

RAPPORTO DI SOSTENIBILITÀ 2016

***Ecco
quello che
facciamo***

DENNER
Più sostenibile di quanto si pensi

Rapporto di sostenibilità 2016

Un messaggio che metterà radici **Leggere per poi seminare**

La copertina di questo rapporto di sostenibilità è stata realizzata con carta riciclata lavorata a mano. Nel corso del processo, all'impasto sono state aggiunte delle sementi. Così il nostro messaggio metterà davvero radici. Come? È semplicissimo: strappate il frontespizio in pezzetti di 2 cm circa. Metteteli in un vaso con del terriccio, in modo che ne siano ricoperti ma non troppo. Se fa abbastanza caldo e splende il sole, vedrete che in una decina di giorni i semi, annaffiati regolarmente, inizieranno a germogliare.







Ecco quello che facciamo

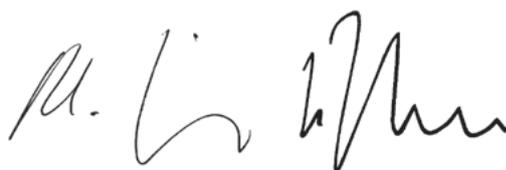
Stimata Lettrice,
stimato Lettore,

sostenibilità è più di una semplice parola. È un atteggiamento fondamentale che influenza le nostre decisioni e il nostro agire. Essere sostenibili richiede lungimiranza e una gestione oculata delle risorse a nostra disposizione. Questo modo di pensare permea ogni aspetto della nostra attività aziendale. Denner è efficiente, vicina ai clienti e attenta ai prezzi: tutte qualità che fanno bene all'ambiente, perché vuol dire che da noi non si sprecano risorse, i tragitti sono brevi e i processi ottimizzati. Anche il nostro rapporto di sostenibilità, quindi, dev'essere semplice, chiaro e sincero.

In questa seconda edizione Denner mostra quali effetti hanno le misure già attuate all'interno dell'azienda per preservare le risorse naturali e definisce nuovi obiettivi a cui puntare. Nelle pagine che seguono, suddivise nei tre punti cardine «Ambiente», «Assortimento» ed «Essere umano», spiegheremo quali traguardi abbiamo già raggiunto e quali compiti ancora ci attendono.

Le misure adottate nell'ambito della strategia della sostenibilità Denner racchiudono in sé un enorme potenziale. Per toccarlo con mano servono solo un vaso pieno di terra, un po' d'acqua e un piccolo pezzo del frontespizio. Basterà piantarlo per veder fiorire a nuova vita i semi essiccati che contiene.

Da parte sua, Denner prosegue con coerenza e decisione sulla strada intrapresa, affinché ciascuno di noi possa vivere ora e in futuro in un ambiente intatto.



Mario Irminger
CEO

Christopher J. Rohrer
Responsabile Sostenibilità

Questo rapporto è stato stampato in tiratura limitata.
La versione elettronica è disponibile in Internet al seguente link:

www.denner.ch/sostenibilita

Strategia e visione	6
Focus sulle esigenze dei clienti	8
Panoramica dei punti cardine	10
Obiettivi	12
Pietre miliari	16

1

Punto cardine Ambiente

Più rispettoso dell'ambiente Impianti di refrigerazione	20
Più rinnovabile Elettricità da fonti sostenibili	20
Più oculato nei consumi Energia	21
Più efficiente Trasporto di merci	21
Più capillare Rete di filiali	21
Più in pareggio Bilancio di CO₂	21
Più responsabile Gestione dei generi alimentari	23
Più consapevole Rifiuti e riciclaggio	23

2

Punto cardine Assortimento

Più leale Partnership con IP-SUISSE	26
Più vicino alla natura Assortimento IP-SUISSE	27
Intervista con il presidente di IP-SUISSE Andreas Stalder	28
Più amorevole Benessere degli animali	29
Più attento alla qualità Sicurezza dei prodotti	29
Più riguardoso Ambiente e risorse	29
Più conveniente Prodotti di marca propria Denner	31
Più equo UTZ	31
Più umano Sostenibilità sociale	31
Più naturale Panoramica di marchi e standard	32

3

Punto cardine Essere umano

Più generoso Datore di lavoro e collaboratori	36
Più allettante Condizioni di lavoro	36
Più integrato «Faro» per la cultura dirigenziale	37
Più pronto ad aiutare Impegno	37
Più versatile Formazione e perfezionamento	37
Più potenziale di sviluppo Apprendisti	37
Più autonomia Filiale degli apprendisti	39

Partnership con il WWF	40
Indicatori	42
Impressum	44

Anche nel 2016 Denner ha ottenuto molti risultati sul fronte della sostenibilità.

Agire in ottica sostenibile richiede lungimiranza, flessibilità e capacità di adattamento. Per questo nel 2016 l'azienda ha approvato specifiche strategie di orientamento che prourranno, sia a livello interno che esterno, un miglioramento determinante e duraturo dell'ecobilancio. Siamo consapevoli delle nostre responsabilità. Come più grande discount svizzero rivestiamo anche un ruolo esemplare, agli occhi dei collaboratori come dei clienti. È quindi nostro compito contribuire alla conservazione delle risorse e condurre un'opera di sensibilizzazione verso la tematica della sostenibilità.

Efficace Valori radicati in profondità

Il confronto continuo con problematiche di grande rilevanza dal punto di vista ecologico e sociale, all'interno come all'esterno dell'azienda, è profondamente ancorato nella filosofia di Denner. I processi aziendali vengono costantemente ottimizzati e l'assortimento è allestito secondo criteri di responsabilità ambientale. L'impegno di tutti i collaboratori su questo fronte contribuisce in misura sostanziale ai progressi compiuti da Denner nei tre punti cardine «Ambiente», «Assortimento» ed «Essere umano». Vogliamo anche mettere in pratica idee nuove e verificare l'efficacia degli obiettivi già stabiliti. Restiamo sempre al passo con i tempi e ci appropriamo delle nuove conoscenze attuandole senza inutili complicazioni. La strategia della sostenibilità definisce il quadro e gli obiettivi ai quali ci orientiamo ogni giorno per sviluppare il nostro core business.

Retrospettiva I nostri risultati

Il tema della sostenibilità ha caratterizzato in maniera forte lo scorso anno. Sono state infatti attuate misure lungimiranti in tutti e tre i punti cardine, «Ambiente», «Assortimento» ed «Essere umano». 450 filiali, ad esempio, sono passate all'illuminazione a LED, dimezzando così il consumo di energia. Dal 2016 tutte le merci vengono trasportate unicamente con veicoli conformi alla norma «Euro 5» o «Euro 6» sui gas di scarico, il che riduce drasticamente l'impatto sull'ambiente. Inoltre nell'intera azienda sono state semplificate le procedure lavorative e l'assortimento è stato integrato con un maggior numero di prodotti freschi.

Prospettive Il nostro impegno non si ferma qui

Per i clienti, per l'ambiente e per le generazioni future. Da mezzo secolo siamo un'azienda di successo e promettiamo di proseguire in questo cammino seguendo la rotta della sostenibilità anche per i prossimi 50 anni.

Nella strategia della sostenibilità 2020 Denner ha definito il suo impegno: l'obiettivo non è solo radicare ulteriormente nell'intera azienda la comprensione del concetto di sostenibilità, ma anche assumersi maggiore responsabilità per la conservazione delle risorse naturali.

Comunicazione

Denner – più sostenibile di quanto si pensi

A fine aprile 2016 Denner ha suscitato una grande eco lanciando un messaggio forte. In sette città, l'impegno dell'azienda in favore della sostenibilità è stato reso pubblico mediante l'affissione di manifesti e tabelloni. Il concetto che si è voluto trasmettere è che Denner è più sostenibile di quanto si pensi. In passato l'azienda ha già fatto molto per la sosteni-

bilità, senza mai renderlo noto. Le cose sono cambiate con il primo rapporto di sostenibilità e con questo secondo rapporto viene fatta ancora più chiarezza.

Con il rapporto di sostenibilità facciamo vedere e dimostriamo che Denner è più sostenibile di quanto si pensi.



Con oltre 800 filiali nelle vicinanze raggiungibili anche senz'auto nel rispetto dell'ambiente.
DENNER – più sostenibile di quanto si pensi

Un messaggio forte:
nel 2016 l'impegno di Denner in favore della sostenibilità è stato reso noto mediante l'affissione di manifesti.



Le esigenze dei clienti al centro

Garanzia di qualità

Controllo della qualità

640 audit della Gestione della qualità nelle filiali
922 prodotti verificati da laboratori esterni

Verifica delle merci in arrivo

3473 prodotti sottoposti a verifica nelle centrali
di distribuzione prima dell'invio alle filiali

Controlli mediante assaggio

586 linee di prodotti sottoposte ad assaggio
(ogni linea comprende dai 3 ai 5 campioni)

Reclami relativi a prodotti

Circa 1200 reclami presi in esame
(su 138,3 milioni di clienti nel 2016)

Componenti

Riduzione di componenti critici come olio di palma,
sale e zucchero e loro costante monitoraggio



Aspetti economici

Prezzi bassi per tutti

Grazie a strutture aziendali snelle

Processi efficienti

Del risparmio conseguito grazie ai tagli dei costi
beneficiano i clienti, che pagano prezzi più bassi

Prezzi equi

Lungo tutta la catena del valore



Responsabilità sociale

Incoraggiare i giovani

Gestione autonoma di una filiale Denner
da parte degli apprendisti

Mercati Caritas

Ogni anno sponsoring con prodotti per CHF 250 000

Formazione e perfezionamento

Promozione individuale dei collaboratori,
dall'apprendistato alle formazioni destinate ai quadri

Sponsoring

Sponsorizzazione di progetti caritativi durante l'anno



del nostro agire

Al centro del nostro agire vi sono i clienti e la conservazione di uno spazio vitale sano.



Soddisfazione

Servizio clienti

13 000 contatti all'anno
63 000 follower su Facebook

Dialogo

In media le richieste vengono elaborate entro le 24 ore

Prodotti di marca propria Denner

Alternativa economica ai prodotti di marca

«Soddisfatti o rimborsati»

Se si riscontra un difetto di qualità in un articolo di marca propria si può sempre riportarlo alla filiale



Agire sostenibile

(oltre 130 articoli dotati di marchio)

Standard

I marchi garantiscono che i prodotti sono ottenuti nel rispetto di criteri sostenibili → Esempi: UTZ, MSC/ASC

Salute

Più frutta e verdura nelle filiali

IP-SUISSE

Prodotti naturali a prezzi equi, dal coltivatore al consumatore



Ecologia

Vicinanza

800 filiali raggiungibili a piedi in tutta la Svizzera

Trasporti

Organizzazione decentralizzata delle centrali di distribuzione per accorciare i tragitti

Elettricità

100 per cento da centrali idroelettriche svizzere

Autocarri

Tutti i veicoli sono conformi alla norma «Euro 5» o «Euro 6»

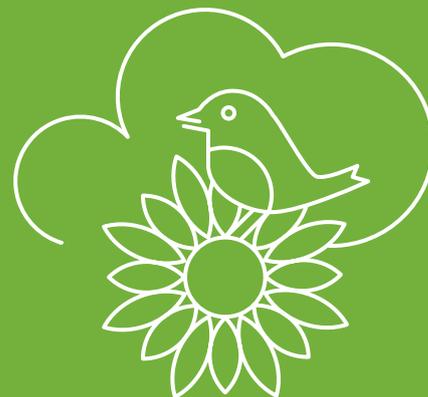
I tre punti cardine

La sostenibilità è uno dei principi su cui si fonda il nostro agire, che permea ogni aspetto della nostra attività aziendale e influenza quotidianamente le nostre decisioni. Di giorno in giorno, i nostri collaboratori si confrontano con questa tematica nell'intento di avvicinarsi sempre più al raggiungimento degli obiettivi definiti per tutti gli ambiti cardine. Ci facciamo carico della nostra responsabilità per quanto riguarda la conservazione delle risorse naturali e ci impegniamo al massimo per ottenere i risultati stabiliti.

Punti cardine

Ambiente, assortimento, essere umano

Grazie alla suddivisione nei tre punti cardine «Ambiente», «Assortimento» ed «Essere umano», gli obiettivi sono strutturati in maniera semplice e comprensibile. Anche il rapporto di sostenibilità si focalizza su questi tre temi: di pagina in pagina vi mostreremo quindi gli effetti del nostro approccio sostenibile in ciascuno di questi importanti ambiti.



1

Ambiente

Il pianeta Terra è la nostra risorsa più importante. Per questo motivo Denner attua misure finalizzate alla tutela dell'ambiente e alla conservazione dei preziosi habitat di animali e piante.

Cosa vogliamo ottenere...

- Riduzione delle emissioni di CO₂
- Incremento dell'efficienza energetica
- Aumento della quota di riciclaggio
- Riduzione del materiale d'imballaggio

2



Assortimento

La fabbricazione e la trasformazione dei prodotti Denner presuppongono un agire sostenibile, che non provochi sofferenza né alle persone né agli animali e non inquina indiscriminatamente l'ambiente.

Cosa vogliamo ottenere...

- Tutela delle risorse (ad es. buona pratica agricola, protezione dei mari e delle foreste)
- Rispetto di severe norme sul benessere degli animali
- Garanzia di condizioni di lavoro eque presso i fornitori

3



Essere umano

L'uomo come individuo va trattato con rispetto, per questo è sempre al centro delle attività della nostra azienda - sia come collaboratore che come cliente.

Cosa vogliamo ottenere...

- Essere un buon datore di lavoro che offre condizioni eque sia in termini di inquadramento che nello svolgimento della quotidiana attività lavorativa
- Garanzia della sicurezza e della salute sul posto di lavoro
- Promozione dell'impegno sociale

Obiettivi strategici 2015 - 2020



Punto cardine Ambiente

Quello che facciamo	Stato	Obiettivi
Riduzione delle emissioni di CO₂ Denner rileva le emissioni di CO ₂ nell'intera azienda e sviluppa misure per la loro progressiva riduzione.	●	Riduciamo di almeno il 20 per cento le emissioni di CO ₂ nelle centrali di distribuzione.
	●	Dal 2017 riduciamo ogni anno di almeno 160 tonnellate le emissioni di CO ₂ grazie a nuovi impianti di refrigerazione rispettosi del clima.
	○	Elaborazione di un piano di lungo termine per ridurre drasticamente le emissioni di CO ₂ . Gli obiettivi definiti vanno attuati a partire dal 2018.
	●	Dal 2019 le merci vengono trasportate unicamente con veicoli conformi alla norma «Euro 6» o a una norma superiore.
	○	Si prevede di aumentare ulteriormente la quota dei trasporti effettuati su rotaia.
	●	Dal 2016 in tutta l'azienda si utilizza solo elettricità proveniente da fonti rinnovabili.
Incremento dell'efficienza energetica Grazie a un sistema globale di gestione dell'energia, Denner riduce il consumo di elettricità e incrementa costantemente la propria efficienza energetica.	●	Incrementiamo ad almeno il 106,4 per cento (base 2013) l'efficienza energetica nelle centrali di distribuzione.
	●	Incrementiamo ad almeno il 111,4 per cento (base 2013) l'efficienza energetica nell'amministrazione.
	○	Si prevede di aumentare del 15 per cento l'efficienza energetica nelle filiali.
Aumento della quota di riciclaggio Tutti i collaboratori Denner contribuiscono a incrementare ogni anno la quota di materiali riciclati, destinando preziose materie prime ai centri di riciclaggio.	●	Ogni anno registriamo nel sistema di gestione ambientale tutte le principali frazioni riciclabili, in tonnellate.
	○	Dal 2016, nuovo piano di smaltimento dei rifiuti organici provenienti dalle filiali, destinati a essere rivalorizzati in impianti di biogas.
	●	Allestimento di un piano / manuale relativo allo smaltimento per la vendita, la logistica e l'amministrazione.
	○	Formazione / sensibilizzazione dei collaboratori (con particolare riguardo ai settori della vendita e della logistica) sulla gestione dei rifiuti / dei materiali riutilizzabili.
Riduzione del materiale d'imballaggio Grazie all'utilizzo di materiali sostenibili e alla riduzione degli imballaggi, Denner preserva le risorse naturali.	○	Il materiale d'imballaggio va ridotto al minimo indispensabile.
	○	Nella misura del possibile, i materiali d'imballaggio devono provenire da fonti sostenibili (riciclo o FSC). Tale quota è in progressivo aumento.
	●	Laddove opportuno, si impiegano imballaggi riutilizzabili.

Legenda: ● In via di realizzazione ○ In elaborazione

Punto cardine Assortimento

Quello che facciamo	Stato	Obiettivi
<p>Prodotti con marchio I marchi creano trasparenza e aiutano i nostri clienti nelle decisioni d'acquisto. Per questo Denner amplia costantemente il numero di prodotti certificati in assortimento.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● ● 	<p>Denner è consapevole della propria responsabilità ecologica e si è posta obiettivi ambiziosi per quanto riguarda la sostenibilità ambientale dei propri prodotti. Si punta quindi ad aumentare costantemente la quota di prodotti contrassegnati da un marchio (ad es. IP-SUISSE).</p> <p>Tra gli articoli di marca propria Denner, il 100 per cento delle tavolette di cioccolato e ca. l'85 per cento dei caffè sono certificati UTZ.</p>
<p>Politica agricola La gestione sostenibile del suolo, delle foreste e delle acque è un criterio decisivo per la selezione dei prodotti da inserire nell'assortimento Denner.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● ● ● ○ 	<p>Almeno il 95 per cento dell'assortimento di frutta, verdura, fiori e piante dispone della certificazione GlobalG.A.P. o di una certificazione equivalente.</p> <p>Il 100 per cento dell'olio di palma presente nei prodotti di marca propria Denner è certificato RSPO. Entro il 2022, nel settore Food viene utilizzato solo olio di palma certificato del livello «Segregated». Nel settore Near Food si ricorre entro il 2020 unicamente a olio di palma certificato almeno del livello «Mass Balance».</p> <p>Già oggi tutti i prodotti di carta di marca propria Denner sono certificati FSC o realizzati con materiali riciclati. Per gli articoli di marca compresi nel proprio assortimento Denner esige il rispetto dei medesimi standard; la quota conforme a tale criterio raggiunge almeno il 65 per cento. Tutti i prodotti di carta ad uso aziendale (carta da lettere, stampati, ecc.) sono realizzati al 100 per cento con materiale riciclato.</p> <p>Già oggi l'azienda rinuncia completamente a vendere pesce e frutti di mare a rischio di estinzione. Dal 2018 Denner vende unicamente pesce e frutti di mare provenienti da fonti sostenibili. Entro il 2020 la quota di prodotti con marchio (MSC/ASC/bio) deve salire al 62 per cento.</p>
<p>Benessere degli animali Denner amplia costantemente la quota di alimenti svizzeri presente in assortimento, osservando così standard elevati per quanto riguarda il benessere degli animali.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● ● ● 	<p>Gli standard elvetici sulla protezione degli animali sono tra i più elevati al mondo. La quota di carne svizzera deve essere almeno dell'80 per cento.</p> <p>La carne di coniglio importata proviene esclusivamente da aziende che rispettano standard equivalenti a quelli svizzeri.</p> <p>Nell'assortimento di marca propria Denner non sono presenti uova fresche prodotte da galline allevate in gabbia né prodotti composti contenenti uova che hanno implicato questo tipo di allevamento.</p>
<p>Standard sociali Denner esige condizioni di lavoro eque lungo tutta la catena di fornitura, fino al produttore e all'agricoltore.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ 	<p>BSCI e GlobalG.A.P. GRASP verificano e garantiscono l'osservanza degli standard fino al luogo di origine, consentendo così una maggiore trasparenza lungo l'intera catena del valore. Per quanto riguarda le marche proprie Denner, si punta a sottoporre ad audit entro il 2022 almeno il 95 per cento dei fornitori nei paesi a rischio.</p>
<p>Sicurezza dei prodotti I severissimi requisiti posti sul fronte della sicurezza dei prodotti garantiscono la qualità sempre elevata dell'assortimento Denner.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 	<p>La sicurezza alimentare è un obiettivo primario. Almeno il 97 per cento dei fornitori è certificato o è stato sottoposto ad audit secondo gli standard GFSI o standard equivalenti.</p>
<p>OGM Valori come genuinità e naturalità sono importantissimi per Denner.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 	<p>Denner rinuncia a vendere prodotti geneticamente modificati ai sensi dell'ordinanza sugli OGM.</p>

Punto cardine Essere umano

Quello che facciamo	Stato	Obiettivi
<p>Datore di lavoro Denner è il discount leader della Svizzera e si propone come datore di lavoro attraente grazie a salari equi in linea con il mercato e condizioni d'impiego al passo con i tempi.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● ● ● 	<p>Denner corrisponde retribuzioni eque in linea con il mercato, oltre a prestazioni sociali – tra cui la cassa pensioni – di buon livello; il salario minimo versato ai dipendenti non qualificati è al di sopra della media del settore.</p> <p>Denner promuove dal 2013 una commissione del personale, costituita da rappresentanti di tutti i settori dell'azienda e delle diverse regioni linguistiche.</p> <p>I quadri e tutti i collaboratori attivi nella vendita e nella logistica beneficiano di ben sei settimane di vacanza all'anno.</p>
<p>Cultura aziendale e della conduzione (progetto «Faro») La cultura aziendale si esprime anche nella cultura della conduzione incarnata da Denner, che si fonda sui principi del dialogo, dell'integrazione e della cooperazione, ispirandosi anche a concetti cardine quali capacità di sviluppo, competenza dirigenziale e orientamento al successo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● ● 	<p>Sviluppo di uno stile di conduzione adattabile alle diverse situazioni, orientato alla persona e valido per l'intera azienda, a prescindere dal livello gerarchico.</p> <p>Tutti i collaboratori con funzione di quadro frequentano ogni anno almeno due giornate di formazione per il perfezionamento della competenza dirigenziale.</p>
<p>Formazione e perfezionamento Denner garantisce la propria competitività promuovendo in modo mirato i punti di forza dei propri collaboratori e inserendoli in un processo continuo di formazione e perfezionamento.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● ● 	<p>A tutti i livelli, il numero di giornate di formazione svolte all'interno dell'azienda aumenta di anno in anno.</p> <p>Entro il 2020 il numero dei posti di tirocinio raggiunge le 110 unità.</p>
<p>Sicurezza e salute Alla base del nostro successo vi sono collaboratori sani e motivati. Per far sì che questa condizione irrinunciabile sia garantita adottiamo misure preventive, ci avvaliamo di «sportelli» indipendenti e organizziamo regolarmente iniziative di formazione.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● ○ 	<p>Istituzione di uno «sportello» esterno indipendente e neutrale che si occupi delle questioni sollevate dai collaboratori.</p> <p>Organizzazione di formazioni sul tema della sicurezza sul lavoro, della prevenzione degli infortuni e del riconoscimento dei pericoli; redazione di un manuale in proposito.</p>
<p>Impegno Denner si fa carico delle proprie responsabilità e prende parte a progetti pionieri di trasformazione sociale, oltre a sostenere opere caritative in favore di organizzazioni o persone bisognose.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● ● 	<p>Denner partecipa al fondo di sostegno Engagement del Gruppo Migros, con un contributo annuo dell'ordine di almeno CHF 4 mio.</p> <p>Denner sostiene i mercati Caritas con sovvenzioni di prodotti per un ammontare annuo di CHF 250 000.</p>

Legenda: ● In via di realizzazione ○ In elaborazione

Le tappe del nostro agire sostenibile

2003

Luglio

Caffè Max Havelaar*: il marchio fa il suo ingresso nei punti vendita Denner

2009

Aprile

Mercati Caritas: sovvenzioni annue di prodotti per un ammontare di CHF 250 000

2012

Giugno

Associazione Servizi di consegna in bicicletta Svizzera (VLD): Denner è socio fondatore e promuove in tutta la Svizzera i servizi di consegna a domicilio in bicicletta

Agosto

Denner nomina dei responsabili per la sfera della sostenibilità

La CI CDS istituisce il gruppo di lavoro Ambiente ed energia

2006

Maggio

CI CDS: Denner è socio fondatore

2010

Febbraio

Gli apprendisti al timone di comando: Denner lancia il progetto «Filiale degli apprendisti»

1967

Ottobre

Karl Schwenk fonda il primo discount della Svizzera

2013

Gennaio

Strategia della sostenibilità: la direzione Denner prepara il terreno per l'impegno dell'azienda in ambito sostenibile

Ottobre

Illuminazione a LED: una prima filiale passa ai LED e riduce del 50 per cento il proprio consumo di energia

Progetto «Food-Bridge»: la CI CDS e le organizzazioni «Table Suisse» e «Tavolino magico» elaborano un progetto comune

Dicembre

Riduzione delle emissioni di CO₂ e incremento dell'efficienza energetica: convenzione sugli obiettivi con Confederazione e cantoni

2014

Aprile

RSPO*: come azienda del Gruppo Migros, Denner entra a far parte dell'organizzazione RSPO

BSCI*: come azienda del Gruppo Migros, Denner partecipa alla piattaforma BSCI

Maggio

Un albergo per le api: l'Amministrazione installa la prima struttura per accogliere le api

Giugno

«Drägg Sagg»: Denner sostiene la campagna anti littering nel centro storico di Basilea

2016

Gennaio

La corrente utilizzata da Denner proviene al 100 per cento da centrali idroelettriche svizzere

Rifiuti organici: nelle filiali si inizia a raccogliere i rifiuti organici

Marzo

Impianto di refrigerazione a propano: Denner apre la prima filiale con un impianto di refrigerazione a propano e rinuncia volontariamente all'impiego di refrigeranti dannosi per il clima

Aprile

Rapporto di sostenibilità: Denner pubblica il suo primo rapporto

Luglio

FSC* Svizzera: Denner diventa membro

Agosto

IP-SUISSE*: il marchio della coccinella fa il suo ingresso nelle filiali con 30 articoli prodotti secondo criteri di sostenibilità

Settembre

Impianto di refrigerazione a CO₂: Denner apre la prima filiale con un impianto autonomo a CO₂ e rinuncia volontariamente all'impiego di refrigeranti dannosi per il clima

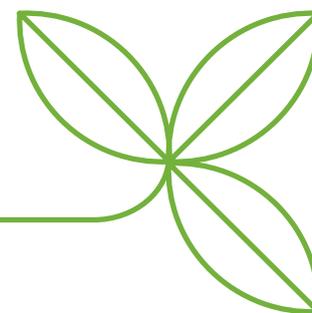
Settembre

Sacchetti di plastica monouso: Denner sottoscrive l'accordo raggiunto dagli operatori del settore per ridurre l'impiego di questi contenitori, soluzione elaborata congiuntamente con i partner della CI CDS e della SRF

Ottobre

Denner aderisce a MSC* e ASC*

Denner diventa membro di öbu



2015

Gennaio

Strategia climatica ed energetica 2020: approvazione da parte della direzione

Aprile

Bilancio energetico e ambientale: prima pubblicazione, in riferimento al 2014

Giugno

Strategia rifiuti e riciclaggio 2020: approvazione da parte della direzione

Settembre

Strategia fornitori e assortimento 2020: approvazione da parte della direzione

Dicembre

Rating ambientale WWF 2015: Denner si classifica nella categoria «Fascia superiore»

2017

Giugno

Denner stringe una partnership con il WWF

* Maggiori informazioni sui marchi alle pagine 32/33



160

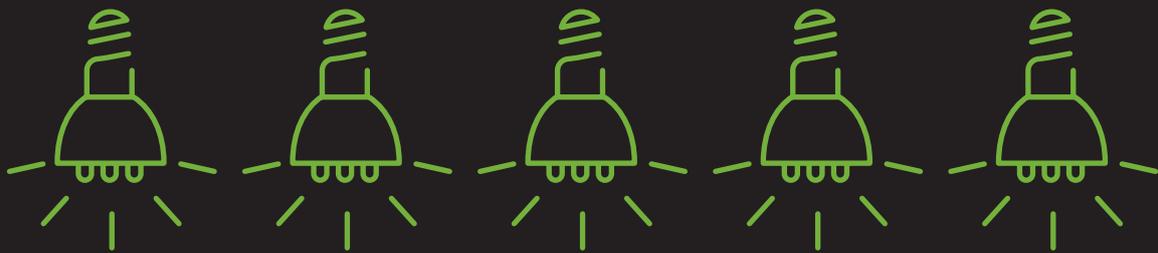
tonnellate di CO₂ in meno

Roman Fähr,

responsabile Immobili

In qualità di responsabile del reparto Immobili ed espansione, Roman Fähr ha introdotto nelle filiali Denner diverse misure efficaci per ridurre il consumo di energia, come ad esempio l'illuminazione a LED e impianti di raffreddamento con refrigeranti naturali, fornendo così un importante contributo alla protezione dell'ambiente.

Punto cardine Ambiente



Denner dà molta importanza alla protezione dell'ambiente e attua quindi svariate misure in tutti gli ambiti di influenza dell'azienda al fine di tutelare le risorse naturali e conservare habitat preziosi per animali e piante. In questo modo anche le generazioni future potranno vivere in un ambiente intatto.

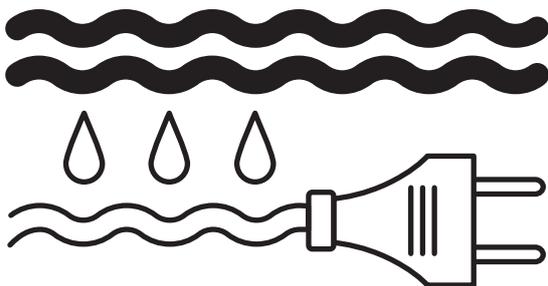
La tutela dell'ambiente e la conservazione di uno spazio vitale fertile sono tra gli obiettivi che Denner si è posta nel quadro del suo impegno sul fronte della sostenibilità. Il punto cardine «Ambiente» raggruppa tutte le misure concernenti clima, energia, rifiuti e riciclaggio. Grazie alla presenza capillare di Denner sul territorio, si trova sempre una filiale nelle vicinanze raggiungibile anche senza auto.

Più rispettoso dell'ambiente **Impianti di refrigerazione**

Dall'estate 2016 Denner rinuncia all'impiego di refrigeranti dannosi per il clima nei nuovi impianti, andando ben oltre ciò che prescrive la legge. Da fine 2016 sono in funzione già quattro impianti di refrigerazione a CO₂ ecologici e del tutto autonomi. Ma Denner ha fatto ancora di più, installando il primo impianto a propano nella filiale di Villmergen AG. Si tratta di una soluzione molto promettente per il futuro, poiché consente di ridurre ulteriormente le emissioni dannose. Nei prossimi anni, tutte le filiali verranno dotate di impianti di refrigerazione rispettosi del clima. Con questa misura, dal 2017 Denner prevede di ridurre le proprie emissioni di CO₂ di circa 160 tonnellate all'anno.

Più rinnovabile **Elettricità da fonti sostenibili**

Per ridurre al minimo le ripercussioni sull'ambiente e sull'uomo, dal 1° gennaio 2016 Denner acquista unicamente elettricità prodotta secondo criteri sostenibili per tutte le 480 filiali, le cinque centrali di distribuzione e i tre centri amministrativi. Questa elettricità con garanzia di origine dalla forza idrica proviene dal Cantone dei Grigioni, dove il fornitore di energia Repower gestisce proprie centrali idroelettriche nella Val Poschiavo, nella Prettigovia, nella Surselva e nell'Engadina.



Il 100 per cento dell'elettricità proviene dalla forza idrica svizzera.



«Con la sua scelta, Denner fa un gesto importante per promuovere la forza idrica svizzera. Repower è lieta di poter contribuire all'agire sostenibile di questa azienda fornendole elettricità prodotta da fonti rinnovabili sulle montagne dei Grigioni.»

Kurt Bobst, CEO di Repower

Più oculato nei consumi

Energia

Denner si è impegnata ad aumentare di almeno il 10 per cento entro il 2022 l'efficienza energetica nelle centrali di distribuzione e nei centri amministrativi e a ridurre così il proprio consumo di energia. A fine 2016 l'efficienza energetica nei centri logistici era aumentata del 9,8 per cento e in quelli amministrativi del 5,6.

Nel 2016 Denner ha effettuato cospicui investimenti per ridurre il consumo di energia anche nelle filiali. In 450 di queste si è ottenuta una riduzione del 50 per cento con il passaggio all'illuminazione a LED, e una gran parte è stata dotata di impianti di refrigerazione della più alta classe di efficienza energetica, il che ha contribuito a contenere ulteriormente i consumi.

Più efficiente

Trasporto di merci

Nel 2016 tutte le merci sono state trasportate unicamente con veicoli conformi alla norma «Euro 5» o «Euro 6» sui gas di scarico, che riducono drasticamente l'impatto sull'ambiente. L'obiettivo è far sì che dal 1° gennaio 2019 tutte le tratte vengano percorse solo da autocarri conformi alla norma «Euro 6» o a una norma superiore. La capacità degli autocarri Denner è sfruttata per il 98 per cento.

Laddove possibile e opportuno, l'azienda sposta il trasporto su rotaia. Dall'agosto 2015 Denner trasporta ogni anno oltre 37 000 tonnellate di merci usufruendo del traffico combinato lungo l'asse nord-sud. È attualmente in fase di analisi la possibilità di estendere il ricorso al traffico combinato anche ad altre tratte.

Più capillare

Rete di filiali

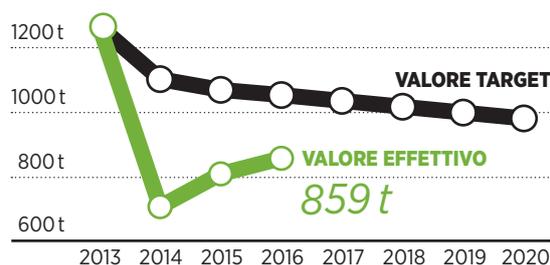
La capillare rete di filiali Denner è in continua crescita e anche nel 2016, con 809 punti vendita, si classifica al secondo posto, in ordine di grandezza, tra tutti i commercianti al dettaglio di generi alimentari della Svizzera. La rete copre sia le zone di campagna che quelle urbane, in tutto il paese. Denner è presente ovunque la popolazione svizzera viva, lavori o trascorra il suo tempo libero. La vicinanza alla clientela è uno dei grandi punti di forza di Denner, le cui

Più in pareggio

Bilancio di CO₂

Per migliorare il proprio bilancio ambientale, nel 2013 Denner ha formulato specifici obiettivi riguardo alle emissioni di CO₂: l'impegno è quello di ridurle di almeno il 15 per cento entro il 2020 nei centri logistici e amministrativi. Già nel 2016 è stata registrata complessivamente una diminuzione del 23 per cento, andando ben oltre l'obiettivo fissato per il 2020. Tuttavia Denner non si ferma qui e continuerà a lavorare in tale ottica.

Emissioni di CO₂ da combustibili Logistica



Dal 2013 le emissioni di CO₂ da combustibili generate in ambito logistico sono calate del 32,1 per cento.

filiali sono sempre raggiungibili in modo semplice, veloce e con un basso impatto ambientale – che sia a piedi, in bici o con i mezzi di trasporto pubblici.

La progressiva espansione prevede anche nuove tipologie di negozio, che rispondono alle esigenze della clientela odierna e vengono adattate con flessibilità alle specifiche richieste del territorio. I negozi Denner Bibite, ad esempio, si concentrano sulle bevande e vanno spesso a completare l'offerta dei centri commerciali di piccole dimensioni, mentre i Denner Express attirano i clienti in zone molto frequentate offrendo tanti prodotti freschi e Convenience.



370

***filiali hanno svolto nel 2016
corsi di formazione sul
nuovo concetto di riciclo***

Andrea Kressibucher,
formatrice

Dal 2016, nelle filiali Denner, gran parte dei generi alimentari invenduti non viene più buttata, bensì rispedita alle centrali di distribuzione e rivalorizzata in impianti di biogas. Andrea Kressibucher tiene un apposito corso di formazione per spiegare ai collaboratori delle filiali come trattare i rifiuti organici.

Più responsabile Gestione dei generi alimentari

In Svizzera troppi generi alimentari vanno a finire nella spazzatura. Il commercio ne è responsabile per il cinque per cento circa, mentre la quota attribuibile ai consumatori è nettamente più elevata. In qualità di discount leader, ci occupiamo già da lungo tempo del Food Waste e contrastiamo efficacemente lo spreco di derrate alimentari ancora commestibili attraverso un sistema ottimizzato di disposizione delle merci in ambito logistico e, direttamente nei punti vendita, applicando sui prodotti prossimi alla scadenza ribassi a più livelli segnalati con evidenza ai clienti.

I generi alimentari qualitativamente ineccepibili che possono ancora essere consumati ma non risultano più vendibili sono destinati a organizzazioni caritative operanti in loco. Inoltre, in virtù della propria appartenenza alla Comunità d'interessi Commercio al

dettaglio Svizzera (CI CDS), Denner sostiene il progetto «Food-Bridge» in collaborazione con «Table Suisse» e «Tavolino magico». Le due organizzazioni ricevono ogni anno da tutti gli aderenti alla CI CDS CHF 680 000 e cospicue donazioni sotto forma di prodotti. In questo modo Denner fa sì che il buon cibo non vada a finire nella spazzatura, ma al suo posto, vale a dire sulla tavola.

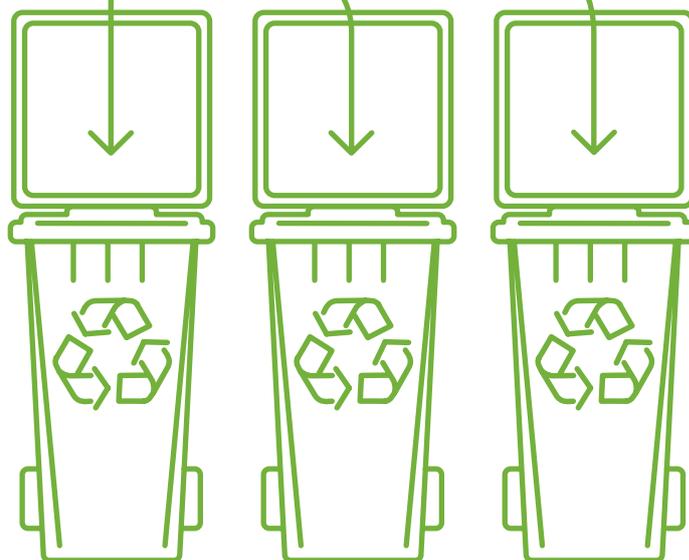
Grazie a tutte queste misure, Denner riesce a contenere la quota dello spreco alimentare al di sotto dell'1,0 per cento.

Grazie alla formazione ricevuta, i collaboratori Denner sanno come limitare i rifiuti e sono esperti nel destinare preziose materie prime ai centri di riciclaggio.

Più consapevole Rifiuti e riciclaggio

Meno rifiuti e più recycling: questo vuol fare Denner. Nel 2016 sono state raccolte e destinate ai centri di riciclaggio oltre 17 000 tonnellate di cartone, pellicole di imballaggio, PET e altri materiali riciclabili. Per rendere ancora più efficiente lo smaltimento dei rifiuti nelle filiali, il concetto di formazione sull'argomento è stato rielaborato con l'intento di fornire ai collaboratori informazioni ancora più capillari e dettagliate. Entro la fine del 2016 sono stati condotti corsi formativi approfonditi in oltre 370 filiali.

Da gennaio 2016 i rifiuti organici vengono raccolti nelle filiali, rispediti alle centrali di distribuzione e rivalorizzati negli impianti di biogas locali. La valorizzazione materiale dei generi alimentari per ottenere biogas è una pratica al passo con i tempi, che aiuta a risparmiare energia e risorse naturali, tutelando così l'ambiente.





10000

**produttori agricoli
IP-SUISSE**

Christian Bauer,
Product Manager prodotti di carne/salumi
**Al lancio del progetto, Christian Bauer
ha coordinato la selezione dei prodotti
di carne a marchio IP-SUISSE. Con le sue
conoscenze tecniche ha contribuito in
maniera determinante a offrire ai clienti
Denner un numero ancora maggiore
di alimenti svizzeri di qualità prodotti nel
rispetto della natura e degli animali.**

Punto cardine Assortimento



L'assortimento di Denner viene costantemente verificato e adeguato alle esigenze dei consumatori. Affinché un prodotto rientri nell'offerta Denner, però, deve soddisfare obbligatoriamente i seguenti criteri: le fasi di produzione e trasporto non devono danneggiare nessun essere vivente né gravare inutilmente sull'ambiente.

PUNTO CARDINE ASSORTIMENTO

Denner presta particolare attenzione ai propri prodotti e alla creazione dell'assortimento con consapevolezza ecologica. Tutti i provvedimenti che riguardano il punto cardine «Assortimento» valgono per gli articoli di marca propria Denner. Nel quadro della propria strategia aziendale e della sostenibilità, lo scorso anno Denner ha ampliato il settore dei prodotti freschi e di recente ha inserito nell'assortimento alcuni articoli IP-SUISSE, prodotti secondo criteri sostenibili. In questo modo non solo risponde a una chiara esigenza dei clienti ma fa sì che sulle tavole dei consumatori approdi ancora più natura. Una bella sensazione per tutti.



Più leale Partnership con IP-SUISSE

Dal 2016 l'assortimento di Denner comprende alimenti svizzeri a marchio IP-SUISSE. Le direttive IP-SUISSE sono garanzia di prodotti realizzati nel rispetto dell'ambiente e degli animali presso aziende svizzere a conduzione familiare sottoposte ad accurati controlli.

Biodiversità

La molteplicità delle specie, dei patrimoni genetici e degli habitat è della massima importanza per il funzionamento di un ecosistema. Per questo le aziende IP-SUISSE osservano severe direttive per quanto riguarda l'avvicendamento delle colture e rinunciano all'impiego di fungicidi, insetticidi e regolatori della crescita. Il rinverdimento dei campi in inverno tutela la falda acquifera e il suolo, e i terreni a maggese curati naturalmente rappresentano un ambiente sicuro e accogliente per molti animali e piante. Rispettando i criteri della sostenibilità, gli agricoltori IP-SUISSE proteggono gli habitat di oltre 1000 specie animali minacciate di estinzione in Svizzera e promuovono attivamente la varietà delle specie di fauna e flora.

Benessere degli animali

La partnership strategica tra Denner e IP-SUISSE intende rispondere alla crescente domanda da parte dei clienti di alimenti nostrani prodotti nel rispetto degli animali e dell'ambiente e sottoposti a processi di trasformazione genuini e naturali. Le 10 000 aziende agricole IP-SUISSE a conduzione familiare sono vincolate al rispetto di precise direttive ecologiche e garantiscono pratiche di allevamento e detenzione rispettose delle specie, con uscite frequenti all'aperto e mangimi sani. La progressiva introduzione dei primi

trenta prodotti IP-SUISSE presso i punti vendita è iniziata alla fine dell'estate 2016, con carne e salumi, a cui si sono successivamente aggiunti prodotti di latteria, prodotti da forno, frutta e verdura. Da allora l'assortimento viene costantemente ampliato.

Prezzi equi

Come sempre da Denner, alta qualità e prezzi equi vanno di pari passo. L'equazione è semplice: i consumatori ottengono tanta natura a poco prezzo. Con la sua capillare rete di circa 800 filiali sparse per tutte le regioni linguistiche della Svizzera, Denner porta questi alimenti sani dalle fattorie direttamente alle tavole dei consumatori. Secondo il presidente di IP-SUISSE Andreas Stalder, Denner è un partner ideale perché «ci appoggia con grande impegno nella nostra missione di garantire la sopravvivenza delle nostre aziende agricole a conduzione familiare anche per le generazioni future».

Condizioni eque per tutti

A beneficiare della partnership strategica con Denner non sono solo i clienti, ma anche gli agricoltori e le aziende di trasformazione, che ottengono prezzi equi per i loro prodotti naturali di alta qualità e il loro straordinario impegno in favore della biodiversità. Il sodalizio con IP-SUISSE è quindi un'importante pietra miliare nella strategia della sostenibilità di Denner. Il discount leader in Svizzera si fa carico delle proprie responsabilità verso la società e l'ambiente, e nel quadro di una strategia di lungo termine lavora per sensibilizzare tutti i gruppi d'interesse all'interno dell'azienda, ponendo le basi per una più ampia consapevolezza in materia di sostenibilità.

Più vicino alla natura Assortimento IP-SUISSE

Con il lancio di questo progetto, l'assortimento di tutte le 800 filiali Denner è stato integrato con 30 articoli prodotti in Svizzera secondo le direttive IP-SUISSE. Si tratta di carne, prodotti di latteria, frutta, verdura e prodotti da forno, disponibili in ogni punto vendita durante tutto l'anno. Alimenti svizzeri di eccellente qualità e a prezzi equi, come sempre da Denner.



CARNE E SALUMI



PRODOTTI DI LATTERIA



FRUTTA, VERDURA E PANE

Denner avvicina la coccinella ai clienti



Il presidente di IP-SUISSE Andreas Stalder ha scommesso molto sul progetto con Denner. Nell'intervista, racconta perché considera positiva la collaborazione con il discount ed elenca i motivi per cui i consumatori dovrebbero sostenere il marchio della coccinella.

Perché la scelta di Denner come canale di distribuzione?

Questa decisione è il risultato di trattative durate due anni, periodo durante il quale tra Denner e IP-SUISSE si è instaurato un rapporto di fiducia. Siamo davvero felici di questa partnership con il discount leader della Svizzera, che ci consente di offrire ai nostri agricoltori un ulteriore canale di vendita per i loro prodotti.

Perché la collaborazione con Denner è così preziosa?

Questa nuova partnership permette di incrementare ulteriormente le quote di mercato dei prodotti IP-SUISSE. È importante, perché ormai da tempo i prodotti dei 10 000 agricoltori IP-SUISSE necessitano di uno sbocco maggiore sul mercato. Pensiamo al settore della carne: ci sono centinaia di allevatori in lista d'attesa, che vorrebbero produrre per IP-SUISSE. Ecco perché è importante lavorare con un commerciante al dettaglio come Denner, che dispone di ben 800 filiali in cui vendere i prodotti IP-SUISSE.

Come hanno accolto gli agricoltori la nuova partnership con Denner?

All'inizio, quando ci si trova di fronte a qualcosa di nuovo, spesso si è un po' scettici. Ma le regole per

una buona relazione sono sempre le stesse, nella vita privata come negli affari. Ci vuole tempo per conoscersi meglio e costruire un rapporto fondato sulla reciproca fiducia. Oggi tutti sostengono questa scelta. Per noi, Denner è un colpo di fortuna.

Anche lei gestisce una fattoria. Dove trova il tempo per tutte le incombenze a cui deve far fronte per IP-SUISSE?

Faccio l'agricoltore con passione e per passione. Badare ogni giorno agli animali nella natura per me non è un lavoro, è come se ci fossi predestinato. Quando si vive in armonia con la natura si comprende quanto sia importante rispettarla e tutelarla. Per questo vedo il mio impegno come presidente alla stregua di una missione a beneficio dell'ambiente, e non ne rifuggo le fatiche.

«Per noi, Denner è un colpo di fortuna.»

Andreas Stalder, presidente di IP-SUISSE

Più amorevole Benessere degli animali

Denner tiene molto al benessere degli animali, perciò ha aumentato la quota di carne svizzera dal 70 all'84 per cento. Come noto, le disposizioni elvetiche sulla protezione degli animali sono tra le più rigide al mondo. La carne di coniglio importata proviene esclusivamente da aziende che rispettano standard equivalenti a quelli svizzeri. Da anni Denner rinuncia del tutto a vendere uova fresche di galline allevate in gabbia e prodotti composti come paste all'uovo che hanno implicato questo tipo di allevamento. Inserendo il marchio IP-SUISSE nel proprio assortimento, Denner promuove inoltre la produzione di alimenti svizzeri nel rispetto degli animali.

Più attento alla qualità Sicurezza dei prodotti

Per garantire la sicurezza alimentare, Denner collabora con fornitori certificati GFSI. In casi eccezionali, incarica un prestatore esterno affinché venga garantito il rispetto delle disposizioni. La GFSI (Global Food Safety Initiative) è stata istituita per definire i requisiti da porre ai sistemi di gestione riguardanti la sicurezza alimentare. A godere del riconoscimento della GFSI sono solo pochi sistemi globali, tra cui ricordiamo i più comuni: BRC, IFS e FSSC 22 000.

Più riguardoso Ambiente e risorse

Per Denner è fondamentale la buona pratica agricola. Frutta e verdura nonché fiori e piante provenienti dalla Svizzera sono certificati al 100 per cento Swiss-GAP. Il 93 per cento della frutta e della verdura importate proviene da produttori certificati GlobalG.A.P., e questa quota deve crescere ogni anno. Il 100 per cento dei fiori e delle piante importati è certificato GlobalG.A.P.

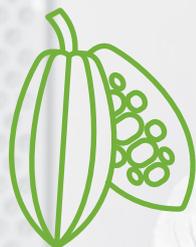
Nei prodotti di marca propria Denner contenenti olio di palma per più del due per cento (parte in massa), quest'ultimo proviene unicamente da coltivazioni sostenibili (RSPO). Nel settore Food, già oggi utilizziamo per l'80 per cento olio di palma in linea con il secondo più alto tra gli standard esistenti ed entro il 2022 dobbiamo arrivare al 100. Nel settore Near Food (cosmetici e detersivi), si punta a raggiungere entro il 2020 almeno il livello «MassBalanced».

Nell'ambito delle marche proprie, la quota di prodotti di carta (carta igienica, fazzoletti, pannolini, ecc.) con marchio FSC o realizzati con materiali riciclati è attestata al 76 per cento e supera quindi nettamente la media del settore. Naturalmente, anche in questo caso l'obiettivo è sempre migliorare. Tutti i prodotti di carta ad uso aziendale (carta da lettere, buste, pubblicità e stampati) sono realizzati al 100 per cento con materiale riciclato.

La quota di pesce e frutti di mare d'allevamento certificati ASC è aumentata ulteriormente, mentre quella di pesce e frutti di mare selvatici con certificazione MSC ha subito una leggera diminuzione per via del calo dell'offerta. Dal 2018 il 100 per cento del pesce e dei frutti di mare venduti da Denner proverrà da fonti sostenibili. Già oggi l'azienda rinuncia a vendere specie ittiche a rischio di estinzione.



Il 76 per cento dei prodotti di carta vanta il marchio FSC o è realizzato con materiali riciclati.



100

percento del cioccolato è UTZ

Igor Visintin,
responsabile Product Management Food
**I certificati forniscono ai clienti
importanti informazioni sulla fabbricazione
dei prodotti. Igor Visintin
si impegna nel proprio settore di competenza
Food per ampliare ulteriormente la
certificazione dei prodotti di marca propria
Denner.**



Più conveniente **Prodotti di marca propria Denner**

I prodotti a marchio Denner rappresentano un'alternativa economica ai prodotti di marca e offrono un rapporto prezzo/prestazioni ottimale. Lo confermano anche i buoni risultati ottenuti regolarmente da questi prodotti nei test condotti dalle associazioni svizzere per la protezione dei consumatori.

L'offerta dei prodotti di marca propria Denner comprende un'ampia gamma di articoli del fabbisogno quotidiano, come prodotti per l'igiene, alimenti e bevande, che soddisfano elevati standard di qualità nonostante i prezzi allettanti. Inoltre, gran parte degli articoli è certificata e prodotta secondo criteri di sostenibilità. Ad esempio, tra gli articoli di marca propria Denner, tutte le tavolette di cioccolato e circa l'85 per cento del caffè sono certificati UTZ.

L'assortimento di Denner risponde alle attuali abitudini d'acquisto tenendo conto allo stesso tempo delle esigenze dell'uomo, degli animali e della natura.

Più equo **UTZ**

«Utz» significa nella lingua maya «buono» e buoni, anche dal punto di vista dei coltivatori, sono i prodotti delle aziende agricole certificate UTZ, fondate su modelli di lavoro sostenibili dal punto di vista sociale e metodi di coltivazione rispettosi dell'ambiente. Tra i prodotti di marca propria Denner, molti articoli, ad esempio tra le capsule di caffè, sono già certificati UTZ; nel caso delle tavolette di cioccolato la quota di articoli certificati arriva addirittura al 100 per cento. Acquistando i prodotti con questa certificazione, i clienti Denner aiutano gli agricoltori a migliorare durevolmente le proprie condizioni

di vita. Ma i vantaggi non finiscono qui, perché il label UTZ è garanzia di coltivazione sostenibile, anche dal punto di vista sociale, nonché di produzione nel rispetto dell'ambiente e delle risorse. I salariati delle aziende certificate UTZ approfittano di condizioni di lavoro regolamentate e di tutele sociali, mentre i coltivatori beneficiano del commercio equo di materie prime agricole naturali.

Più umano **Sostenibilità sociale**

La Business Social Compliance Initiative (BSCI), una piattaforma di impostazione economica finalizzata al miglioramento degli standard sociali, offre alle imprese un meccanismo sistematico di sorveglianza e di qualifica. L'obiettivo è quello di collaborare, nei paesi a rischio, unicamente con fornitori sottoposti ad audit secondo gli standard BSCI o standard equivalenti. Per i prodotti agricoli provenienti da tali paesi, Denner esige la rigorosa osservanza degli standard GlobalG.A.P. GRASP (GlobalG.A.P. Risk Assessment on Social Practice), una certificazione complementare a GlobalG.A.P. incentrata su pratiche sociali quali la sicurezza sul lavoro, la tutela della salute e le problematiche sociali nelle aziende agricole. Una buona pratica agricola non tiene in considerazione solo i prodotti, ma anche le persone coinvolte nel processo di produzione. In particolare nel caso dei paesi a rischio, ci si assicura che da queste regioni non vengano importati prodotti sprovvisti di certificazione GRASP (o equivalente in base alle direttive di approvvigionamento). BSCI e GlobalG.A.P. GRASP verificano e garantiscono l'osservanza degli standard fino al luogo di origine, consentendo così una maggiore trasparenza lungo l'intera catena del valore. Inoltre, si impegnano in favore degli standard di sicurezza internazionali.

Più naturale Panoramica di marchi e standard

Le marchi e gli standard hanno una funzione di orientamento e permettono al consumatore di effettuare consapevolmente i propri acquisti, dando un segnale in favore di un commercio equo.

Marchio / standard	Descrizione
	<p>BSCI, Business Social Compliance Initiative</p> <p>BSCI è una piattaforma di impostazione economica finalizzata al miglioramento degli standard sociali in una catena del valore di portata globale. Essa offre alle imprese un meccanismo sistematico di sorveglianza e qualifica la cui finalità è creare i presupposti per migliorare le condizioni di lavoro.</p>
	<p>GFSI, Global Food Safety Initiative</p> <p>La GFSI si propone di migliorare la sicurezza alimentare nelle catene del valore nonché di armonizzare e rendere confrontabili i sistemi e gli standard esistenti riducendo così i controlli. L'obiettivo è far sì che il consumo, l'utilizzo e lo smaltimento dei prodotti avvengano in condizioni di sicurezza.</p>
<p>GLOBALG.A.P.</p>	<p>GlobalG.A.P., Good Agriculture Practice</p> <p>G.A.P. è l'acronimo della locuzione inglese che sta per «buona pratica agricola». GlobalG.A.P., il più importante tra gli standard esistenti nel settore alimentare, definisce requisiti di base per i fornitori di prodotti agricoli; tra i parametri valutati vi sono anche criteri rilevanti dal punto di vista ambientale.</p> <hr/> <p>GRASP, GlobalG.A.P. Risk Assessment on Social Practice</p> <p>GRASP è una certificazione complementare a GlobalG.A.P. finalizzata alla valutazione delle pratiche sociali nelle aziende agricole. Al centro dell'attenzione vi sono aspetti specifici riguardanti la sicurezza sul lavoro, la tutela della salute e le problematiche sociali dei lavoratori.</p>
<p>SwissGAP</p>	<p>SwissGAP, Good Agriculture Practice</p> <p>GAP è l'acronimo della locuzione inglese che sta per «buona pratica agricola». Per i produttori svizzeri si applica lo standard SwissGAP, un sistema riconosciuto da GlobalG.A.P. che tiene conto delle specificità del nostro paese.</p>
	<p>MSC, Marine Stewardship Council</p> <p>L'organizzazione indipendente MSC è stata istituita nel 1997 per trovare una soluzione al problema mondiale della pesca eccessiva. Al centro del suo impegno vi è la promozione di un approccio responsabile alla pesca, al fine di garantire la sopravvivenza del patrimonio ittico e dell'habitat marino. A sua volta, ciò garantirebbe la sussistenza di innumerevoli pescatori e delle loro famiglie in tutto il mondo.</p>
	<p>ASC, Aquaculture Stewardship Council</p> <p>L'ASC è stato istituito nel 2011 per iniziativa del WWF. Il marchio premia l'allevamento responsabile di pesce e frutti di mare.</p>
	<p>RSPO, Round Table on Sustainable Palm Oil</p> <p>La Round Table on Sustainable Palm Oil (RSPO), istituita nel 2003, si impegna affinché l'olio di palma sia prodotto secondo criteri di sostenibilità.</p>

Marchio / standard	Descrizione
	<p>FSC, Forest Stewardship Council</p> <p>Il Forest Stewardship Council si batte per una silvicoltura sostenibile dal punto di vista sociale, ambientale ed economico. L'associazione riunisce organizzazioni ambientaliste, rappresentanti di gruppi etnici locali e operatori economici. I principi per l'utilizzo sostenibile delle foreste elaborati dall'FSC sono validi in tutto il mondo.</p>
	<p>UTZ, Better Farming</p> <p>UTZ Certified è un programma di sostenibilità per caffè, cacao e tè a cui aderiscono molte marche note. Nell'ambito del programma si dà sostegno agli agricoltori affinché possano incrementare la propria produttività, l'efficienza e la qualità dei prodotti, spronandoli nel contempo al rispetto dell'uomo e dell'ambiente. In questo modo migliorano durevolmente le proprie condizioni di vita.</p>
	<p>IP-SUISSE</p> <p>Il logo della coccinella campeggia in bella mostra su fattorie e fienili di tutto il paese. Da quando l'associazione è stata fondata, nel 1989, gli agricoltori IP-SUISSE si impegnano a gestire le proprie aziende a conduzione familiare secondo disposizioni ben precise, che interessano tutti gli aspetti dell'attività agricola.</p>
	<p>Bio Suisse, prodotti bio svizzeri</p> <p>La Gemma garantisce il rispetto di direttive e standard ben precisi nella produzione agricola, assicurandone così la sostenibilità. In questo modo si ripristina l'equilibrio tra gli interessi di uomini, animali e natura.</p>
	<p>SUISSE GARANTIE, origine svizzera controllata</p> <p>La certificazione prevede controlli periodici effettuati da istanze indipendenti. In questo modo si garantisce che gli ingredienti contenuti nei prodotti a marchio SUISSE GARANTIE provengano esclusivamente da aziende agricole svizzere e siano stati trasformati nel nostro paese. SUISSE GARANTIE è garanzia di origine svizzera, rispetto dell'ambiente e degli animali e assenza di organismi geneticamente modificati.</p>
	<p>Prodotti bio (UE)</p> <p>I marchi bio garantiscono il rispetto di determinati standard nella produzione agricola o per quanto concerne l'alimentazione, la detenzione e la macellazione degli animali. Esiste una grande varietà di marchi bio, con livelli di coerenza interna e di affidabilità differenti.</p>
	<p>Rainforest Alliance</p> <p>Rainforest Alliance è un'associazione ambientalista internazionale fondata nel 1987. Quale organizzazione non governativa internazionale, fa parte del Sustainable Agriculture Network. In linea di principio, la certificazione riguarda solo prodotti coltivati nelle regioni tropicali, tra cui caffè, cacao, banane, agrumi, tè, fiori e piante verdi.</p>
	<p>Der Blaue Engel</p> <p>«Der Blaue Engel» è una certificazione governativa tedesca e uno dei marchi ambientali più rigorosi per la carta riciclata senza additivi chimici. Questo label contraddistingue prodotti e servizi particolarmente rispettosi dell'ambiente.</p>
	<p>Fairtrade Max Havelaar</p> <p>L'obiettivo del marchio è migliorare le condizioni di vita e di lavoro di piccoli coltivatori e braccianti nelle regioni economicamente svantaggiate del Sud del mondo. Si tratta di sensibilizzare produttori e consumatori ai benefici di un commercio più equo e di offrire sostegno ai piccoli coltivatori affinché possano lottare contro la povertà, rafforzare la propria posizione e migliorare durevolmente la propria esistenza agendo in prima persona.</p>



4570

sono i collaboratori di Denner

Sylvie Hofstetter,
responsabile marketing del personale
Sotto la direzione di Sylvie Hofstetter,
un team di progetto ha elaborato nuovi
modelli di orario di lavoro flessibile
che vanno incontro alle esigenze dei
collaboratori in un'ottica di maggiore
modernità. Tra le novità, la possibilità
di usufruire di ulteriori settimane di
ferie o di un periodo di congedo pro-
lungato, modelli di lavoro a tempo
parziale anche per i quadri e l'opzione
del telelavoro in giorni prestabiliti.

Punto cardine Essere umano



I rapporti con i vari gruppi d'interesse dell'azienda si fondano sulla fiducia e sul rispetto reciproci. Denner punta sul dialogo e su una collaborazione basata sul rispetto, qualunque sia il ruolo che si trova a rivestire: datore di lavoro che applica condizioni eque ai collaboratori, interlocutore affidabile per i partner commerciali o fornitore locale conveniente per i clienti.

Il discount leader della Svizzera offre condizioni di lavoro al passo con i tempi e interessanti opportunità di carriera a tutti i livelli gerarchici. Denner incarna una cultura aziendale e della conduzione che si fonda sui principi del dialogo, dell'integrazione e della cooperazione.

Più generoso Datore di lavoro e collaboratori

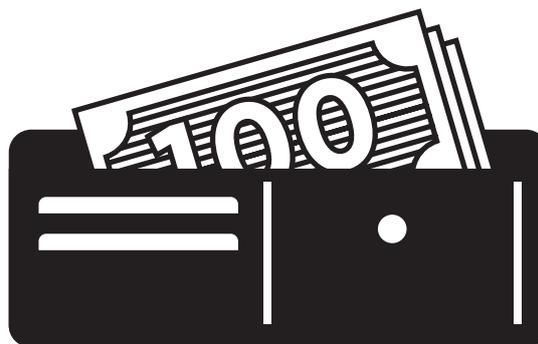
Denner deve buona parte del suo successo ai propri collaboratori: con la loro competenza e disponibilità garantiscono ogni giorno la soddisfazione di centinaia di migliaia di clienti in tutta la Svizzera – e pongono così le basi per un futuro solido e rigoglioso del nostro marchio. I collaboratori sono il biglietto da visita dell'azienda e trasmettono i suoi valori, sia all'interno che verso l'esterno. A tal fine vengono incoraggiati e assistiti individualmente, nel rispetto della parità di genere. Da Denner, ad esempio, anche la quota femminile nelle funzioni direttive è superiore alla media: circa il 60 per cento dei responsabili di filiale, infatti, è donna.

Più allettante Condizioni di lavoro

Denner premia l'impegno dei propri collaboratori della vendita, della logistica e dell'amministrazione con salari equi in linea con il mercato e condizioni d'impiego al passo con i tempi, tra cui anche modelli di orario di lavoro flessibile per conciliare in modo ottimale famiglia, tempo libero e professione e raggiungere il work-life-balance. Ora i collaboratori Denner possono usufruire di ulteriori giorni di ferie non retribuiti e beneficiare a tutti i livelli di diversi modelli di lavoro a tempo parziale.

Nel 2016 la somma salariale è cresciuta dello 0,6 per cento e anche la cassa pensioni è stata potenziata, con un conseguente miglioramento duraturo della previdenza per la vecchiaia dei collaboratori. Il salario minimo di CHF 4025 corrisposto ai dipendenti non qualificati è tra i più alti del settore. I collaboratori attivi nella vendita e nelle centrali di distribuzione hanno sei settimane di ferie, mentre tutto il personale percepisce la tredicesima.

Andamento salario minimo dipendenti non qualificati



Il salario minimo di CHF 4025 corrisposto ai dipendenti non qualificati è tra i più alti del settore.

La famiglia Denner, inoltre, è una chiara immagine del nostro tempo: i suoi collaboratori di oltre 70 paesi la rendono un vero «melting pot», esempio positivo e stimolante di convivenza. Tutti i 4570 collaboratori, dagli apprendisti al CEO, contribuiscono a fare di Denner il discount leader della Svizzera.

Più integrato **«Faro» per la cultura dirigenziale**

Dialogo, integrazione e cooperazione sono i pilastri della cultura aziendale di Denner, a cui si aggiungono i concetti cardine capacità di sviluppo, competenza dirigenziale e orientamento al successo. Per far sì che questi valori vengano interiorizzati e applicati nel quotidiano, in tutti i settori e livelli dirigenziali, è stato avviato un progetto di nome «Faro» con l'intento di rendere più tangibile la nuova cultura della conduzione voluta da Denner. Durante giornate di perfezionamento periodiche dedicate al progetto, i collaboratori, guidati dai responsabili del personale, si confrontano intensamente con i valori di cultura e conduzione orientati alla pratica in azienda. La cultura dirigenziale e i rapporti interpersonali si basano sul reciproco scambio, l'onestà, la fiducia e il rispetto, perché collaboratori motivati e soddisfatti sono alla base di ogni azienda di successo. Con il loro impegno personale e la loro passione per il commercio al dettaglio, i collaboratori assicurano a Denner un presente rigoglioso e un futuro solido. L'istruttivo e stimolante scambio di opinioni in occasione degli incontri di perfezionamento contribuisce allo sviluppo e al radicamento della cultura aziendale di Denner e del suo approccio alla conduzione.

Più pronto ad aiutare **Impegno**

Come azienda del Gruppo Migros, Denner partecipa al fondo di sostegno Engagement, che dal 2012 integra il Per cento culturale Migros e rende possibili progetti pionieri di trasformazione sociale che percorrono strade innovative e presentano soluzioni orientate al futuro. Nel 2016 il fondo di sostegno ha supportato progetti per un totale annuo di circa CHF 10 mio., di cui almeno CHF 4 mio. versati da Denner. Quale partner di vecchia data, Denner sostiene inoltre i mercati Caritas in Svizzera con sovvenzioni di prodotti per un ammontare annuo fino a CHF 250.000. Questo permette a persone

appartenenti a fasce deboli di acquistare i prodotti dell'assortimento Denner a prezzi adeguati alla loro situazione reddituale. Denner fa parte della Comunità d'interessi Commercio al dettaglio Svizzera (CI CDS) e, nell'ambito di questo impegno, sostiene il progetto «Food-Bridge» con le organizzazioni «Table Suisse» e «Tavolino magico». «Food-Bridge» aiuta a far sì che alimenti ancora commestibili non finiscano nella spazzatura, bensì sulle tavole delle persone bisognose.

Più versatile **Formazione e perfezionamento**

Denner promuove in maniera mirata lo sviluppo professionale e personale dei collaboratori, in base a interessi e punti di forza. La nuova gamma dei percorsi di formazione e perfezionamento, che va dall'apprendistato fino al rafforzamento di competenze specifiche per i quadri, supporta i collaboratori nella loro quotidianità lavorativa e ne favorisce la crescita. Nell'ambito del programma di perfezionamento interno si riserva la medesima attenzione tanto agli aspetti teorici quanto a quelli pratici, consentendo un costante adeguamento alle esigenze correnti. Così facendo, Denner investe nella concorrenzialità e dimostra nei fatti di credere fermamente al principio per cui alla base del successo aziendale c'è l'ottima formazione dei collaboratori.

Il Talentpool interno all'azienda incentiva i collaboratori della vendita con un potenziale superiore alla media all'interno del relativo settore e mostra loro le possibilità di carriera interne e trasversali.

Più potenziale di sviluppo **Apprendisti**

Un altro elemento essenziale è la formazione professionale. Nel 2016, Denner impiegava 97 apprendisti nei settori vendita, logistica, amministrazione e informatica. Dal 2006, ha mantenuto alle proprie dipendenze ogni anno circa il 70 per cento dei giovani che hanno portato a termine l'apprendistato, a riprova della fiducia reciproca e dell'elevata qualità della formazione. Denner fornisce infatti ai giovani una preparazione ottimale in linea con le esigenze dell'odierno mercato del lavoro e li aiuta ad acquisire le necessarie competenze. Un contributo in tal senso viene anche dalla filiale degli apprendisti.



97

**apprendisti svolgono
la propria formazione da
Denner**

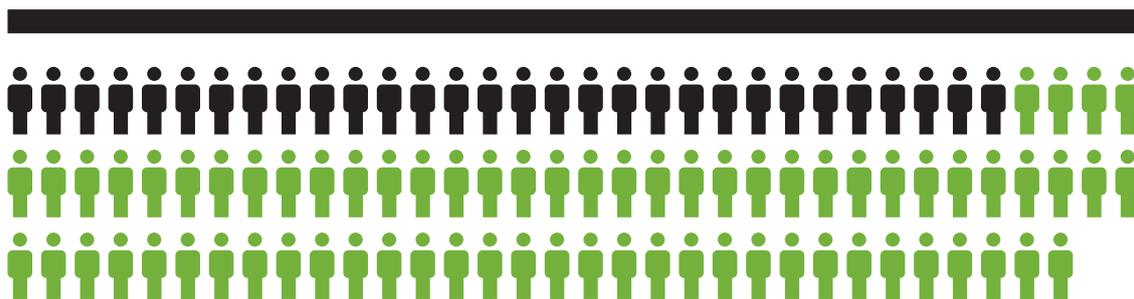
Fatima Dominguez,
responsabile formazione professionale
Nel 2016 il progetto «Filiale degli apprendisti», condotto due volte all'anno, è già giunto alla sua 16ª edizione. Dal lancio nel 2010, la direzione di questo progetto, molto amato dagli apprendisti, è affidata a Fatima Dominguez, che ha fornito un importante contributo alla sua realizzazione.

Più autonomia **Filiale degli apprendisti**

Da otto anni, Denner organizza due volte all'anno in diversi punti vendita sparsi in tutta la Svizzera la «filiale degli apprendisti», un progetto molto apprezzato da quanti svolgono la propria formazione presso Denner. L'iniziativa è parte integrante del percorso formativo di tutti gli apprendisti del settore vendita.

Nella filiale degli apprendisti i compiti sono definiti con chiarezza: i giovani al 3° anno di tirocinio rivestono a turno per due settimane il ruolo di responsabile di filiale, mentre quelli del 2° anno svolgono,

alternandosi secondo il medesimo schema, le funzioni del vice responsabile. Gli altri apprendisti completano di volta in volta il team in veste di collaboratori di vendita. La preparazione a questo impegno è molto intensa. Un coach esperto affianca gli apprendisti, se necessario, in veste di consulente ma senza funzioni di controllo. Questo progetto consente ai giovani di acquisire un prezioso bagaglio di esperienze che si rivelerà molto utile anche al di là dell'apprendistato.



Circa il 70 per cento dei giovani che portano a termine l'apprendistato rimane alle dipendenze di Denner.

Una partnership che guarda al futuro

Consapevole della propria responsabilità verso l'ambiente, Denner ha ancorato l'utilizzo oculato delle risorse naturali nei propri principi aziendali. Per questo nel 2017 ha stretto una collaborazione di lunga durata con il WWF, al fine di dare un contributo forte allo sviluppo sostenibile in materia di ambiente e consumi.

Il WWF vuole porre un freno alla distruzione dell'ambiente in tutto il mondo e costruire un futuro in cui uomo e natura possano vivere in armonia. A tale scopo, l'organizzazione opera per conservare la biodiversità nel mondo e ridurre l'utilizzo delle risorse naturali a un livello sostenibile.

Denner sostiene questa aspirazione e, nell'ambito di un accordo di partnership, si impegna a raggiungere nei tempi previsti gli obiettivi stabiliti congiuntamente. In relazione ai punti cardine «Ambiente», «Assortimento» ed «Essere umano» sono stati definiti gli obiettivi riportati nella pagina accanto.



«Per non gravare sul pianeta e sulle sue risorse, l'approvvigionamento dei prodotti di uso quotidiano deve svolgersi entro i limiti della sostenibilità ecologica. Il WWF è lieto di aver trovato in Denner un altro partner attivo nel commercio al dettaglio di generi alimentari che si fa carico delle proprie responsabilità e ha fissato d'intesa con noi obiettivi ambientali ambiziosi.»

Thomas Vellacott, CEO WWF Svizzera

Responsabilità

Obiettivi ambientali concordati con il WWF

Argomento	Obiettivo	Da raggiungere ...
Pesce e frutti di mare	Dal 2018 l'assortimento Denner comprende solo pesce e frutti di mare provenienti da fonti sostenibili. Già oggi l'azienda rinuncia a vendere specie ittiche a rischio di estinzione.	A partire dal 2018
	Almeno il 70 per cento del pesce selvatico è certificato MSC e almeno il 47 per cento del pesce d'allevamento è certificato ASC, per un totale del 62 per cento dell'intero assortimento di pesce.	Entro il 2020
Olio di palma	Nell'intero settore Food viene utilizzato solo olio di palma certificato RSPO del livello «Segregated».	Entro il 2022
	Nel settore Near Food (cosmetici e detersivi) si ricorre entro il 2020 unicamente a olio di palma certificato RSPO conforme almeno al livello qualitativo «MassBalanced».	Entro il 2020
	Già oggi Denner, per tutte le marche proprie, garantisce l'utilizzo esclusivo di olio di palma certificato RSPO.	
Prodotti di carta	Già oggi tutti i prodotti di carta (carta igienica, tovaglioli, ecc.) di marca propria Denner soddisfano i criteri FSC o sono realizzati con materiali riciclati.	
	Per gli articoli di marca compresi nel proprio assortimento, Denner esige dai produttori il rispetto dei medesimi standard; la quota di questi prodotti conforme ai criteri FSC o proveniente dal riciclaggio raggiunge almeno il 65 per cento.	Costantemente
	Tutti i prodotti di carta ad uso aziendale (carta da lettere, stampati, ecc.) sono realizzati al 100 per cento con materiale riciclato.	
Surrogati del latte e della carne	Denner amplia ulteriormente l'offerta di surrogati per dare maggiore possibilità di scelta ai clienti che decidono di rinunciare ai latticini e ai prodotti a base di carne. Dal 2018 nell'assortimento standard sono presenti quattro prodotti di elevata qualità.	A partire dal 2018
Riduzione del CO₂	Entro il 2020 Denner rinuncia ai prodotti importati per via aerea. Fino ad allora, si prevede di ridurre del 25 per cento l'anno la quota di merci per cui non è possibile fare a meno del trasporto aereo.	Entro il 2020
	Elaborazione di un piano per ridurre drasticamente le emissioni di CO ₂ . Gli obiettivi definiti vanno attuati nel 2018.	2017/2018

Grazie alle vaste conoscenze tecniche, alle competenze e alla pluriennale esperienza dei suoi collaboratori nell'attuazione di misure per la tutela delle risorse naturali, il WWF fornisce a Denner il sostegno necessario per raggiungere gli obiettivi prefissati nei tempi previsti. Inoltre, l'organizzazione ambientalista assume una funzione di controllo importante in relazione al raggiungimento degli obiettivi definiti.

Bilancio di sostenibilità

Ambiente

	2014	2015	2016
Consumi energia elettrica (in MWh)	69 688	71 619	72 413
Calore (in MWh)	13 678	15 491	14 126
Emissioni di CO₂ da combustibili Logistica (in t)	710	811	859
Riduzione CO₂ da combustibili Logistica (in percentuale, base 2010)	43,9	35,8	32,1
Riduzione CO₂ da impianti di refrigerazione (in t)	-	-	40
Efficienza energetica Logistica (in percentuale, base 2013)	101,4	104,9	109,8
Efficienza energetica Amministrazione (in percentuale, base 2013)	100,0	102,9	105,6
Consumo di energia filiali (in KWh/m ²)	326	327	320
Corrente ecologica (in percentuale)	-	-	100,0
Numero filiali raggiungibili con basso impatto ambientale	797	797	809
Trasporti di merci (in km)	8 182 368	8 330 680	8 263 258
Quota trasporti su rotaia (in km)	-	188 496	775 000
Sfruttamento capacità autocarri (in percentuale)	98,0	98,0	98,0
Trasporti di merci con veicoli conformi alla norma Euro 6 (in percentuale)	25,0	40,0	50,0
Merchi in assortimento trasportate per via aerea (numero articoli)	-	-	4
Totale rifiuti prodotti (in t)	-	-	20 023
Quota valorizzazione materiale (in t)	-	-	15 800
Quota di riciclaggio (in percentuale)	-	-	78,9
Riciclo materiale d'imballaggio (in t)	14 626	14 705	14 881
Rifiuti organici (in t)	-	-	734
Quota spreco alimentare (in percentuale)	0,45	0,63	0,59

Assortimento

	2014	2015	2016
Quota prodotti con marchio nell'assortimento di pesce e frutti di mare	31,0%	56,0%	48,0%
Quota pesce e frutti di mare provenienti da fonti sostenibili	-	-	99,5%
Quota FSC / riciclaggio marche proprie	49,0%	-	76,0%
Quota FSC / riciclaggio articoli di marca	-	-	65,0%

	2014	2015	2016
Olio di palma sostenibile (RSPO) marche proprie	100,0%	100,0%	100,0%
Olio di palma sostenibile (RSPO Segregated) marche proprie Food	-	-	80,0%
Olio di palma sostenibile (RSPO MassBalanced) marche proprie Near Food	-	-	91,0%
Caffè UTZ marche proprie	-	-	85,0%
Tè UTZ marche proprie	-	-	63,0%
Tavolette di cioccolato UTZ marche proprie	-	-	100,0%
Trasparenza nella catena di fornitura (quota BSCI)	-	89,0%	91,0%
Quota fornitori certificati GlobalG.A.P. GRASP	-	34,0%	51,0%
Frutta e verdura GlobalG.A.P.	80,0%	83,0%	93,0%
Fiori e piante GlobalG.A.P.	-	100,0%	100,0%
Prodotti agricoli SwissGAP	-	100,0%	100,0%
Fornitori certificati GFSI	-	95,0%	97,0%
Niente uova da galline allevate in gabbia	100,0%	100,0%	100,0%
Quota carne svizzera	-	70,0%	84,0%
Carne di coniglio conforme a standard svizzeri di protezione degli animali	100,0%	100,0%	100,0%
Numero prodotti a marchio IP-SUISSE	-	-	30
Numero prodotti con altri marchi	-	-	100

Essere umano

	2014	2015	2016
Numero collaboratori	4006	4246	4570
Numero unità di personale	3026	3242	3458
Salario minimo per dipendenti non qualificati (in CHF)	3975	4025	4025
Numero collaboratori a tempo pieno 100 percento	1786	1880	1999
Numero collaboratori a tempo parziale 80-99 percento	641	675	759
Numero collaboratori a tempo parziale < 80 percento	728	752	821
Numero collaboratori con retribuzione a ore	851	939	992
Fluttuazione (in percentuale)	18,6	18,9	18,4
Numero quadri	710	715	754
Quota femminile tra i quadri (in percentuale)	46,6	48,5	47,9
Numero candidature ricevute	36 479	44 820	49 384
Numero partecipanti a iniziative di perfezionamento	2602	3176	4331
Totale giornate di perfezionamento	341	392	499
Totale giorni di formazione per il perfezionamento (partecipanti x n. giorni)	3333	3920	5077
Numero apprendisti	86	91	97
Contributo a fondo di sostegno Engagement (in CHF)	2 700 000	4 400 000	5 700 000
Contributo a Caritas mediante sovvenzioni di prodotti (in CHF)	250 000	250 000	250 000

Denner è la proprietaria del presente rapporto, tutti i contenuti appartengono a Denner o a un partner contrattuale. La visualizzazione, il download o la copia di pagine non implica l'acquisizione di diritti. L'utilizzo dei contenuti per scopi commerciali è permesso solo ed unicamente con l'approvazione scritta preventiva di Denner. Denner esclude tutte le responsabilità (incluse negligenze) derivanti dal rapporto. Denner presta la massima attenzione a riportare informazioni corrette nel rapporto. Ciononostante Denner non fornisce nessuna esplicita o implicita garanzia (anche nei confronti di terzi) per la precisione, affidabilità o completezza delle informazioni contenute. Denner declina qualsiasi responsabilità per informazioni insufficienti o mancanti. Il rapporto contiene collegamenti a siti di proprietà di terzi. Tali pagine non sono gestite né sorvegliate da Denner. Denner declina qualsiasi responsabilità in merito ai relativi contenuti e all'osservanza delle disposizioni relative alla protezione dei dati da parte del gestore delle pagine collegate. Denner esclude qualsiasi responsabilità per la sicurezza dei dati in transito via Internet. Il presente rapporto è disponibile in lingua tedesca, francese e italiana su www.denner.ch. Fa stato la versione tedesca.

Editore:

Denner SA, Grubenstrasse 10, 8045 Zurigo

Redazione:

Christopher J. Rohrer (responsabile Sostenibilità),
Grazia Grassi (responsabile Comunicazione aziendale),
Thomas Kaderli (addetto stampa)

Direzione di progetto:

Grazia Grassi (responsabile Comunicazione aziendale)

Traduzione: cb service sa**Progetto / concezione / illustrazione:**

Isler Tomasi GmbH, Visuelle Kommunikation,
Zurigo

Fotografia:

Giorgio von Arb (pagine 18/22/24/30/34/38),
Kurt Pfister (pagina 28), iStock (pagine 2/12),
Repower (pagina 21), WWF (pagina 40)

Lito: Detail AG, Zurigo**Carta:**

Copertina: carta con sementi di wunderwerk.frutschy
Pagine interne: Rebello FSC, carta riciclata al 100%,
Fischer Papier



FSC® Recycling

Stampa e rilegatura:

Käser Druck AG, Stallikon
Renfer Buchbinderei, Dübendorf

ClimatePartner[®]

climaticamente neutrale

Stampa | ID 11009-1706-1001

Tiratura: 400 esemplari**Pubblicazione:** giugno 2017**Contatto:**

Denner SA
Comunicazione aziendale
Grubenstrasse 10
CH-8045 Zurigo
Telefono 044 455 11 11
www.denner.ch

DENNER
Più sostenibile di quanto si pensi