

11.04.2016 – 11:30 Uhr

Succès pour Génération M: 15 promesses tenues

Zürich (ots) -

2015 a été une année clé pour Génération M: 20 promesses étaient à réaliser. Avec 15 objectifs fixés atteints, le bilan est très satisfaisant. Par exemple, Migros est parvenue à doubler son offre de textiles en coton bio. Désormais, toute l'huile de palme utilisée par la Migros Industrie pour sa production de denrées alimentaires provient de sources durables et est traçable jusqu'à la plantation. En outre, en collaboration avec le WWF, Migros s'est employée à rapprocher de la nature plus de 200 000 enfants et adolescents et à les sensibiliser à la protection de l'environnement.

En 2015, Migros a réalisé 15 des 20 promesses qu'elle avait faites. «Le travail accompli en 2015 est considérable. En particulier, il est réjouissant de voir que plus de 200 000 enfants ont été sensibilisés à la protection de l'environnement, car les enfants d'aujourd'hui sont les adultes de demain. Si cinq promesses aux objectifs ambitieux n'ont pas pu être tenues, nous avons dans l'ensemble été en mesure de faire évoluer beaucoup de choses», explique Cornelia Diethelm, responsable de la Direction Développement durable et Issue Management de la Fédération des coopératives Migros.

Les promesses relatives aux textiles de coton bio et à l'huile de palme ont été tenues

Migros s'était fixé pour objectif de doubler d'ici fin 2015 son offre de textiles en coton durable par rapport à 2011. Cet objectif a été dépassé. Aujourd'hui, la part du chiffre d'affaires réalisée avec le label Bio Cotton dans l'assortiment de textiles est de 18,1%. Pour parvenir à honorer cette promesse, Migros a dû dans certains cas convertir des gammes entières de produits au coton bio, comme la gamme de sous-vêtements homme Maestro. Le coton certifié provient principalement de coopératives indiennes. Celles-ci exploitent leurs champs de façon naturelle, pour le plus grand bien de l'environnement et de la santé des êtres humains vivant dans les zones de cultures.

En outre, Migros s'engage depuis des années en faveur d'une production responsable de l'huile de palme et a, par conséquent, promis de parvenir au plus tard en 2015 à utiliser exclusivement de l'huile de palme de source durable pour sa production de denrées alimentaires au sein de la Migros Industrie. A très peu de choses près, l'objectif a été atteint. 98% de l'huile de palme utilisée par la Migros Industrie provient de plantations certifiées RSPO. Cette huile de palme est traçable jusqu'à la plantation d'origine (variante logistique dite «Segregated»). Les 2% restants concernent des produits semi-fabriqués achetés, comme les gaufres entrant dans la fabrication des glaces. Ces quantités répondent aussi aux exigences de la RSPO mais ne sont pas physiquement traçables.

Accomplissements en matière de sensibilisation à l'environnement et de promotion de la santé

En soutenant le programme du WWF pour les enfants et les adolescents, Migros souhaite sensibiliser les jeunes à la protection de l'environnement et leur montrer comment ils peuvent y contribuer activement. Depuis 2012, 239 140 enfants et adolescents ont au total participé aux programmes environnementaux du WWF, par exemple dans le cadre de camps de vacances ou de visites dans les écoles. Ainsi, Migros est parvenue à atteindre son objectif consistant à sensibiliser en quatre ans 200 000 enfants et adolescents aux thèmes de l'environnement. Migros compte déjà parmi les principaux sponsors du programme du WWF pour les enfants et les adolescents et entend poursuivre à l'avenir cette fructueuse collaboration.

Grâce à une gestion systématique de la santé en entreprise, Migros investit dans la santé de ses collaborateurs. Ainsi que nous nous y étions engagés, les dix coopératives et la Fédération des coopératives Migros se sont vu décerner, fin 2015, le label de qualité «Friendly Work Space» et offrent notamment aux collaborateurs des postes de travail ergonomiques, des services de consultation sociale et des possibilités de formation continue ciblée.

Objectif manqué concernant les appareils à faible consommation d'énergie

Migros n'est pas parvenue à atteindre son objectif d'augmentation du chiffre d'affaires des appareils Topten à faible consommation d'énergie. Fin 2015, la part du chiffre d'affaires était à peine de 20% du chiffre d'affaires total des appareils électriques alors que l'objectif visé était de 35%. La cause: les téléviseurs qui représentent tout juste la moitié du chiffre d'affaires Topten. Malheureusement, les modèles équipés des dernières technologies ne répondent pas aux critères d'efficacité énergétique de Topten. Migros continuera néanmoins à travailler pour réaliser l'objectif.

Etapas-clés dans la protection de l'environnement

Migros entend réduire de 20% ses émissions de gaz à effet de serre entre 2010 et 2020. Cet objectif ambitieux est en bonne voie: Sur les six dernières années, les émissions de gaz à effet de serre ont déjà diminué de 17%, notamment grâce au recours à un éclairage LED dans les magasins. Migros s'est vu décerner par l'Office fédéral de l'énergie le prix renommé de «Watt d'Or» pour son engagement de longue date dans le domaine de la protection du climat et de l'efficacité énergétique.

Deux fois par an, Migros présente en détail l'état d'avancement de la réalisation de ses promesses Génération M. Pour de plus amples informations, veuillez consulter le site Web: www.generation-m.ch

Contact:

Tristan Cerf, porte-parole de la FCM, tél. 044 277 24 98,
tristan.cerf@mgb.ch

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/fr/pm/10000968/100786406> abgerufen werden.