

Des actes plutôt que de beaux discours

Selon le Programme alimentaire mondial de l'ONU, la demande de produits alimentaires devrait dépasser de 25% la production d'ici quarante ans. Garantir aux générations futures la possibilité de se nourrir exige que l'on se mette à l'œuvre dès maintenant. L'important est de mener une action économique s'inscrivant dans la durée et de ménager les ressources. Plusieurs initiatives de Migros tendent vers ces objectifs. Le but est de préserver notre environnement afin qu'il continue de produire nourriture et eau potable pour nos descendants.

Des mesures visant à relever ces défis sont déjà en place. La Chine, l'Arabie saoudite ou la Corée du Sud achètent massivement des surfaces cultivables en Afrique et en Amérique latine, afin de couvrir les besoins alimentaires de leurs populations dans les décennies à venir. Les producteurs privés de denrées alimentaires cherchent à garantir leur approvisionnement en matières premières en passant des contrats de culture et d'autres arrangements à long terme avec les producteurs. Pour Migros, il ne faut pas encourager de telles initiatives, qui ne s'inscrivent pas dans une perspective de développement durable et ne font que déplacer les problèmes. Les grandes organisations liées à l'environnement, à l'agriculture et à l'alimentation se sont attaquées au sujet. Elles développent des programmes visant à sauvegarder les ressources naturelles et encouragent les méthodes de production durable.

Le développement durable, une valeur fondamentale

Pour Migros également, la couverture des besoins alimentaires des générations actuelles et futures représente un sujet de préoccupation très important. Voilà pourquoi nous avons décidé d'inscrire le «développement durable» dans nos cinq valeurs fondamentales. Migros ne se contente pas d'arborer ce beau concept: elle agit en conséquence. Ses efforts ne passent pas inaperçus, comme le prouve la distinction d'«entreprise de distribution la plus soucieuse de développement durable au monde» que lui a attribuée le World Retail Congress 2009. Certes, les moyens dont dispose Migros pour influencer l'économie alimentaire mondiale sont limités. Cela ne l'empêche pas, toutefois, d'avancer pas à pas. Les projets évoqués ci-après démontrent que des succès remportés à petite échelle finissent souvent par avoir un impact considérable.



Gabi Buchwalder
Responsable de projet
à la direction Politique
économique, Fédération
des coopératives Migros



Johann Züblin
Responsable des normes,
Fédération des coopératives
Migros

Standards minimaux et labels

Qui fait ses courses à Migros a la certitude que chaque article proposé a été produit dans le respect de l'homme, des animaux et de la nature. En est garante l'application de standards internationaux que Migros a marqués

de son empreinte. Tous ses fournisseurs étrangers de fruits, légumes et pommes de terre doivent en effet être certifiés GlobalGAP. Il s'agit de règles de bonnes pratiques agricoles attestant que les producteurs s'en tiennent à des critères uniformes à l'échelon mondial en matière de sécurité alimentaire, de méthodes de production, de protection des travailleurs et de sauvegarde de l'environnement. Depuis quelques années aussi, Migros exige des fournisseurs suisses qu'ils appliquent les normes SwissGAP, une variante nationale des standards GlobalGAP.

L'huile de palme est un ingrédient largement utilisé dans l'industrie alimentaire. Or, il est notoire que les plantations de palmiers à huile constituent une menace pour la forêt tropicale. Voilà pourquoi, il y a plus de dix ans, Migros a développé avec le WWF des critères de production d'huile de palme respectueuse de la nature. Cinq ans plus tard était fondée la «Roundtable on Sustainable Palm Oil», un organisme international rassemblant les parties intéressées, soit les producteurs, entreprises de transformation, organisations non gouvernementales et distributeurs. Depuis 2005, tout producteur d'huile de palme dite durable doit prouver qu'il n'a pas défriché de forêt ni asséché de marais.

Migros favorise également la production durable de café. Ainsi, en 2009, le label «Utz Certified», qui atteste de cultures respectueuses de l'écologie et des travailleurs, est apparu dans l'assortiment de base de Migros.

Il est, en outre, primordial de produire des denrées fourragères selon les critères du développement durable. Aussi, Migros participe en qualité de membre fondateur à un réseau récent dont le but est que, d'ici 2014, 90% du soja importé en Suisse satisfassent à de telles normes.

L'assortiment Migros compte de plus en plus d'articles labellisés attestant du respect de la nature. Ainsi, une grande partie des poissons de mer sont proposés à l'enseigne du Marine Stewardship Council (MSC), une organisation veillant au maintien des populations piscicoles dans le monde. Migros se soucie aussi de promouvoir la biodiversité dans notre pays. Son label «TerraSuisse» s'applique à toutes les denrées indigènes produites selon des critères particulièrement rigoureux de sauvegarde de la faune et de la flore. ■