

Progressi nel campo della sostenibilità 2012

Nel 2012 la Migros ha compiuto continui progressi in ambito sociale e ambientale. La seguente panoramica illustra i principali obiettivi raggiunti dall'impresa nel corso dell'esercizio.

Requisiti sociali ed ecologici di base nel Gruppo Migros

A metà del 2011 sono stati stabiliti dalla Direzione generale della Federazione delle Cooperative Migros (FCM) i requisiti di base in ambito sociale ed ecologico, validi per tutte le aziende del Gruppo Migros. Questi requisiti si basano sulle direttive già stabilite per la vendita al dettaglio affidata alle cooperative. In una prima fase la FCM ha lavorato con 18 imprese Migros dei settori di attività Industria e commercio all'ingrosso e Commercio all'analisi delle tematiche che riguardano le singole aziende. Sulla scorta di questa analisi nel 2012 è iniziata l'adozione a rotazione dei requisiti di base. Il rapporto sull'andamento prende alcuni casi esemplari per mostrare a che punto si trova il processo. Nel 2013 si chiuderà questo ciclo e saranno incluse ulteriori aziende Migros nel processo di adeguamento.

Tabella requisiti di base (Gruppo Migros)

Aree tematiche	Misure per il 2012 e prospettive
Sostenibilità sociale	Codice comportamentale Business Social Compliance Initiative (BSCI) I fornitori di 18 aziende hanno presentato alla banca dati centralizzata tutti i certificati e le relazioni di ispezione. Per nove di queste aziende, la valutazione dei rischi dei singoli fornitori servirà da base per la pianificazione di controlli indipendenti. Per sette aziende la pianificazione sarà conclusa all'inizio del 2013. Nuove aziende verranno coinvolte nel processo di adeguamento al codice BSCI.
Sicurezza alimentare / Buone prassi agricole	13 aziende sono inserite nell'iniziativa Food Safety per i generi alimentari lavorati. Per nove di queste aziende la banca dati centralizzata ha acquisito tutti i certificati (Global GAP e GFSI) e le relazioni di ispezione. Quattro aziende hanno consegnato la documentazione all'inizio dell'anno. Per le ispezioni previste per i piccoli fornitori, nel 2013 verrà elaborato un nuovo procedimento che faciliterà i controlli in loco.
Tutela dei mari	La Micarna aumenta costantemente la percentuale di pesce di origine sostenibile. Altre otto aziende sono in fase di analisi dello stato del proprio assortimento, per seguire l'esempio di Micarna dal 2013. Un organo indipendente fornirà un giudizio sui prodotti, che sarà la base per la trasformazione dell'assortimento.
Tutela delle foreste tropicali	Legno/Carta: 13 aziende hanno riconsiderato il proprio assortimento di legno e carta e il materiale da imballaggio nel 2012 con l'obiettivo di ottenere a medio termine una certificazione FSC sul 100% del loro fabbisogno. Per ogni azienda è già previsto un piano di adeguamento. Nove aziende hanno già ottenuto risultati notevoli nel 2012, tra queste, Micarna (il 70% dell'imballaggio), Delica e Chocolat Frey (entrambe il 60% dell'imballaggio). Olio di palma: la FCM rappresenta gli interessi della Migros all'interno della Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO) e intende garantire che tutte le aziende passino, entro il 2015, all'uso esclusivo di olio di palma prodotto in modo sostenibile.
Benessere degli animali	Uova: il processo produttivo dell'industria propria utilizza solo uova da allevamenti a terra. La Migros ha reso ancora più severo questo obbligo e lo ha esteso anche ad altri fornitori delle aziende Migros. Già dal 1992 in Svizzera è proibita la vendita di uova di galline allevate in batteria, il divieto tuttavia non riguarda la produzione di prodotti alimentari. Coniglio: Tutte le aziende vendono ormai solo carne di conigli allevati nel rispetto della legge svizzera sulla protezione degli animali. Una delle aziende sarà in possesso della relativa certificazione all'inizio del 2013.
Organismi geneticamente modificati	Le aziende della Migros non mettono in commercio prodotti alimentari che ricadono sotto l'obbligo di etichettatura.
Nanotecnologie	Le aziende sono in possesso del codice di condotta sulle nanotecnologie e lo applicano nei settori dove esso è pertinente, come nel caso di Mibelle Group (cosmetica). Nel 2013 è prevista da parte della Confederazione la creazione di un ausilio per l'applicazione. La Migros ne valuterà le implicazioni future nell'ambito della Comunità d'interessi Commercio al Dettaglio Svizzera (CI CDS).
Compliance	Alla fine del 2012 la Migros ha assunto un ruolo centrale per la compliance all'interno della FCM. Sono attualmente in cantiere un codice di comportamento aggiornato e l'introduzione di un sistema di compliance centralizzato.

Progressi compiuti nel principale ramo d'attività

Nel 2012 la Migros ha di nuovo compiuto passi avanti in ambito sociale quanto in ambito ecologico: nei capitoli che seguono vi illustreremo nei dettagli i progressi realizzati. Diversi obiettivi sono stati formulati anche sotto forma di promesse alla generazione di domani nell'ambito del programma a favore della sostenibilità Generazione M. Una panoramica completa dello stato di realizzazione degli obiettivi corrispondenti alle promesse formulate nel 2012 è disponibile [nella seguente pagina Internet](#).

Tabella di progresso: gestione della sostenibilità

Aree tematiche	Obiettivi e misure
Rafforzamento della sostenibilità all'interno del Gruppo Migros	Nel 2012 è stato integrato nella strategia del Gruppo anche il valore «senso di responsabilità» e il concetto di sostenibilità è stato concentrato sui cinque campi di attività Consumo, Salute, Ambiente, Società e Collaboratori.
	Per tutte le imprese del Gruppo Migros sono ora applicabili nuovi requisiti sociali ed ecologici di base. Questi requisiti vengono messi progressivamente in atto dal 2012 (cfr. sopra).
	Il servizio di stato maggiore Issue management & Sostenibilità è stato ora elevato al rango di Direzione. La riclassificazione del servizio rispecchia l'importanza che riveste per la Migros una gestione strategica della sostenibilità, al punto da affidarla ai massimi livelli dell'impresa.
	Nel 2012 la Migros ha introdotto il programma a favore della sostenibilità Generazione M, che consiste in una serie di promesse concrete fatte alla prossima generazione. Il grado di realizzazione degli obiettivi legati al mantenimento di queste promesse viene verificato due volte l'anno: i risultati delle verifiche vengono pubblicati nel sito Internet.
	Dal 2012 viene attuata la strategia climatica ed energetica 2020. Entro il 2020 la Migros si propone di ridurre del 20% le emissioni di gas a effetto serra e il consumo di elettricità del 10% rispetto al 2010.

Tabella di progresso: consumo sostenibile

Aree tematiche	Obiettivi e misure
Ampliamento della gamma di prodotti a valore aggiunto sociale o ecologico	Rispetto al 2011, il fatturato realizzato con prodotti certificati è cresciuto del 14% passando a CHF 2,6 miliardi. In totale, questi prodotti rappresentano il 18% del fatturato totale realizzato dalla vendita al dettaglio nelle cooperative.
	Nel 2012 l'assortimento Bio si è arricchito di una cinquantina di nuovi prodotti. Rispetto al 2011, il fatturato dei prodotti Bio è aumentato del 9%.
	Nell'assortimento di prodotti Fairtrade Max Havelaar sono stati introdotti 26 nuovi prodotti. Rispetto al 2011, il fatturato è aumentato del 4,4% passando a CHF 84 milioni.
	Entro la primavera del 2013, tutto il cioccolato della Chocolat Frey avrà ottenuto il marchio UTZ Certified. Alla fine del 2012 il cioccolato certificato rappresentava già il 62%. Ora è certificata UTZ Certified anche la marca propria Tea Time.
	La Migros è stato il primo dettagliante in Svizzera a introdurre nel proprio assortimento pesce certificato ASC. Nel 2012 il pesce Bio nell'assortimento di pesce d'allevamento copriva una quota del 10%, mentre la quota di pesce MSC di cattura corrispondeva al 45%. Entro la fine del 2020, l'assortimento di pesce proverrà al 100% da fonti sostenibili. Alla fine del 2012 la quota di pesce da fonti sostenibili raggiungeva già il 93%.
	La Migros ha introdotto norme più severe per la carne. A partire dal 2013 per la carne di manzo del marchio Bio Weide-Beef (manzo di pascolo Bio) e Weide-Beef (manzo di pascolo) non sarà più permesso foraggiare utilizzando la soia come integratore. La stessa regola si applicherà alle vacche lattifere che producono latte TerraSuisse.
	L'83% della carne di vitello della Migros è certificata dal marchio TerraSuisse. Nel 2012 le direttive riguardanti l'impiego di taluni agenti sono state inasprite. TerraSuisse è quindi il primo marchio a limitare l'impiego di antibiotici.
	Oltre il 35% di tutti gli elettrodomestici rientra già nelle più efficienti classi energetiche. Questi apparecchi sono certificati dal marchio Topten.
	Migros ha pubblicato su Migipedia.ch il bilancio climatico di oltre 850 prodotti.

Acquisto di materie prime ottenute in modo sostenibile	Nel 2012 il fatturato realizzato dai tessili di cotone biologico è aumentato dell'8% e oltre, attestandosi a CHF 33 milioni. Inoltre, la Migros ha messo in vendita per la prima volta capi d'abbigliamento realizzati con cotone Better Cotton.
	Due terzi dei capi d'abbigliamento venduti dalla Migros soddisfano lo standard Eco, che garantisce tessili prodotti in modo ecologico e socialmente responsabile e la tracciabilità della filiera. Entro la fine del 2017 tutti i tessili delle marche proprie della Migros saranno prodotti in conformità di queste severe direttive ecologiche.
	Il fatturato realizzato dai prodotti certificati FSC è aumentato del 20% circa passando a CHF 200 milioni. Entro la fine del 2015 il 75% dei prodotti in legno e carta proverrà da fonti sostenibili.
	Il 30% dell'olio di palma utilizzato nell'industria Migros proviene da una piantagione sostenibile cambogiana. Il rimanente fabbisogno è ancora coperto con l'acquisto di certificati. Entro la fine del 2015 il nostro olio di palma sarà fisicamente sostenibile al 100%.
	In quanto socio fondatore della Rete svizzera per la soia, la Migros si impegna a portare al 90% entro il 2014 la quota di soia sostenibile e non geneticamente modificata nel foraggio per gli animali d'allevamento. Nel 2012 questa quota era già superiore al 70%.
	Le varietà di terriccio da giardino contrassegnate dal logo Migros Bio Garden non contengono torba. Dal 2013 la Migros venderà esclusivamente terriccio senza torba. La rinuncia alla vendita di torba è già iniziata nel 2011.
Miglioramento delle condizioni di produzione e della formazione dei fornitori	Tutti i fornitori della Migros sono tenuti a rispettare il codice di comportamento BSCI. Nel 2012 sono stati effettuati audit su 246 fornitori.
	Nel 2012 la Migros ha intensificato il proprio impegno in loco a favore della formazione dei fornitori. Migros Hong Kong, ad esempio, ha tenuto 20 corsi presso fornitori cinesi e di altri paesi asiatici.
	Circa il 98% dei fornitori di frutta e verdura e il 96% dei fornitori di fiori e piante sono certificati secondo gli standard GlobalGAP/SwissGAP.
	Oltre 355 fornitori e piccoli contadini in Italia e Spagna implementano il modulo GRASP.
Investimenti a favore della sicurezza dei prodotti e della trasparenza	La Migros ha realizzato circa 20 000 controlli di prodotto e ha dovuto richiamare nove prodotti che presentavano difetti.
	Insieme alla Comunità d'interessi Commercio al Dettaglio Svizzera (CI CDS) e all'Ufficio federale della sanità pubblica sono state definite misure per evitare contaminazioni da smalto nelle conserve.
	Per diversi prodotti Migros è garantita la tracciabilità della filiera fino al produttore, ad esempio per caffè e cacao certificati UTZ e per le uova.
	Nel 2012 la Migros ha deciso di precisare la dichiarazione dei prodotti provenienti da Israele e Marocco. La decisione sarà attuata nel 2013.
	La lista di tutti i prodotti che contengono nanoparticelle è pubblicata nel sito Internet.
	La conversione ai nuovi simboli di pericolo armonizzati a livello mondiale per le sostanze chimiche è stata effettuata, accompagnata da una campagna d'informazione concomitante.
Promozione di un'alimentazione equilibrata	Entro la fine del 2013 Migros procederà a una riduzione in misura compresa tra il cinque e il dieci per cento del tenore di zucchero di 52 yogurt. La prevista riduzione è già stata realizzata per circa metà.
	Migros ha ridotto il tenore di zucchero anche in diverse bibite e negli impianti di mescita dei ristoranti Migros.
	Per i prodotti finiti Migros ha fissato valori limite vincolanti per tutti i gruppi di prodotto e per la fine del 2012 aveva ridotto il tenore di sale in 130 prodotti.
	I ristoranti Migros e i reparti take away hanno potenziato la linea Délifit e i collaboratori del settore gastronomia sono stati sensibilizzati sul tema dell'alimentazione sana.
	I prodotti del reparto alimentari, cosmetici e casalinghi certificati dal marchio aha! sono ormai una settantina, tra cui anche dieci prodotti senza glutine della Jowa.
	La Migros ha ottimizzato la contrassegnazione dei suoi prodotti vegetariani e vegani. Alla fine del 2012 i prodotti contrassegnati dal marchio V erano 120.
	Dal 2012 l'assortimento Migros comprende anche prodotti contenenti beta-glucano. Il beta-glucano è un componente dell'avena e contribuisce ad abbassare il tasso di colesterolo nel sangue.
	Le nutrizioniste della Migros rispondono a domande specifiche riguardanti i prodotti Migros. Nel 2012 hanno usufruito di questo servizio d'informazione gratuito più di 2300 persone.

Tabella di progresso: protezione dell'ambiente

Aree tematiche	Obiettivi e misure
Aumento dell'efficienza energetica e riduzione delle emissioni di CO₂	<p>Tra il 2000 e il 2012 la Migros ha ridotto del 29,5% le proprie emissioni di CO₂ provenienti da combustibili e carburanti.</p>
	<p>Nel 2012 il consumo totale di energia della Migros è diminuito dello 0,5% rispetto al 2011. La Migros ha dunque raggiunto gli obiettivi intermedi che si era prefissata.</p>
	<p>La Migros rimane campionessa svizzera delle certificazioni Minergie: 32 supermercati Migros e più di 50 altri edifici e shop migrolino nelle stazioni di servizio portano il marchio Minergie. In termini di superficie, si tratta in totale di 821'526 m².</p>
	<p>A fine 2012 78 filiali erano già munite di porte vetrate. Nel 2010 la Migros è stata il primo dettagliante in Svizzera a munire di porte vetrate i mobili refrigeranti «plus».</p>
	<p>Alla fine del 2012 il 30% di tutte le filiali impiegava già l'ecologico CO₂ come mezzo refrigerante.</p>
	<p>La Migros è uno dei più importanti acquirenti di energia rinnovabile di tutta la Svizzera e nel 2012 ha acquistato 87 GWh di elettricità verde certificata (naturemade star e basic ed elettricità verde certificata TÜV).</p>
	<p>Nel 2012 sui tetti della Migros sono entrati in funzione una pala eolica e quattro nuovi impianti fotovoltaici. In totale, gli impianti fotovoltaici installati in edifici Migros sono 24 e producono annualmente un totale di circa 4'400 MWh.</p>
	<p>La quota di energie rinnovabili sul consumo totale di energia della Migros è pari all'incirca al 15%, per un totale di 79'400 MWh.</p>
Promozione di trasporti rispettosi dell'ambiente	<p>Nel 2012 i vagoni merci della Migros hanno percorso in totale 9,9 milioni di chilometri.</p>
	<p>Per i propri trasporti la Migros ricorre sempre più al trasporto combinato, non solo in Svizzera ma anche all'estero.</p>
	<p>In Cina ha iniziato a titolo sperimentale una serie di pionieristici trasporti su rotaia. A seconda del luogo di partenza delle merci, in avvenire i trasporti via terra potranno rappresentare un'alternativa più veloce rispetto ai trasporti via nave.</p>
	<p>La Migros ammoderna continuamente la propria flotta di autocarri: nel 2012 l'84% dei chilometri percorsi è stato effettuato con autocarri a basse emissioni delle classi Euro 4, Euro 5 ed Euro 6.</p>
	<p>Dall'estate 2012, la Federazione delle Cooperative Migros collabora esclusivamente con trasportatori i cui veicoli rispettano almeno la norma Euro 5.</p>
	<p>Nel 2012 le emissioni di CO₂ dei viaggi di lavoro via aereo sono aumentate del 28%, attestandosi a circa 2'900 tonnellate; queste emissioni vengono compensate con contributi alla fondazione myclimate.</p>
	<p>Anche nel 2012 la Migros ha partecipato, per ben l'ottava volta, all'iniziativa «Bike to work».</p>
	<p>Nel 2012 si è concluso il progetto «Zukunft urbane Mobilität» («Futuro della mobilità urbana»), al quale ha partecipato anche la Migros. Più di 50 organizzazioni hanno elaborato proposte di soluzione a favore di una mobilità sostenibile.</p>
Riduzione dei rifiuti industriali e sviluppo del sistema di raccolta per i rifiuti dei clienti	<p>La Migros ha ulteriormente ottimizzato gli imballaggi dei suoi prodotti. Nel giro di due anni è riuscita a risparmiare complessivamente 1'360 tonnellate di materiale e utilizzato circa 1'300 tonnellate di materiale riciclato e 3'780 tonnellate di cartone certificato FSC.</p>
	<p>Dall'autunno 2012 i sacchetti di plastica sono stati sostituiti con borse prodotte al 100% con plastica riciclata.</p>
	<p>Nel 2012 la Migros è stata il primo e l'unico dettagliante di tutta la Svizzera a impegnarsi a raccogliere e riciclare tutti i tipi di bottiglie di plastica del reparto casalinghi. Il sistema di raccolta per i rifiuti dei clienti viene riorganizzato ed esteso anche alla raccolta di CD e DVD. Entro il 2015, la Migros si è prefissata di raccogliere e riciclare annualmente cinque tonnellate di CD DVD.</p>
	<p>Il 98,6% circa di tutti gli alimentari offerti dalla Migros vengono effettivamente utilizzati. Lo dimostra un'analisi interna realizzata nel 2012. La collaborazione con le organizzazioni caritatevoli è stata in parte ulteriormente intensificata.</p>
	<p>Anche nel 2012, la Migros ha di nuovo sostenuto una serie di iniziative private e pubbliche intese a lottare contro il fenomeno del littering.</p>
	Gestione responsabile delle risorse naturali quali l'acqua e la biodiversità
<p>La Migros ha fornito un sostegno ad agricoltori indiani per una produzione di riso più ecologica e a minor consumo d'acqua.</p>	
<p>Dal 1990 la Migros ha praticamente dimezzato il proprio fabbisogno d'acqua complessivo, anche grazie alla netta diminuzione del consumo nelle filiali.</p>	
<p>Oltre 500 collaboratori hanno partecipato in Engadina, Alto Vallese e Ticino a un intervento del WWF a favore della natura.</p>	
<p>Entro la fine del 2013 gli habitat ad alta biodiversità nelle aziende svizzere dedite alla produzione integrata dovranno aumentare del 30%. Alla fine del 2012, la superficie di questi habitat era già aumentata del 44%.</p>	

Tabella di progresso: società

Aree tematiche	Obiettivi e misure
Promozione della cultura e della formazione	<p>Nel 2012 il Percento culturale Migros ha investito circa CHF 125 milioni a favore della cultura, della società, della formazione, del tempo libero e dell'economia.</p> <p>La sala da concerto itinerante Classic-Express e il nuovo workshop «Mit den Enkeln zur Klassik» hanno permesso a numerosi bambini di avvicinarsi al mondo della musica classica.</p> <p>Steps, festival della danza del Percento culturale Migros, ha dato 94 spettacoli in 33 città diverse. La manifestazione ha attirato 32'000 appassionati della danza.</p> <p>Dopo due anni di cantiere, a fine anno sono stati inaugurati a Zurigo gli spazi ristrutturati e ampliati del Museo Migros d'arte contemporanea.</p> <p>Nel 2012 la Scuola Club Migros ha impartito in totale 52'000 corsi e formazioni a 410'000 iscritti. Tra questi anche corsi di lingua offerti per contribuire all'integrazione dei migranti.</p> <p>Nel 2012 il Percento culturale Migros ha lanciato, insieme ad altri partner, conTAKT-spuren.ch, uno strumento didattico digitale gratuito sul tema della migrazione.</p>
Estensione dell'impegno in ambito sociale	<p>Con l'istituzione del nuovo fondo di sostegno «Impegno Migros», l'impegno in ambito sociale e culturale della Migros è stato esteso all'intero Gruppo.</p> <p>Nel 2012 il Fondo d'aiuto Migros ha sostenuto una ventina di progetti in Svizzera e all'estero.</p>
Impegno a favore di manifestazioni e attività ricreative	<p>Alle corse sponsorizzate dalla Migros hanno partecipato oltre 226'000 podisti. Entro il 2015 la Migros intende sponsorizzare altre corse podistiche per un totale annuo di oltre 200'000 sportivi.</p> <p>Dal 2012 la Migros aiuta il Club Alpino Svizzero a promuovere presso il pubblico un rapporto con la montagna rispettoso della natura. Le attività di sostegno si consacrano in particolare alla sensibilizzazione dei giovani.</p> <p>La Migros ha ulteriormente rafforzato la propria posizione di punta nel mercato svizzero del fitness e del wellness. Nel 2012 sono stati inaugurati sette nuovi centri. A Lucerna ha aperto i battenti anche l'undicesimo centro per la salute Medbase.</p> <p>Con sei campi da golf e due Golfcampus, la Migros è sempre il maggiore gestore di campi da golf aperti al pubblico. Nel 2012 11'010 golfisti erano titolari di una ASG GolfCard della Migros.</p>
Promozione del dialogo con gli stakeholder	<p>La Migros svolge un ruolo pionieristico anche nel settore dei social media: sulla piattaforma Migipedia, ad esempio, i circa 30'000 clienti iscritti hanno la possibilità di presentare online i loro suggerimenti e di partecipare allo sviluppo dei prodotti.</p> <p>Nel 2012 50'000 persone hanno partecipato sulla piattaforma Internet alla campagna a favore della sostenibilità «Generazione M». Molte di loro si sono impegnate personalmente facendo una propria promessa a favore della sostenibilità.</p> <p>La nuova piattaforma Internet Famigros sostiene le famiglie con consigli per la vita quotidiana e per l'organizzazione del tempo libero.</p> <p>La rivista Migros Magazin ha informato settimanalmente 3'107'000 lettori.</p>