

02.08.2013 – 10:11 Uhr

## Migros mise sur la viande suisse et de meilleures conditions d'élevage des animaux à l'étranger



Zürich (ots) -

Avec son programme de développement durable Génération M, Migros se fixe des objectifs exigeants. Elle lance désormais cinq nouvelles promesses dont deux concernent l'élevage approprié des animaux, ou autrement dit le bien-être des animaux. A partir de 2015, la gastronomie Migros s'engage à ne vendre plus que de la viande de boeuf, de veau, de porc et de poulet suisse. Jusqu'en 2020, Migros souhaite garantir que les normes suisses très élevées en matière de bien-être des animaux soient appliquées pour tous les produits d'origine animale en provenance de l'étranger.

Avec ses cinq nouvelles promesses, Migros étend encore davantage son engagement en matière de santé, de consommation, de collaborateurs, d'environnement et de société. Deux de ces promesses concernent l'élevage des animaux en Suisse et à l'étranger.

«Nous promettons à Joshua qu'à partir de 2015, les restaurants et take-aways Migros ne proposeront plus que de la viande de boeuf, de veau, de porc et de poulet d'origine suisse.» Les nuggets de poulet d'origine Suisse sont l'avenir. Les restaurants et take-aways Migros misent à 100% sur la «suissetude» et, dès 2015, ils ne vendront plus que de la viande de boeuf, de veau, de porc et de poulet suisse. Les clients apprécient le goût et la qualité des produits helvétiques. De plus, en consommant des produits locaux, ils ont la certitude que les animaux ont été élevés de façon respectueuse et appropriée. La promesse vaut non seulement pour les morceaux de viande entiers, mais également pour les ingrédients utilisés dans les salades, sauces ou les farces. Le plus grand défi est le passage à la viande de poulet d'origine suisse.

«Nous promettons à Jay que jusqu'en 2020, les standards suisses très élevés en matière de bien-être des animaux seront également appliqués à tous nos produits en provenance de l'étranger.» Pour Migros, la protection des animaux ne s'arrête pas à la frontière suisse. Elle souhaite garantir à tous ses clients que les animaux sont traités de façon respectueuse pour tous les produits d'origine animale (viande, oeufs et produits laitiers). Aujourd'hui déjà, la viande de boeuf, de veau et de porc est principalement d'origine suisse. Pour ce qui est des autres animaux d'élevage, des importations sont encore nécessaires. Pour la viande de dinde, de lapin et de cheval, la réalisation de ce nouveau défi est déjà en cours. Migros s'intéresse désormais à l'assortiment de viande de poulet, domaine pour lequel le volume d'importation atteint plusieurs centaines de tonnes par année. Les améliorations concernant les autres viandes animales suivront jusqu'en 2020.

De plus, Migros définit de nouveaux accents en matière de standards sociaux et environnementaux:

«Nous promettons à Chaiwat que d'ici à 2015, nous améliorerons activement les conditions de travail des 75 000 collaborateurs de nos fournisseurs.» Migros encourage de plus en plus des formations et formations continues dans les pays de production.

«Nous promettons à Dana que d'ici à 2018, 8 de 10 de nos produits de lessive et de nettoyage de nos propres marques seront particulièrement bien biodégradables.» Avec un assortiment de produits de lessive et de nettoyage pour une large part biodégradable, Migros permet à ses clients de réduire encore davantage l'empreinte écologique de leur ménage.

«Nous promettons à Lucy que dès 2014, tous nos outils publicitaires seront réalisés avec du papier et du carton de qualité respectueuse de l'environnement, c'est à dire de qualité recyclée ou FSC.» Dès la fin de cette année, tous les outils publicitaires devront être imprimés sur du papier ou du carton de sources durables.

Migros a lancé «Génération M », son programme de développement durable, il y a une année et demie. Les promesses, qui s'élèvent désormais à un total de 54 forment la base de ce programme. Par leur biais, la Migros se fixe des objectifs contraignants et vérifiables. Toutes les promesses, ainsi que l'avancement de leur réalisation sont disponibles sur le site Internet [www.generation-m.ch](http://www.generation-m.ch). La page Facebook de Génération M compte déjà 60 000 fans qui échangent des informations relatives à l'énergie solaire ou les allergies, par exemple, ou donnent des conseils pratiques pour un mode de vie plus respectueux du développement durable.

Zurich, le 2 août 2013

Contact:

Christine Gaillet, porte-parole FCM, tél. 044 277 22 81,  
[christine.gaillet@mgb.ch](mailto:christine.gaillet@mgb.ch)

#### Medieninhalte



Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/fr/pm/100000968/100741861> abgerufen werden.