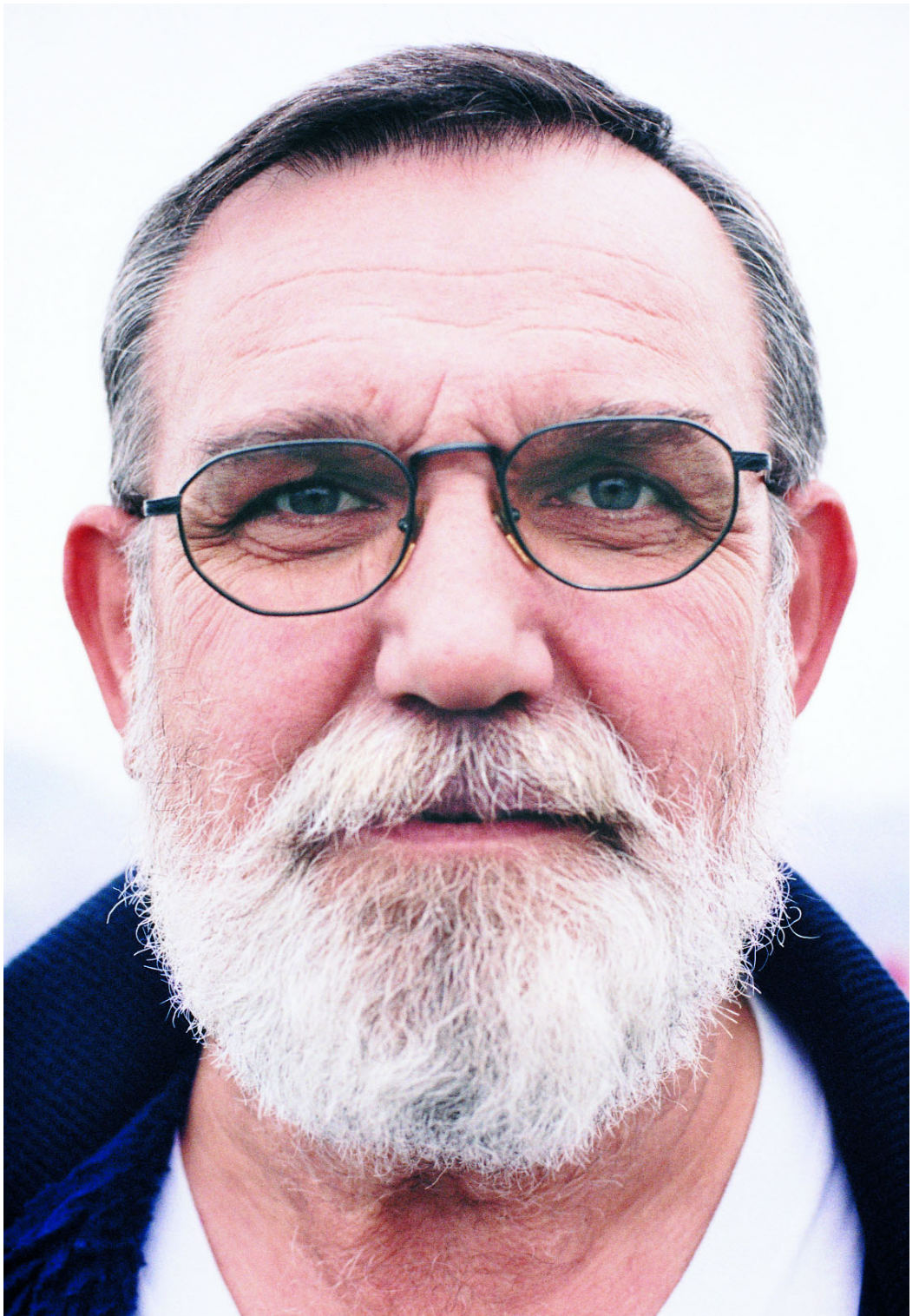
Riduzione del consumo specifico di risorse ed energia. In altre parole: aumento della produzione, ma non del carico inquinante.

PRODOTTI E VENDITA

Espansione dell'assortimento con prodotti in grado di offrire vantaggi supplementari sotto il profilo ecologico, sociale o pubblico nonché di apportare un plusvalore per la clientela.

Implementazione di progetti pionieristici selezionati con l'obiettivo di promuovere uno sviluppo sostenibile.

Incentivazione di offerte e servizi volti a migliorare nel lungo periodo la qualità della vita delle clienti e dei clienti.



LOGISTICA E MOBILITÀ

Aumento dell'efficienza nei trasporti. In altre parole: trasportare più merci con meno spese.

Collaborazione all'insegna della partnership con provider di servizi e gruppi d'interessi.

Promozione di sistemi innovativi ed ecologici a livello di logistica e trasporti.

SMALTIMENTO

Sperimentazione di soluzioni innovative a livello di smaltimento e riciclaggio in collaborazione con partner qualificati. Chiusura, se possibile, dei cicli dei materiali.

Concezione di prodotti e imballaggi che, anche a livello di smaltimento, siano in grado di generare soluzioni convenienti sotto il profilo sociale ed ecologico.



Processi di supporto futuribili

PERSONALE

Promozione a tutti i livelli mediante perfezionamento professionale mirato, sfide aziendali e responsabilità personale.

Impostazione di solidi rapporti all'insegna della partnership sociale sia all'interno che all'esterno dell'azienda.

Sviluppo di un moderno sistema per il management della salute e per la promozione sistematica della sicurezza sul lavoro.

INFRASTRUTTURE

I fabbricati vengono ottimizzati dalla progettazione sino allo smaltimento secondo criteri economici, ecologici e sociali. Sotto questo aspetto, la Migros può vantare un modus operandi esemplare.

La redditività deve essere misurata in relazione ai costi di lungo periodo. Questa valutazione, tuttavia, deve prendere in considerazione anche altri parametri: in particolare tempo di utilizzo, spese d'esercizio e di manutenzione.

I fabbricati Migros vengono progettati anche in funzione della sensazione di benessere che devono provare le persone al loro interno e nelle immediate vicinanze!

COMUNICAZIONE

Principio fondamentale: una comunicazione rapida, aperta e leale.

Creazione della massima trasparenza: informazione e rintracciabilità per la clientela.



Migros: un'azienda impegnata ecologicamente

IMPEGNO

Supporto materiale a progetti concernenti la protezione della natura e dell'ambiente.

Contributo all'informazione e alla formazione di una coscienza ambientale nella popolazione.

DIRITTO E POLITICA

Rappresentanza attiva degli interessi nel pieno rispetto dei fondamentali valori di matrice social-liberale della Migros.

Partecipazione al processo di perfezionamento delle condizioni politico-economiche generali, ma con riserva di un canale preferenziale agli obiettivi ecologici.

Migros: un'azienda impegnata socialmente

CULTURA E SOCIALE

Incentivazione di una produzione artistica creativa e confronto sistematico con la società.

Promozione di un'offerta culturale accessibile su vasta scala.

Impegno sociale per la comunità.

FORMAZIONE E TEMPO LIBERO

Con le Scuole club, la Migros promuove la formazione e il perfezionamento professionale individuale, così come l'organizzazione attiva del tempo libero per ampie fasce della popolazione.

Migros: un'azienda sana economicamente

REDDITIVITÀ

La redditività dei processi commerciali e la creazione del valore, indispensabile per garantire il successo aziendale a lungo termine, devono, in un'ottica di sostenibilità, rapportarsi in misura equilibrata agli aspetti legati all'impegno sociale ed ecologico.

Anche le misure ecologiche e sociali, tuttavia, sono tenute a rispettare il principio di redditività a lungo termine. Nell'ambito di un portafoglio generale di progetti sarà dunque ammessa anche la realizzazione di singoli progetti che, pur non essendo in grado di assicurare la redditività minima stabilita, rendono però accessibili altri sostanziali potenziali di rendimento.

VALIDITÀ

La politica ecologica e sociale ha validità per tutte le aziende proprie che partecipano al commercio al dettaglio Migros. Le altre società del Gruppo elaborano invece obiettivi specifici alla propria sfera di attività.

Approvato dall'amministrazione FCM il 24.10.2003

IMPRESSUM

FEDERAZIONE DELLE COOPERATIVE MIGROS,
Ufficio Informazioni ambiente
Casella postale, 8031 Zurigo, M-Infoline: 0848 84 0848,
engagement@mgb.ch, www.migros.ch / Engagement

Art Direction e Design: Studio Achermann
Fotografo: Cat Tuong Nguyen
Stampa e produzione: Druckerei Feldegg
Consulenza produzione: Limmatdruck AG / Media Services

La carta utilizzata è costituita da carta riciclata decolorata
(min. 75 %) e da una quota di nuova fibra FSC (25 %).
E' stata prodotta interamente senza cloro.

SGS-CoC-0474

FSC Trademark © 1996 / Forest Stewardship Council A.C.





MIGROS