

23.02.2012 - 14:15 Uhr

Migros lance "Génération M"

Zürich (ots) -

Migros donne désormais un nom à son combat en faveur du développement durable: "Génération M". Cette désignation recouvre tous les efforts que Migros consent pour la santé, la consommation, l'emploi, l'environnement et la société. L'entreprise se fixe des objectifs élevés, formulés au travers de plus de 30 promesses bien concrètes.

"Génération M" symbolise la volonté de Migros de promouvoir le développement durable à une large échelle. Sous forme de promesses concrètes faites à des enfants et à des jeunes d'aujourd'hui, l'entreprise se donne des objectifs précis pour les années à venir et les fait connaître publiquement. Ses engagements illustrent, en toute clarté, de quelle façon elle entend agir en matière de santé, de consommation, d'emploi ainsi qu'à l'égard de l'environnement et au sein de la société. A l'enseigne de "Génération M", Migros fait plus d'une trentaine de serments qu'elle adresse à des enfants ou des jeunes désignés par leur nom et qui représentent toute une génération. Durant les prochains mois, de nouveaux engagements viendront s'ajouter. Les cinq exemples ci-après montrent comment ces promesses s'articulent:

Consommation: Nous promettons à Nuyen que, d'ici 2013, nous aurons réduit de 10% les nuisances qu'engendrent pour l'environnement les emballages des 250 produits les plus vendus à Migros.

Santé: Nous promettons à Deborah que, d'ici 2015, en tant que sponsor principal, nous offrirons la possibilité à plus de 200'000 sportifs de participer chaque année à des courses populaires.

Environnement: Nous promettons à Nik que, d'ici la fin 2020, nous aurons réduit de 10% notre consommation de courant électrique par rapport à 2010.

Emploi: Nous promettons à Manuela de proposer ces trois prochaines années 3'300 postes d'apprentissage à des jeunes.

Société: Nous promettons à Lisa que, d'ici 2015, nous aurons sensibilisé 200'000 enfants et jeunes à des sujets environnementaux.

"Désormais, nous entendons nous fixer des objectifs très concrets pour les prochaines années. Ainsi, nos engagements en faveur du développement durable prendront un tour plus net. Nous informerons le public avec transparence sur l'état d'avancement de nos programmes, explique Herbert Bolliger, CEO de Migros. Les mesures que nous initions aujourd'hui profiteront à la génération de demain."

"Génération M" s'inscrit dans une tradition Migros vieille de plusieurs décennies. Gottlieb Duttweiler, le fondateur de l'entreprise, nourrissait déjà la conviction que succès commercial et promotion du bien de la collectivité sont compatibles. Ainsi écrivait-il en 1950 dans l'une de ses Thèses: "En regard d'une puissance matérielle croissante, nous devons toujours pouvoir offrir de plus grandes prestations culturelles et sociales. A cette fin et en dépit de toutes les exigences des affaires et de la politique, il nous faudra toujours libérer des moyens nouveaux et le temps des meilleurs d'entre nous, sinon la puissante oeuvre de Migros dépérira comme un arbre qui ne fleurit plus."

"Génération M" ne saurait être une prestation à sens unique de Migros. Sur la page Web de generation-m.ch (online à partir de 26 février), l'entreprise veut entretenir des échanges avec ses clients et les inciter, sur un mode ludique, à des habitudes de vie propices au développement durable.

Au travers de "Génération M", Migros crée également un symbole visuel frappant pour les efforts qu'elle consent dans les domaines de la santé, de la consommation, de l'emploi, de l'environnement et de la société. Du matériel photo à télécharger est à disposition sur le lien: www.migros.ch/fr/informations-pour-les-medias/medias/communiques-2012/generation-m

Zurich, le 23 février 2012

Contact:

Martina Bosshard, porte-parole Migros, tél. 044 277 20 67,
martina.bosshard@mgb.ch