



Une couverture qui a fait ses preuves

Lors de la production du rapport sur le développement durable, nous ne voulons pas polluer l'environnement plus que nécessaire. Il est donc imprimé en quantités limitées, destinées aux stakeholders et aux organisations à but non lucratif sélectionnés. Dès la première heure, la couverture spéciale en matériaux recyclés est devenue une tradition. Après les cartons de vin usagés, le papier recyclé à la main avec graines de plantes incrustées et le feutre à base de

fibres en PET recyclé, des sacs de farine de Grüningen Mühlen, qui livre la boulangerie Conrad de Küblis, la couverture de notre rapport est dédiée aux sticks de poisson. Nous avons collecté les emballages non utilisés afin de rendre justice au sujet auquel nous consacrons un chapitre spécial dans notre rapport: le nettoyage des océans. Denner soutient l'organisation environnementale One Earth – One Ocean depuis 2017. Découvrez-en plus à la page 23.

Tenir ses promesses – pour les générations futures

Le groupe Migros s'engage depuis sa création en faveur de l'environnement et de la société. Cela vaut également pour les promesses faites dans le cadre du programme de développement durable «Génération M». Tous les membres du groupe Migros ont l'obligation de s'y conformer et de mettre en œuvre les mesures définies. Notre objectif est de protéger l'environnement et la société tout en agissant de manière responsable.

Le célèbre classement ISS-Oekom a d'ailleurs prouvé à maintes reprises que nous ne faisons pas de promesses en l'air. Ces deux dernières années, Migros a été couronné détaillant le plus durable et a maintenu sa position de leader face aux entreprises commerciales établies dans le monde entier. Ce succès, Migros le doit à toutes les entreprises du groupe qui s'engagent en faveur de l'environnement.

Parmi elles Denner, qui s'est affirmée avec succès sur le marché en tant que fournisseur de proximité pour les produits de première nécessité et a renforcé son engagement en faveur de la durabilité au cours des cinq dernières années. Et avec le soutien du groupe Migros, des objectifs ambitieux ont été formulés pour faire avancer la décarbonisation d'ici 2030 et réduire l'empreinte écologique. En signant la Science Based Targets initiative (SBTi), Denner devient en outre pionnière dans le commerce de détail suisse.

Au sein du groupe Migros, nous ferons avancer le projet SBTi afin de laisser un monde meilleur aux générations de demain. Nous agissons de manière responsable parce que nous n'avons qu'un seul monde.



Beat Zahnd

Directeur du département Commerce de la Fédération des coopératives Migros et président du conseil d'administration de Denner SA


La direction de Denner

En haut de g. à dr:

 Adrian Bodmer, chef des finances;
 Sascha Göbels, chef des achats;
 Mario Irminger, CEO; Serge Gafner,
 chef des ressources humaines

En bas de g. à dr:

 Gerd Kaiser-Kossmayr,
 chef des ventes; Bernhard Zubler,
 chef de la logistique

Chères lectrices, chers lecteurs,

Depuis le mois de mars, nous vivons une situation extraordinaire que nous n'avons jamais connue auparavant. Nous avons été témoins d'un shutdown global qui a paralysé toute la vie publique. Pendant un bref instant, la nature a poussé un grand soupir de soulagement. Le trafic aérien excessif, les nuages de gaz d'échappement dans les rues bondées et les cheminées d'usines fumantes se sont arrêtés. Dans certaines villes, on a aperçu des animaux vivant normalement dans les forêts avoisinantes. En Chine, la pollution de l'air s'est améliorée et à Venise, l'eau est redevenue claire après plus de 60 ans. Durant cette situation exceptionnelle, la nature s'est rétablie, s'est régénérée. Une vérité qui donne à réfléchir. La nature devrait pouvoir se rétablir chaque jour à travers nos actions responsables, et pas seulement dans des situations exceptionnelles.

Chez Denner, nous nous sommes fixés pour objectif d'ancrer la durabilité dans nos pensées et nos agissements. Nous apprenons chaque jour de nouvelles choses, en tirons des leçons et nous engageons pour un développement responsable. Au travers de l'initiative Science Based Targets (SBTi), nous nous sommes fixés des objectifs ambitieux d'ici 2030, qui favorisent la décarbonisation et limitent les émissions de CO₂ tout au long de la chaîne de valeur. C'est pourquoi nous nous sommes inspirés des Sustainable Development Goals SDGs

(objectifs de développement durable ODD) pour le présent rapport, afin de montrer notre développement durable dans un contexte national. Nous prenons nos responsabilités et utilisons les ODD pour montrer comment nous tenons compte de manière équilibrée des dimensions économique, sociale et environnementale.

Afin d'intégrer une perspective externe dans nos actions, nous échangeons régulièrement nos points de vue avec nos stakeholders, qui nous soutiennent, nous poussent et nous améliorent. Ensemble, nous nous efforçons d'optimiser et de trouver de nouvelles approches de solutions afin d'obtenir le plus grand impact possible. Notre engagement est examiné chaque année par des organisations indépendantes comme le WWF et des réviseurs externes.

Nous contribuons activement à un monde meilleur – chaque jour, dans plus de 800 points de vente, avec plus de 5000 collaborateurs. Nous poursuivons nos efforts – pour un monde de demain intact.

Restez en bonne santé!

Durablement vôtre
La direction de Denner

Préface	3
Présentation de l'entreprise	6
Stratégie et vision	7
Etapas clés	8
Impacts	10
Stakeholders	12
Pleins feux sur les besoins des clients	14
Matrice de matérialité	16
Objectifs stratégiques	17
Sustainable Development Goals (SDGs)	20

Environnement	21
Interview de Günther Bonin , fondateur de l'organisation environnementale One Earth – One Ocean	23
Emissions de gaz à effet de serre Faire avancer la décarbonisation	26
Recyclage et gaspillage alimentaire Economiser la nourriture et éviter le gaspillage	27
Emballages Accélérer la réduction	29
Transports Modes de transport alternatifs	32
Efficacité énergétique Optimiser les dépenses et les revenus	33

Assortiment	35
Interview de Raul Cutait , Director of Sales, Chiquita	37
Qualité et sécurité Garantir les exigences qualitatives	42
Produits labellisés Augmentation des produits certifiés	43
Aperçu des produits labellisés Augmenter les produits durables et agir de manière responsable	45
Bonne pratique agricole / préservation des ressources Une production responsable	47
Bien-être animal Par respect pour les animaux	48

Être humain	49
Interview de Ursula Nold , présidente de Migros	51
Manière de diriger et culture Des valeurs vécues	56
Conditions d'emploi Des conditions de travail modernes	57
Formation professionnelle et continue Soutien individuel	60
Sécurité au travail et santé Sensibiliser et former	61
Engagement social Faire preuve de solidarité	62

Partenaires commerciaux	
Le partenariat avec IP-SUISSE	64
Le partenariat avec le WWF	67
Chiffres-clés	70
Index GRI	72
Certificat de contrôle de BDO	75
A propos de ce rapport	76

➔ **VERSION NUMÉRIQUE DE CE RAPPORT:**
 scanner le code QR ou entrer le lien
denner.ch/durabilité



Au service de nos clients depuis plus de 50 ans

Avec plus de 822 magasins dans toute la Suisse, Denner dispose de l'un des réseaux les plus denses du commerce de détail suisse et est proche de ses clients dans les zones rurales comme urbaines. La facilité d'accès et le rapport qualité-prix convaincant font de Denner le numéro un incontestable des discounters en Suisse. En tant que filiale indépendante, Denner est intégrée dans le département Commerce de la Fédération des coopératives Migros.

➔ **ORGANIGRAMME DE L'ENTREPRISE:**
scanner le code QR ou entrer le lien
denner.ch/fr/denner/entreprise/aperçu



➔ **FAITS ET CHIFFRES DE L'ENTREPRISE:**
scanner le code QR ou entrer le lien
denner.ch/fr/denner/entreprise/faits-et-chiffres



CHIFFRES PERTINENTS

Chiffre d'affaires net 2019
CHF 3266 mio

+2,3% croissance

+3,8% fréquentation

+0,8% chiffre d'affaires supplémentaire des exploitants partenaires de Denner



PRODUITS DURABLES

138 produits IP-SUISSE



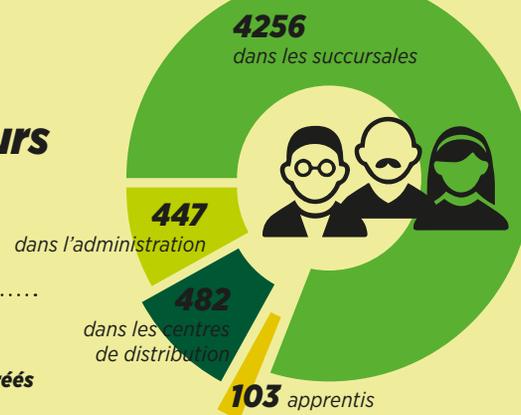
+ 390 articles labellisés



528 articles labellisés au total

NOMBRE DE COLLABORATEURS

5285 collaborateurs



+ 213 nouveaux emplois créés en 2019

AUGMENTATION DE SALAIRE

Salaire minimum (*13)
CHF 4025.-

Ce dernier est nettement supérieur à la moyenne de la branche.

+ 7,3% augmentation de salaire durant les 10 dernières années



6 semaines de vacances (inchangé)

La durabilité fait partie intégrante de la culture d'entreprise

Agir durablement est une attitude qui a évolué naturellement comme une partie de notre identité en tant qu'entreprise responsable. Avec une stratégie claire, nous poursuivons des objectifs définis avec précision et montrons de manière transparente quand et par quelles mesures nous atteindrons les objectifs fixés. Notre modèle est le phare vert.

Denner est le discounter leader en Suisse et prend au sérieux sa responsabilité envers l'environnement et la population, car la manière dont nous agissons aujourd'hui détermine le monde dans lequel nous vivrons demain. Par conséquent, nos décisions reposent sur des considérations économiques et écologiques équilibrées. Pour souligner l'importance de cette attitude, nous avons mis en place un outil, notre stratégie de durabilité, afin

d'ancrer cette réflexion au sein de l'entreprise et d'intégrer l'aspect de la durabilité dans le travail quotidien comme élément fixe dans nos prises de décision. Le développement durable fait partie intégrante de nos principes directeurs et est représenté par le phare vert, qui montre symboliquement la raison pour laquelle le comportement durable fait partie de la culture d'entreprise de Denner.

Les messagers de la durabilité
La durabilité étant un thème stratégique, le responsable de la durabilité rapporte directement au CEO. Avec les messagers verts, Denner renforce son engagement afin d'assurer un commerce durable sur l'ensemble de la chaîne de valeur.

RAYONNEMENT

«La durabilité doit être une attitude ressentie dans toutes nos activités.»

Mario Irminger, CEO Denner SA

STRUCTURE DU PHARE

Le phare vert repose sur les trois piliers:

Environnement
Assortiment
Être humain

FONDATIONS

Les valeurs de l'entreprise, sa viabilité future et sa capacité de développement constituent le fondement sur lequel notre culture de la durabilité peut s'épanouir.



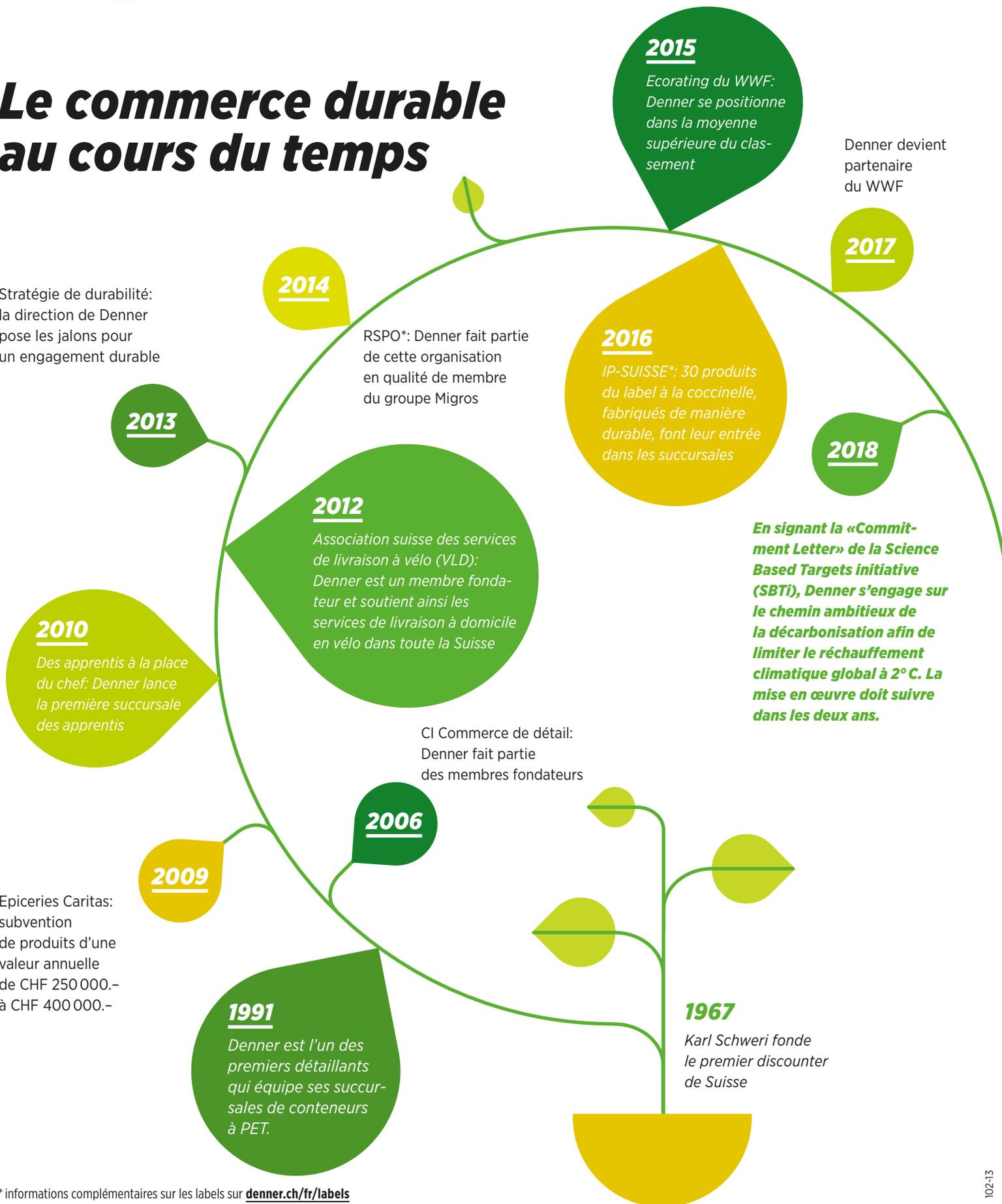
LES MESSAGERS VERTS:

scanner le code QR ou entrer le lien denner.ch/fr/denner/entreprise/apercu



Le commerce durable au cours du temps

Stratégie de durabilité: la direction de Denner pose les jalons pour un engagement durable



2010
Des apprentis à la place du chef: Denner lance la première succursale des apprentis

Epicerie Caritas: subvention de produits d'une valeur annuelle de CHF 250 000.- à CHF 400 000.-

1991
Denner est l'un des premiers détaillants qui équipe ses succursales de conteneurs à PET.

2009

2006

CI Commerce de détail: Denner fait partie des membres fondateurs

2012
Association suisse des services de livraison à vélo (VLD): Denner est un membre fondateur et soutient ainsi les services de livraison à domicile en vélo dans toute la Suisse

2014

RSPO*: Denner fait partie de cette organisation en qualité de membre du groupe Migros

2013

2016
IP-SUISSE*: 30 produits du label à la coccinelle, fabriqués de manière durable, font leur entrée dans les succursales

2018

En signant la «**Commitment Letter**» de la Science Based Targets initiative (SBTi), Denner s'engage sur le chemin ambitieux de la décarbonisation afin de limiter le réchauffement climatique global à 2° C. La mise en œuvre doit suivre dans les deux ans.

2015
Ecorating du WWF: Denner se positionne dans la moyenne supérieure du classement

Denner devient partenaire du WWF

2017

* informations complémentaires sur les labels sur denner.ch/fr/labels

2019

Janvier

Le réseau de succursales est doté de fours supplémentaires pour offrir aux clients du pain frais tous les jours et réduire les déchets alimentaires.

Février

Environ 50 produits enerBiO sont introduits et viennent compléter l'assortiment IP-SUISSE produit de manière durable.

Mars

Denner soutient depuis dix ans les épiceries Caritas en leur versant un montant annuel de plus de CHF 250 000.-. En 2019, elle leur a versé CHF 400 000.-.

Denner soutient en tant que donateur l'association Suisse Rando, qui s'engage depuis 1934 pour un réseau de chemins pédestres attrayants, signalisés de manière homogène.

Mai

En collaboration avec sus.lab*, Denner lance un projet unique en Suisse: un relevé de tous les emballages primaires et secondaires de l'assortiment standard.

Denner ne vend plus de thons capturés par filet.

*sus.lab est une initiative de la chaire de durabilité et de technologie de l'EPF de Zurich

Juin

Le quatrième rapport de durabilité est publié selon la norme GRI.

Septembre

Notre engagement pour l'environnement et les océans: Denner et le fournisseur Greenland Seafood GmbH font un don de CHF 25 000.- à l'organisation environnementale One Earth – One Ocean.

Novembre

La succursale des apprentis est reconduite pour la vingtième fois. Avec ce projet, Denner encourage les jeunes talents et leur permet de gérer une succursale de manière autonome pendant un mois.

Denner fait un don de CHF 5000.- à l'organisation «Hand for Africa». En outre, une école en construction au Sénégal est équipée avec le mobilier de bureau de Denner qui a été remplacé lors de la transformation de la centrale.

Denner soutient la campagne de Pusch sur les déchets alimentaires «Save Food, Fight Waste».

Décembre

Les 25 fournisseurs de vin suisses ont tous signé le code de conduite et se positionnent ainsi en faveur d'une viticulture responsable.

➔ VOUS TROUVEZ UNE VUE D'ENSEMBLE DE TOUTES LES ÉTAPES CLÉS ICI:

scanner le code QR ou entrer le lien

denner.ch/durabilite



Impacts de l'entreprise sur l'environnement

Les effets sur l'ensemble de la chaîne de valeur au niveau des trois thèmes environnement, assortiment et être humain sont restés inchangés. Les mesures définies dans le cadre de l'initiative Science Based Targets permettent de parvenir à un développement durable.

Nos ressources naturelles sont limitées, que ce soit dû aux réserves épuisables, aux impacts climatiques ou à la reproductibilité limitée. Une utilisation responsable et efficace des ressources va dans l'intérêt de tous et devrait donc être encouragée. Dans le cadre de l'initiative Science Based Targets, nous nous sommes fixés des objectifs ambitieux pour, d'une part, réduire les émissions de CO₂ tout au long de la chaîne de valeur et, d'autre part, améliorer l'efficacité des ressources et la gestion

du recyclage. L'échange permanent avec nos stakeholders permet d'identifier de nouveaux problèmes et de définir de nouveaux domaines de développement.

Afin de créer une compréhension commune pour les défis mondiaux, nous avons basé ce rapport sur les 17 objectifs de durabilité des Nations unies. Cela nous permet de promouvoir le développement durable dans tous les secteurs.



Environnement



- Emissions de gaz à effet de serre
- Efficacité énergétique
- Recyclage
- Gaspillage alimentaire

Assortiment



- Qualité et sécurité des produits
- Produits labellisés
- Bonne pratique agricole/préservation des ressources
- Bien-être animal

Être humain



- Manière de diriger et culture
- Conditions d'emploi
- Formation professionnelle et continue
- Sécurité au travail/santé

* Impact sur l'environnement

CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT
(89 pour cent*)

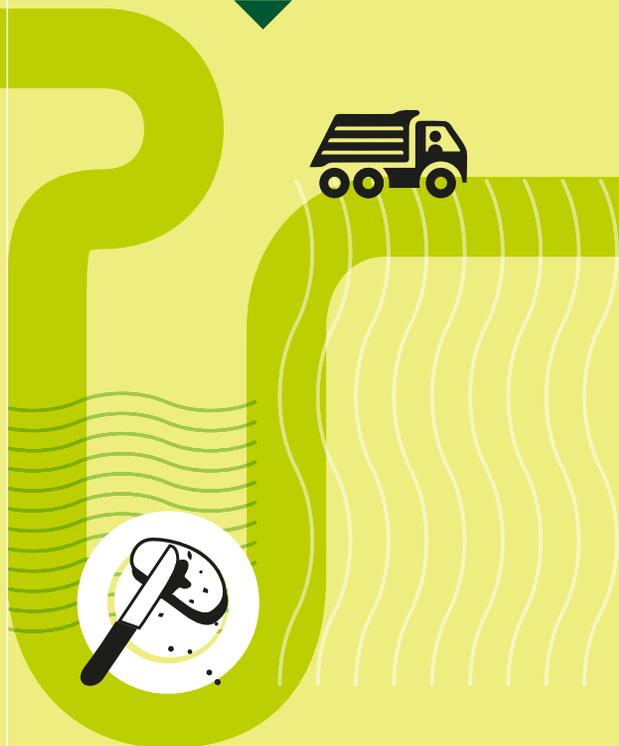
DENNER
(5 pour cent*)

CLIENTS
(6 pour cent*)

Production

Commerce

Société



Production

**Transformation,
conditionnement,
disposition**

Logistique

**Vente,
succursales**

Consommation

**Elimination des
déchets**

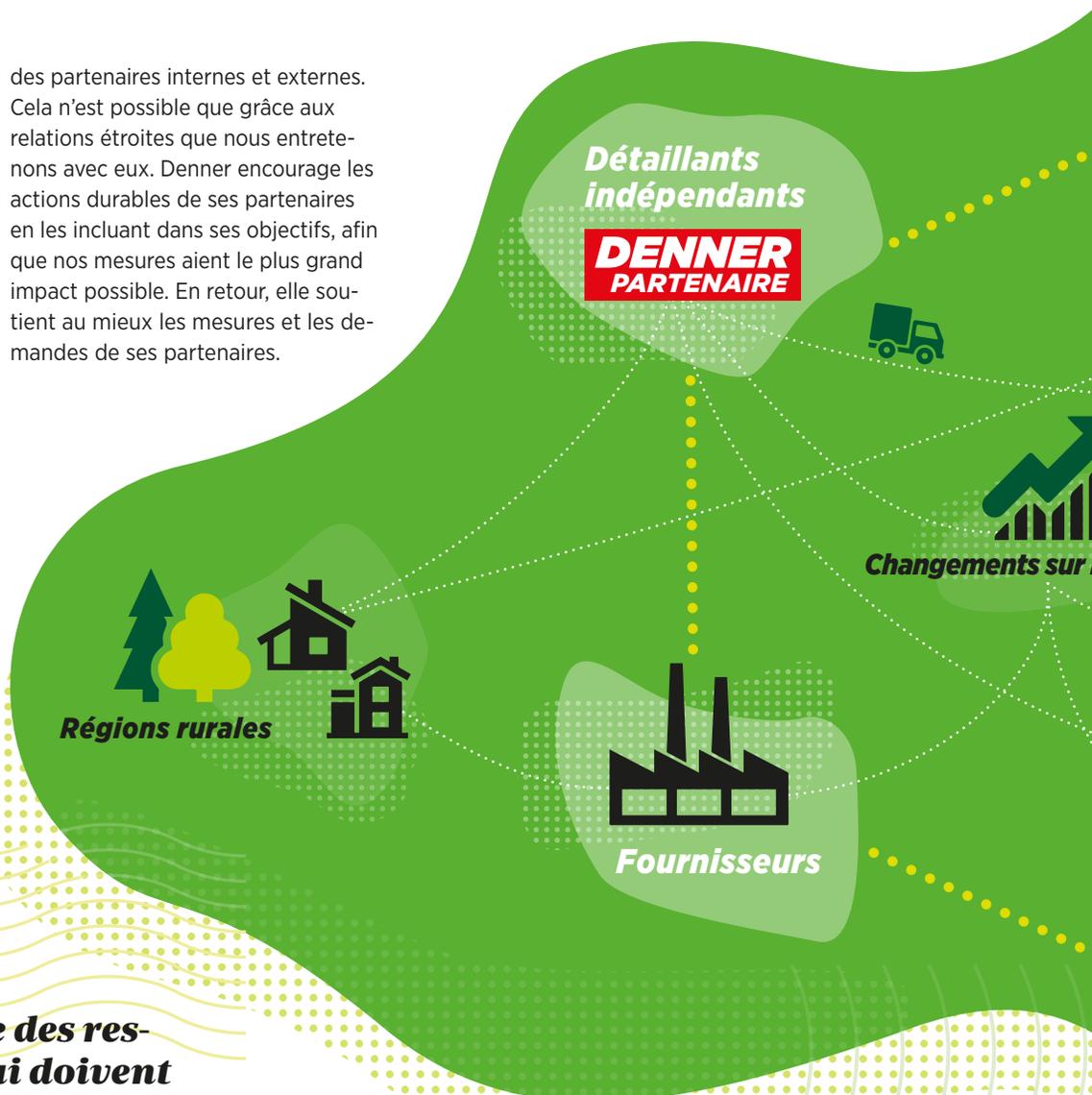
Les barres montrent où les mesures définies dans notre stratégie de durabilité ont un impact direct.

Au service de nos partenaires

En tant qu'entreprise active au niveau national, Denner entretient des relations étroites avec un grand nombre de partenaires différents. Les interfaces sont réparties dans tous les secteurs de l'entreprise. Tous sont unis par l'objectif commun de répondre aux attentes et aux demandes de tous nos partenaires internes et externes et de promouvoir un commerce durable de part et d'autre.

Fournisseurs, clients, collaborateurs, autorités: ce ne sont là que quelques-uns des nombreux partenaires de Denner qui bénéficient de toute notre attention. En définitive, les services d'importance systémique que Denner fournit au quotidien seraient impensables sans la coopération fructueuse avec ses partenaires. Denner jouit de décennies d'expérience dans le commerce de détail alimentaire et connaît parfaitement les attentes et exigences de ses partenaires. Grâce aux échanges réguliers, nous sommes capables d'identifier les nouveaux défis et de prendre des mesures en temps utile. Par le passé, nous avons également lancé des projets novateurs qui nous ont été proposés par

des partenaires internes et externes. Cela n'est possible que grâce aux relations étroites que nous entretenons avec eux. Denner encourage les actions durables de ses partenaires en les incluant dans ses objectifs, afin que nos mesures aient le plus grand impact possible. En retour, elle soutient au mieux les mesures et les demandes de ses partenaires.



«La nature nous offre des ressources précieuses qui doivent être protégées. En collectant les déchets organiques chez Denner, nous bouclons la boucle et transformons les matériaux usagés en nouvelles matières premières.»

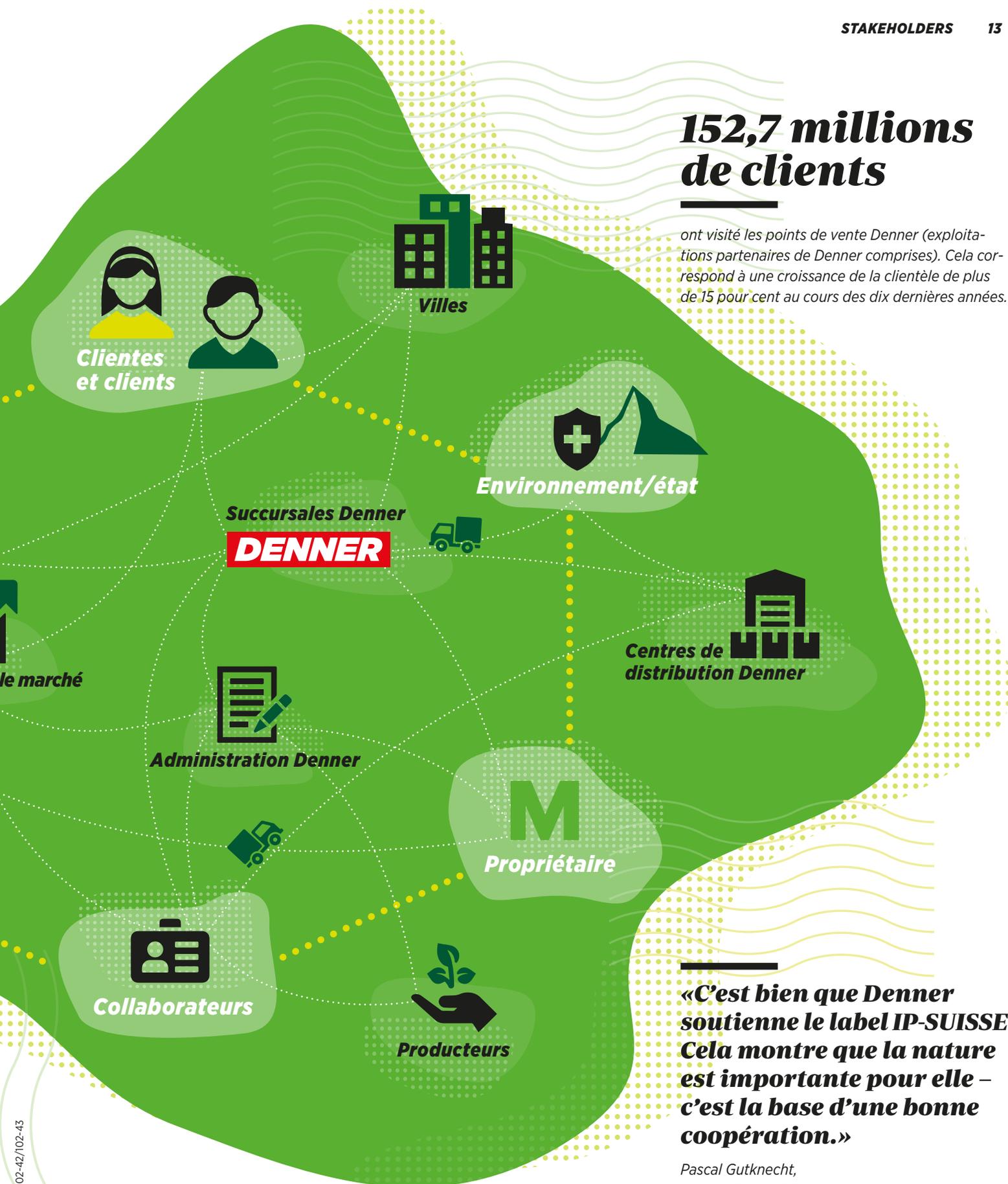
Werner Humbel,
directeur de Recycling Energie AG

1592 nouveaux emplois

ont été créés par Denner au cours des dix dernières années

152,7 millions de clients

ont visité les points de vente Denner (exploitations partenaires de Denner comprises). Cela correspond à une croissance de la clientèle de plus de 15 pour cent au cours des dix dernières années.



«C'est bien que Denner soutienne le label IP-SUISSE. Cela montre que la nature est importante pour elle – c'est la base d'une bonne coopération.»

Pascal Gutknecht,
paysan IP-SUISSE

Comprendre les besoins de nos clients

Les besoins de nos clients ont changé ces dernières années. Alors que le prix était jadis le principal facteur de décision, d'autres déterminent aujourd'hui si un produit répond aux exigences des consommateurs. Nous encourageons une consommation responsable et attachons de l'importance à une déclaration transparente des ingrédients, de l'origine et du type de production, afin de fournir à nos clients le meilleur soutien possible dans leur choix.

Commerce durable

Certifications

Plus de 500 articles labellisés sont garants d'une production durable

Les produits labellisés remplissent des normes élevées et représentent une alternative à l'offre issue de la production conventionnelle:
santé, IP-SUISSE

Satisfaction

Marques Denner

Alternatives avantageuses et durables aux articles de marque

La qualité ne doit pas forcément coûter cher, les marques Denner le prouvent dans les tests comparatifs: **service clientèle, dialogue, garantie de remboursement**



Ecologique

Proximité

Plus de 800 succursales atteignables à pied dans toute la Suisse

Une utilisation modérée et durable des ressources protège l'environnement et réduit en même temps les coûts:
transports, électricité verte, camions

Garantie de la qualité

Ingrédients

La réduction des ingrédients critiques comme l'huile de palme, le sel et le sucre est sans cesse réexaminée

Une gestion continue de la qualité garantit que notre assortiment contribue à une alimentation équilibrée:

contrôles de qualité, examens des produits, dégustations, réclamations

Economique

Prix équitables

Nous garantissons de petits prix tout au long de la chaîne de valeur

Grâce à une structure mince et à une mise en œuvre efficace, nous économisons des coûts que nous investissons dans un rapport qualité-prix convaincant:

petits prix pour tous, processus efficaces

Responsabilité sociale

Promotion des collaborateurs

Promotion individuelle des collaborateurs – de l'apprentissage au poste de cadre

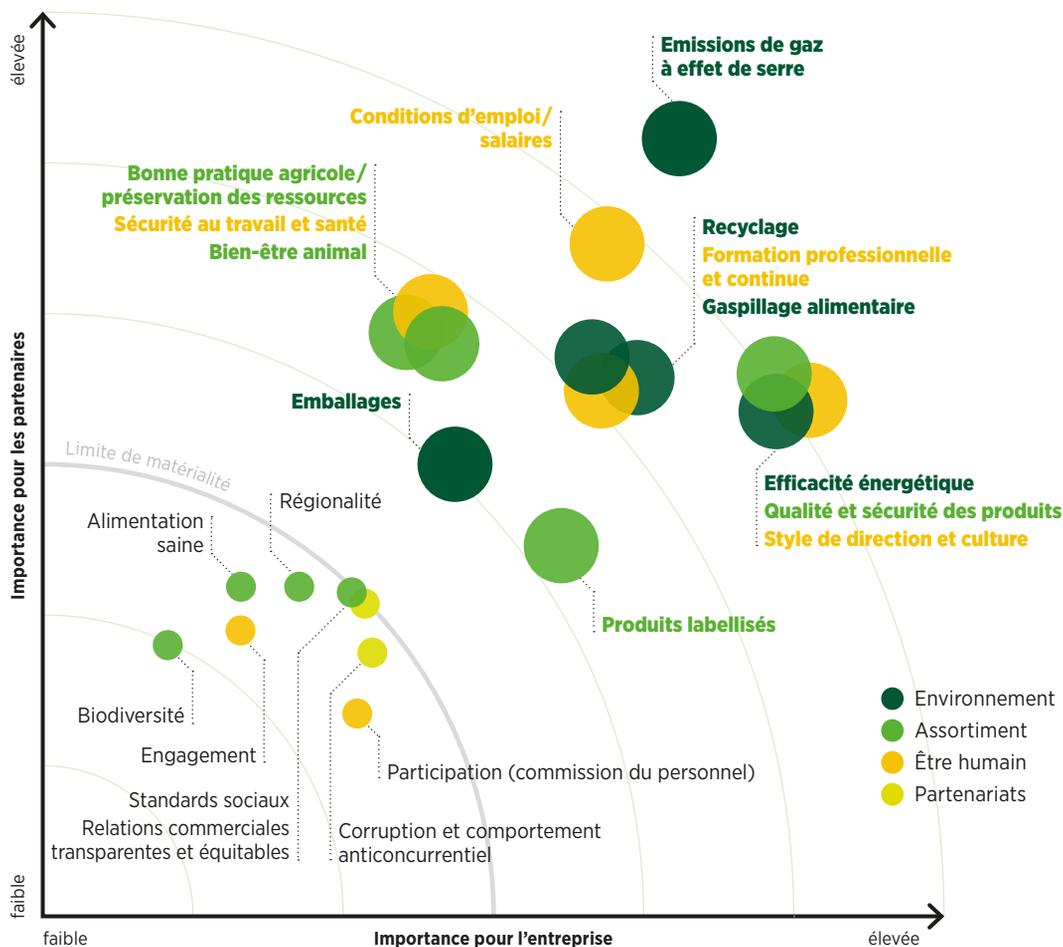
Donner rend quelque chose à la population, en fournissant et en partageant son savoir-faire et ses moyens:

promotion des jeunes, épiceries Caritas, dons



Matrice de matérialité de Denner

L'analyse de la matérialité est un outil de travail important pour identifier, en concertation avec les partenaires, les sujets pertinents pour Denner. Les entretiens annuels donnent à l'entreprise l'occasion de prendre le pouls de l'actualité et de faire des prévisions sur des sujets importants pour l'avenir.



Procédure
Chaque année, les responsables du développement durable de l'entreprise organisent des discussions avec les partenaires pour analyser la matérialité. Les conclusions sont résumées et présentées au comité stratégique de Denner par le responsable de la durabilité.

Au cours de l'année de référence, les thèmes sont restés inchangés et ont mis l'accent sur la décarbonisation de l'entreprise et la réduction des matériaux d'emballage.

Emissions de gaz à effet de serre
En signant la déclaration d'engagement de la Science Based Targets initiative, Denner est le premier détaillant de Suisse à s'engager pour des objectifs ambitieux en matière de CO₂ (voir page 26).

Emballages
Jusqu'en 2025, l'entreprise utilisera 20 pour cent de matériaux d'emballage en moins pour les marques Denner (voir page 30).

Beaucoup de choses ont changé depuis la première analyse de matérialité en 2017 et ont entraîné des développements importants en matière de durabilité. Les échanges avec nos partenaires, qui nous ont sans cesse interpellés et confrontés à des thèmes pertinents, les ont rendus possibles. Le projet SBTi en est résulté en 2018, ce qui nous a permis de lancer un signal clair en faveur de l'environnement au sein du commerce de détail suisse. Les échanges avec nos partenaires sont la preuve que des changements durables peuvent être initiés d'un commun accord.

Les treize thèmes clés restent inchangés au cours de l'exercice.

Objectifs stratégiques 2015–2020

Les objectifs stratégiques définis ont été presque entièrement atteints au cours de l'année de référence et seront tous réalisés d'ici fin 2020 au plus tard. Dans le prochain rapport sur le développement durable, les objectifs de décarbonisation définis dans le cadre de la Science Based Targets initiative jusqu'en 2030 seront donc valables.

Environnement

Ce que nous faisons	Etat	Objectifs
Réduction des émissions de CO₂ Denner recense les émissions de CO ₂ dans toute l'entreprise et développe des mesures afin de les réduire continuellement.	● Atteint	Nous réduisons les émissions de CO ₂ des centres de distribution d'au moins 20 pour cent.
	● Atteint	Dès 2017, nous réduisons les émissions de CO ₂ d'au moins 160 tonnes par année grâce aux nouvelles installations frigorifiques respectueuses du climat.
	● Atteint	Dès 2016, toute l'entreprise se fournit uniquement en électricité provenant de sources renouvelables.
	○ En traitement	Denner définit des objectifs ambitieux jusqu'en 2030 en vue d'adapter la réduction des émissions de CO ₂ à celle qui a été définie dans l'accord de Paris sur le climat. En reconnaissant la Science Based Targets initiative, Denner sera soutenue pour réaliser les objectifs climatiques ambitieux et diminuer les émissions de gaz à effet de serre.
	○ En traitement	Dès 2019, les transports de marchandise seront effectués uniquement par des véhicules répondant à la norme Euro 6 ou plus élevée.
Augmentation de l'efficacité énergétique Grâce à une gestion énergétique globale, Denner diminue sa consommation électrique et améliore sans cesse son efficacité énergétique.	○ En traitement	La part du transport par rail doit être améliorée.
	● Atteint	Dans les centres de distribution, l'efficacité énergétique sera augmentée d'au moins 106,4 pour cent (base 2013).
	● Atteint	Dans l'administration, nous augmentons l'efficacité énergétique d'au moins 111,4 pour cent (base 2013).
Augmentation du taux de recyclage Tous les collaborateurs de Denner contribuent à améliorer chaque année le taux de recyclage des précieuses matières premières et à diminuer le taux de gaspillage alimentaire.	● Atteint	L'efficacité énergétique des succursales doit augmenter de 15 pour cent.
	● Atteint	Dans notre système de gestion de l'environnement, nous enregistrons chaque année les principaux matériaux recyclables en tonne.
	● Atteint	Dès 2016, nouveau concept d'élimination des déchets organiques des succursales, récupérés pour la fabrication de biogaz.
	● Atteint	Réalisation d'un concept et d'un manuel d'élimination des déchets pour l'administration, la logistique et la vente.
Réduction des matériaux d'emballage En utilisant des matériaux durables et en réduisant le volume des emballages, Denner ménage les ressources naturelles.	● Atteint	Formation et sensibilisation des collaborateurs (surtout dans la vente et la logistique) au traitement des déchets et des matériaux recyclables.
	○ En traitement	Denner s'est fixée pour but de réduire les matériaux d'emballage d'au moins 20 pour cent jusqu'en 2025. Le nouveau projet comprend tous les anciens objectifs. Afin de respecter cette promesse, Denner et sus.lab ont lancé un projet unique en Suisse: recueillir toutes les données relatives aux emballages primaires et secondaires de l'assortiment standard (sans les actions) et les enregistrer dans une base de données. L'objectif du projet est d'identifier le potentiel d'optimisation et de réduire à long terme les emballages sur tout l'assortiment des marques maison. Les résultats seront publiés en automne 2020.

Assortiment

Ce que nous faisons	Etat	Objectifs
Produits labellisés Les labels créent la transparence et soutiennent les clients au moment de leur choix. Denner élargit donc constamment son assortiment de produits certifiés.	● Atteint	Toutes les tablettes de chocolat et environ 85 pour cent des sortes de cafés de nos marques maison sont certifiées UTZ.
	● Atteint	Denner est consciente de sa responsabilité écologique et s'est fixée des objectifs ambitieux au niveau de l'impact environnemental de ses produits. Ainsi, la part des articles labellisés (par ex. IP-SUISSE) doit augmenter constamment.
	○ En traitement	Denner et WWF s'engagent ensemble en faveur d'une viticulture optimisée au plan écologique en Suisse. Dans le cadre de cette collaboration, Denner s'est fixée pour but d'acheter au moins 25 pour cent de vins suisses provenant d'une viticulture optimisée au plan écologique jusqu'en 2033 et de soutenir un standard international pour une viticulture écologique.
Politique agraire La gestion durable des sols, des eaux et des forêts est un critère décisif lors de la sélection des produits de l'assortiment Denner.	● Atteint	Au moins 95 pour cent des fruits et légumes et des assortiments de fleurs et de plantes sont certifiés GlobalG.A.P. ou équivalent.
	● Atteint	Aujourd'hui déjà, Denner ne vend ni poissons ni fruits de mer menacés d'extinction. Depuis 2018, Denner ne vend plus que des poissons et fruits de mer issus de sources durables. La part des labels (MSC/ASC/Bio) doit augmenter à 62 pour cent jusqu'en 2020.
	● Atteint	D'ici 2019, 100 pour cent des articles en papier (papier-toilette, serviettes, etc.) de la marque Denner seront en matériel recyclé ou répondront aux critères FSC.
	● En cours	L'huile de palme contenue dans les articles de la marque Denner est certifiée RSPO. Jusqu'en 2022, nous n'utiliserons plus que de l'huile de palme certifiée RSPO Segregated pour nos produits du domaine food. Dans le domaine near food, nous n'utiliserons plus que de l'huile de palme certifiée, correspondant au moins au standard MassBalanced, jusqu'en 2020.
Bien-être animal Denner élargit constamment son assortiment d'aliments suisses et définit ainsi des standards élevés pour le bien-être des animaux.	● Atteint	Le standard suisse de protection des animaux est l'un des plus élevés au monde. La part de la viande suisse doit être d'au moins 80 pour cent.
	● Atteint	La viande de lapin importée provient exclusivement d'exploitations qui respectent les standards suisses de la protection animale.
	● Atteint	Denner renonce à la vente et à l'utilisation d'œufs provenant d'élevages en batterie pour la fabrication des marques maison.
Standards sociaux Denner exige des conditions de travail équitables tout au long de la chaîne d'approvisionnement, tant chez les paysans que chez les fabricants.	● Atteint	amfori-BSCI et GlobalG.A.P. GRASP vérifient et certifient le respect des directives jusqu'au lieu d'origine et veillent à la transparence tout au long de la chaîne de valeur. Jusqu'en 2022, au moins 95 pour cent des fournisseurs des marques Denner, basés dans des pays à risque, seront audités.
Sécurité des produits Les exigences très strictes quant à la sécurité des produits garantissent une qualité élevée et constante de l'assortiment Denner.	● Atteint	La sécurité alimentaire est notre objectif premier. Au moins 97 pour cent des fournisseurs sont certifiés GFSI ou équivalent, ou ont été auditionnés.
OGM L'authenticité et le naturel des produits jouent un rôle important pour Denner.	● Atteint	Denner renonce à la vente de produits génétiquement modifiés conformément à l'ordonnance OGM.

Être humain

Ce que nous faisons	Etat	Objectifs
Employeur Denner est le discounter leader en Suisse et un employeur attractif qui offre des salaires équitables, conformes au marché, et des conditions de travail modernes.	● Atteint	Denner offre une rémunération équitable et conforme au marché et de bonnes prestations sociales, comprenant une propre caisse de pension, et garantit un salaire minimum supérieur à la moyenne de la branche également aux personnes sans formation.
	● Atteint	Depuis 2013, Denner dispose d'une commission du personnel composée de représentants de tous les secteurs de l'entreprise et régions linguistiques.
	● Atteint	Tous les collaborateurs de la vente et de la logistique, ainsi que les cadres, profitent de six semaines de vacances par année.
Manière de diriger et culture (projet du phare) La culture d'entreprise imprègne la manière de diriger basée sur les trois valeurs dialogue, intégration et coopération, ainsi que sur les notions centrales capacité de développement, compétences en leadership et esprit centré sur la réussite.	● Atteint	Tous les cadres suivent chaque année au moins deux jours de formation en vue de développer leurs compétences en leadership et ont en outre la possibilité d'organiser des journées de secteur selon les besoins.
	● Atteint	Une culture et une manière de diriger durables, centrées sur les valeurs, constituent notre base et font partie du travail quotidien chez Denner. La culture de durabilité repose sur les valeurs, les capacités de développement et la viabilité.
	● Atteint	Développement d'une manière de diriger adaptée aux situations et aux êtres humains dans toute l'entreprise et applicable à tous les grades.
Formation professionnelle et continue Denner préserve sa compétitivité grâce aux formations professionnelles et continues, ainsi qu'à l'encouragement ciblé des compétences individuelles de ses collaborateurs.	🕒 En cours	Les jours de formation internes augmentent chaque année pour tous les grades.
	🕒 En cours	Le nombre d'apprentis augmente à 120 postes jusqu'en 2020.
Sécurité et santé Des collaborateurs motivés et en bonne santé sont à la base de notre succès. Des mesures de prévention, des centres d'écoute indépendants et des formations régulières garantissent que cela reste ainsi.	● Atteint	Constitution d'un centre d'écoute externe, indépendant et neutre, qui prend en charge les requêtes des collaborateurs.
	● Atteint	Création d'un manuel et formations sur les thèmes de la sécurité au travail, la prévention des accidents et l'identification des risques.
Engagement Denner assume ses responsabilités et participe à des projets sociaux pionniers, ainsi qu'à des projets caritatifs en faveur de personnes ou d'organisations dans le besoin.	● Atteint	Denner verse au fonds de soutien Engagement du groupe Migros un montant annuel d'au moins CHF 4 millions.
	● Atteint	Denner soutient les épiceries Caritas en leur offrant des produits d'une valeur de CHF 250 000.- à CHF 400 000.-

Sustainable Development Goals (SDGs)

En septembre 2015, les Nations unies ont adopté le Plan d'action mondial 2030 pour une bonne gouvernance mondiale. Pour atteindre ces objectifs, les Sustainable Development Goals (SDGs) ont été créés afin d'assurer le développement durable sur les trois niveaux de durabilité (économique, écologique et social). Dans ce rapport, Denner présente pour la première fois les SDGs et montre où l'entreprise fournit une contribution aux SDGs dans le cadre de sa stratégie de durabilité.



Mettre un terme à la faim; assurer la sécurité alimentaire ainsi qu'une meilleure nutrition et promouvoir une agriculture durable



Assurer et promouvoir une vie saine pour toutes les catégories d'âge



Assurer une éducation inclusive, équitable et de qualité, promouvoir les possibilités d'apprentissage tout au long de la vie pour tous



Parvenir à l'égalité des sexes et à l'auto-détermination des filles et des femmes



Assurer la disponibilité et la gestion durable de l'eau et d'infrastructures sanitaires pour tous



Assurer l'accès à une énergie abordable, fiable, durable et moderne pour tous



Promouvoir une croissance économique constante, inclusive et durable, le plein emploi productif et un travail décent pour tous



Construire une infrastructure résiliente, promouvoir une industrialisation inclusive et durable et soutenir l'innovation



Garantir des formes de consommation et de production durables



Prendre des mesures immédiates pour lutter contre le changement climatique et ses effets



Préserver et utiliser les océans, les mers et les ressources marines dans un contexte de développement durable



Protéger, restaurer et promouvoir l'utilisation durable des écosystèmes terrestres, gérer les forêts de manière durable, lutter contre la désertification, arrêter et inverser la dégradation des sols et mettre un terme à la perte de biodiversité

Environnement

Avec son engagement dans l'initiative Science Based Targets (SBTi), Denner a été le premier détaillant de Suisse à envoyer un signal fort pour la réduction des émissions de CO₂. L'objectif est de réduire les émissions de CO₂ de 50 pour cent d'ici 2030.



Assortiment

Les produits fabriqués de manière durable devraient être disponibles et abordables pour tout le monde; Denner met tout en jeu pour élargir encore l'assortiment durable. Un autre thème est la consolidation d'un approvisionnement durable tout au long de la chaîne de valeur.



Être humain

Avec plus de 5000 collaborateurs, Denner est l'un des principaux employeurs de Suisse. Denner prend sa responsabilité sociale au sérieux et soutient des organisations caritatives reconnues telles que les épiceries Caritas pour aider les personnes touchées par la pauvreté.

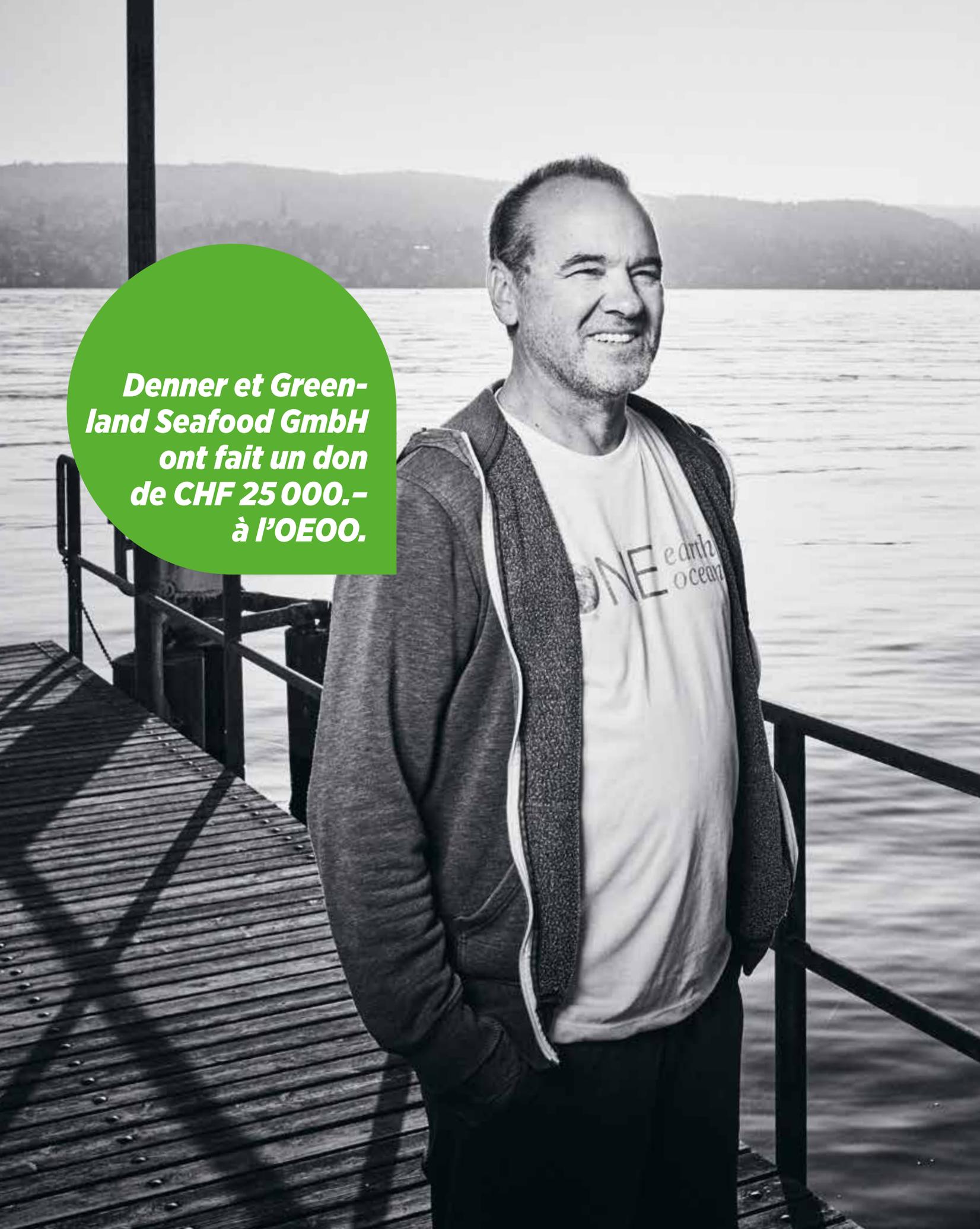


➔ **PLUS D'INFOS SUR LES SDGs:**
scanner le code QR
ou entrer le lien
sdgs.un.org



Environnement

Les décisions que prend Denner en tant que discounter actif à l'échelle nationale ont une influence sur l'environnement. C'est pourquoi nous voulons apporter des améliorations dans tous les domaines de l'entreprise et utiliser de manière optimale les nouvelles technologies afin d'accroître l'efficacité. A cet effet, nous nous appuyons sur notre propre réseau et sur l'expertise de partenaires externes, et nous assurons le soutien des collaborateurs, des fournisseurs et des clients en les sensibilisant continuellement à la question.

A black and white photograph of a man standing on a wooden pier. He is wearing a dark zip-up hoodie over a white t-shirt that has the text 'ONE earth ocean' printed on it. He is smiling and looking towards the right. The background shows a body of water and distant hills. A green circular graphic is overlaid on the left side of the image, containing white text.

Denner et Greenland Seafood GmbH ont fait un don de CHF 25 000.- à l'OEEO.

Au sujet de la collecte des déchets en mer

Un entretien avec **Günther Bonin**,
fondateur de l'organisation environnementale
One Earth – One Ocean.

D'où vient votre passion pour la mer?

L'amour de la nature me vient sûrement de mon pays, car dans le Siegerland allemand, il y a beaucoup de petits lacs et rivières où j'ai appris la voile et découvert ma passion pour cette discipline. A 18 ans, je naviguais déjà en Méditerranée, l'Atlantique et le Pacifique ont ensuite suivi. Pour moi, il n'y a rien de plus beau que la voile. En volant par-dessus les vagues, le sentiment de paix et de liberté est indescriptible.

Vous avez dirigé une société informatique avant One Earth – One Ocean. Qu'est-ce qui vous a incité à tout laisser tomber pour sauver les mers?

En tant qu'entrepreneur en informatique, j'ai réussi, j'aimais mon travail et j'ai mené une vie insouciant. Le revirement est venu à 50 ans: je voulais changer quelque chose dans ma vie, faire quelque chose pour la communauté. L'idée m'est venue lorsque je naviguais au large de l'Île de Vancouver.

En haute mer pour ainsi dire?

Exactement (rires). A ce moment-là, j'étais skipper sur un voilier dans l'océan Pacifique. Au cours de cette croisière, j'ai vu un petit cargo déverser des ordures dans la mer. Et au lieu de poissons, je n'ai vu plus que du plastique et des restes de nourriture nager dans la mer.

➔ **PLUS D'INFORMATIONS SUR
L'ORGANISATION ENVIRONNEMENTALE
ONE EARTH – ONE OCEAN:**

scanner le code QR ou entrer le lien

oneearth-oneocean.com



Günther Bonin s'est fixé un noble but: libérer les eaux des déchets plastiques, huileux et chimiques dans le monde entier. Il a fondé l'organisation environnementale **One Earth – One Ocean (OEEO)** et a développé des bateaux pour ramasser les ordures en mer. Il y a un an, Denner et le fournisseur Greenland Seafood GmbH ont décidé de soutenir l'organisation de protection de l'environnement. Günther Bonin est venu en Suisse pour recevoir le don de CHF 25 000.-. Nous avons profité de l'occasion pour en apprendre davantage sur l'organisation.



Fut-ce l'heure de naissance d'OEOO?

Oui. Nous étions en route avec un voilier de course qui a accueilli de nombreux invités de marque dans les années 1960. L'idée m'est venue dans la couchette où avait dormi Marilyn Monroe. Elle m'a inspiré à créer One Earth – One Ocean.

Et ensuite?

J'ai fondé une association et commencé mon travail. Mon expérience en haute mer a été très utile. Après quelques recherches, j'ai développé les premières idées pour les bateaux en collaboration avec des experts. Les navires «SeeHamster», «SeeKuh» et «SeeElefant» ont ainsi été créés avec des ingénieurs. Grâce aux dons d'entreprises et de particuliers, nous avons pu réaliser ce projet.

Votre projet a été sous une bonne étoile dès la première heure.

En effet. L'idée de la collecte des déchets maritimes a convaincu les entreprises, car elles savaient déjà que nous faisons tous partie de ce vaste problème, qui ne peut être résolu que collectivement. Nos eaux ne peuvent être sauvées qu'avec beaucoup de travail d'information, surtout en Asie. Nous devons montrer aux autorités locales et à la population que les déchets n'ont pas leur place dans la mer, mais qu'ils doivent être triés et éliminés correctement.

Le premier nettoyage avec le bateau SeeKuh a-t-il eu lieu en Asie?

Oui, nous avons passé un an et demi en Asie, principalement à Hong Kong. Nous avons montré aux autorités locales comment on peut nettoyer les océans avec notre bateau. En effet, les bateaux SeeKuh et SeeElefant sont très innovants. Six à sept personnes travaillent sur le See-



En haut à gauche:
«C'est en forgeant qu'on devient forgeron», c'est pourquoi l'OEOO se concentre aussi sur le travail d'information dans les classes d'école. L'équipe de l'OEOO Brasilia a mis l'objectif sur les plus jeunes et passé un après-midi avec une classe de maternelle à parler des déchets plastiques et des manières de les éviter.

En haut à droite:
le nettoyage des plages est l'une des actions régulières menées par les collaborateurs d'OEOO dans le monde entier. Le personnel d'OEOO Brasilia a collecté les déchets plastiques sur des plages brésiliennes dans le cadre d'un CleanUp Day.

kuh. A bord, nous disposons d'un laboratoire qui peut analyser immédiatement si les échantillons marins contiennent du plastique.

Travaillez-vous aussi avec des professionnels locaux?

Oui, nous voulons intégrer les populations locales dans le projet, les faire participer à cette mission afin qu'elles comprennent ce que nous faisons et surtout pourquoi. Notre approche consiste à donner du travail aux habitants locaux, à produire de l'eau propre et à leur montrer comment générer de nouvelles ressources à partir des déchets.

Et ça fonctionne?

Oui! Au Cambodge, un super projet est en cours avec la population locale. Les quatre premières tonnes de déchets sont déjà en route vers Sund Holding à Hambourg. Ce groupe utilise les ordures à des fins de recherche. Si le recyclage est un succès, l'entreprise ouvrira une succursale au Cambodge. Ainsi, les déchets collectés ne devront plus être expédiés à Hambourg, mais seront directement recyclés sur place. Cela crée des emplois pour la population locale, profite à l'environnement et à l'économie. Une situation gagnante pour tous.

Les choses changent souvent lorsque les entreprises flairent le profit. N'est-ce pas inquiétant?

C'est ainsi que fonctionne la société d'aujourd'hui. Avec les bateaux SeeKuh et SeeElefant, nous montrons comment tirer profit des déchets. Le système est simple: nous ramassons les ordures en mer avec le plus petit bateau SeeKuh. Sur le grand bateau SeeElefant, le plastique est nettoyé et recyclé. Ce système est particulièrement intéressant pour les grandes villes comme Hong Kong, qui

«La mer transmet un sentiment de paix et de liberté.»

Günther Bonin,
fondateur de l'organisation environnementale
One Earth – One Ocean

produisent des quantités incroyables de déchets. Si les déchets sont vendus à 100 euros la tonne, on gagne beaucoup d'argent.

Que fait OEEO des bénéfices tirés des matières premières recyclées?

Les profits sont principalement réinvestis dans le travail d'information en Asie. Nous ne pouvons pas sauver le monde à nous seuls, nous voulons donc montrer de nouvelles solutions pour déclencher des améliorations durables. La collecte en mer offre une approche idéale pour éliminer les déchets, les recycler et les convertir en de nouvelles matières premières, indépendamment du lieu et de la situation.

Combien de collaborateurs l'OEEO compte-t-elle?

Il y a trois ans, nous avions trois employés, maintenant nous en avons 20, l'année prochaine nous dépasserons la cinquantaine. Notre croissance est très rapide. Nous avons 500 membres et beaucoup de gens qui nous soutiennent bénévolement.

Etes-vous contre l'utilisation du plastique?

Pas en soi, nous sommes plutôt favorables à une utilisation raisonnable de cette matière première. L'industrie devrait tout documenter et déclarer les polluants. Le défi pour l'industrie des plastiques sera de fournir des solutions recyclables, dont la composition ne contiendra pas de produits chimiques nocifs.

Que peut faire le consommateur?

Le consommateur doit s'interroger de manière plus critique sur les produits, consommer moins, et peut-être



En haut: l'équipe d'OEEO travaille avec la population locale pour nettoyer des sections du rivage à Battambang (Cambodge). Le bateau de nettoyage des ordures SeeHamster, en arrière-plan, est utilisé pour le nettoyage et l'enlèvement des ordures.

A gauche: une collaboratrice d'OEEO informe les habitants sur les déchets plastiques et le tri des déchets et leur montre également comment les éviter.

vivre plus modestement. Si notre conscience ne change pas, tout changement sera difficile. Nous vivons dans une société de consommation, c'est un fait. Le changement doit se produire à la fois dans l'économie et en nous-mêmes. Nous n'avons pas besoin de tout chambouler d'un coup, mais nous devons utiliser les matières premières et les ressources avec plus d'attention.

Que fait OEEO avec les CHF 25 000.- offerts par Denner?

Le don soutient nos actions. Nous l'utilisons pour notre travail d'information et d'autres projets.

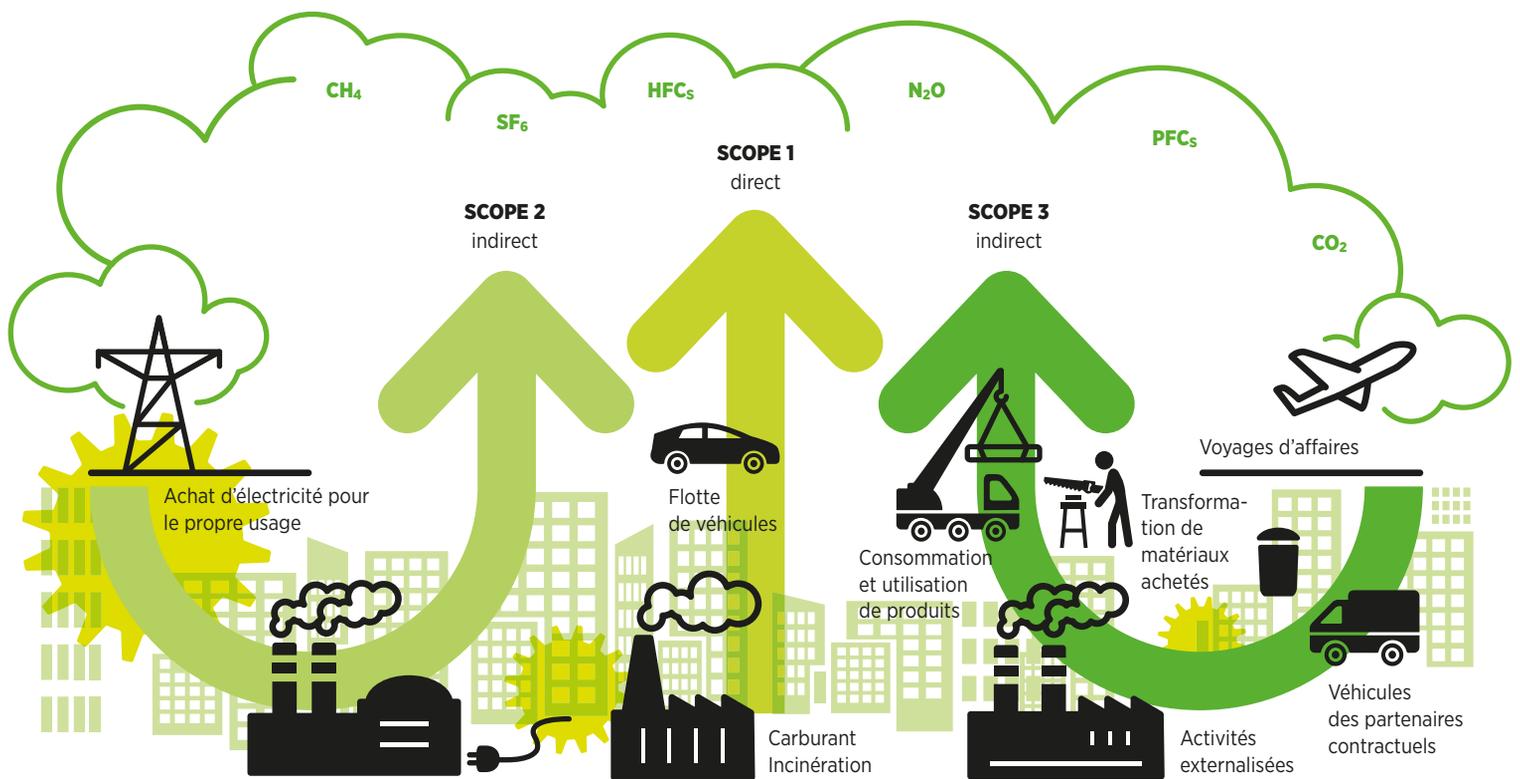
➔ VOUS POUVEZ VOIR COMMENT
FONCTIONNE LA COLLECTE MARITIME
AVEC LES NAVIRES DANS LA VIDÉO:
scanner le code QR



EMISSIONS DE GAZ À EFFET DE SERRE

Faire avancer la décarbonisation

Denner apporte sa contribution pour limiter le réchauffement climatique à 1,5 degré Celsius au maximum et a fixé des objectifs climatiques ambitieux pour réduire ses émissions de CO₂ de 50 pour cent d'ici 2030. La Science Based Targets initiative (SBTi) a examiné les objectifs soumis par l'entreprise et confirme qu'ils sont ambitieux. La vision à long terme de Denner est d'atteindre la neutralité carbone d'ici 2050.



Favoriser une attitude responsable

Denner a été le premier détaillant de Suisse à soumettre une déclaration à SBTi (Science Based Targets initiative) et s'est engagé à suivre des objectifs ambitieux en vue de réduire les émissions de gaz à effet de serre. En collaboration avec des experts de la Fédération des coopératives Migros, des objectifs ambitieux ont été définis pour atteindre la trajectoire de réduction du CO₂ d'ici 2030.

Sustainable Development Goals



SBTi a examiné les objectifs soumis par Denner et confirme le désir ambitieux de réduire de 50 pour cent les émissions de gaz à effet de serre, mesurées en 2018, de ses magasins, sa logistique et ses centres administratifs (scopes 1 et 2) d'ici 2030 et à encourager au moins 80 de ses plus grands fournisseurs à rejoindre SBTi d'ici 2024 afin de fixer des objectifs d'émissions scientifiquement fondés. Denner promet en outre de réduire les émissions du niveau (scope) 3

dans les domaines du transport et de la distribution, des voyages d'affaires et de la mobilité des collaborateurs de 15 pour cent d'ici 2030 par rapport à l'année de référence 2018. Dans son rapport sur le développement durable, Denner publie chaque année son cheminement sur la voie de la réalisation des objectifs SBTi.

Les mesures définies avec SBTi sont présentées chaque année dans le rapport de durabilité.

RECYCLAGE ET GASPILLAGE ALIMENTAIRE

Economiser la nourriture et éviter le gaspillage

Les mesures de recyclage et de gestion des déchets alimentaires mises en œuvre en 2019 ont contribué à faire passer le taux de recyclage de 81 à près de 83 pour cent. L'une des principales raisons de cette augmentation réjouissante est l'optimisation de la collecte du carton, également due à la sensibilisation des partenaires internes et externes qui font avancer cette question dans leurs domaines respectifs.

Sustainable Development Goals



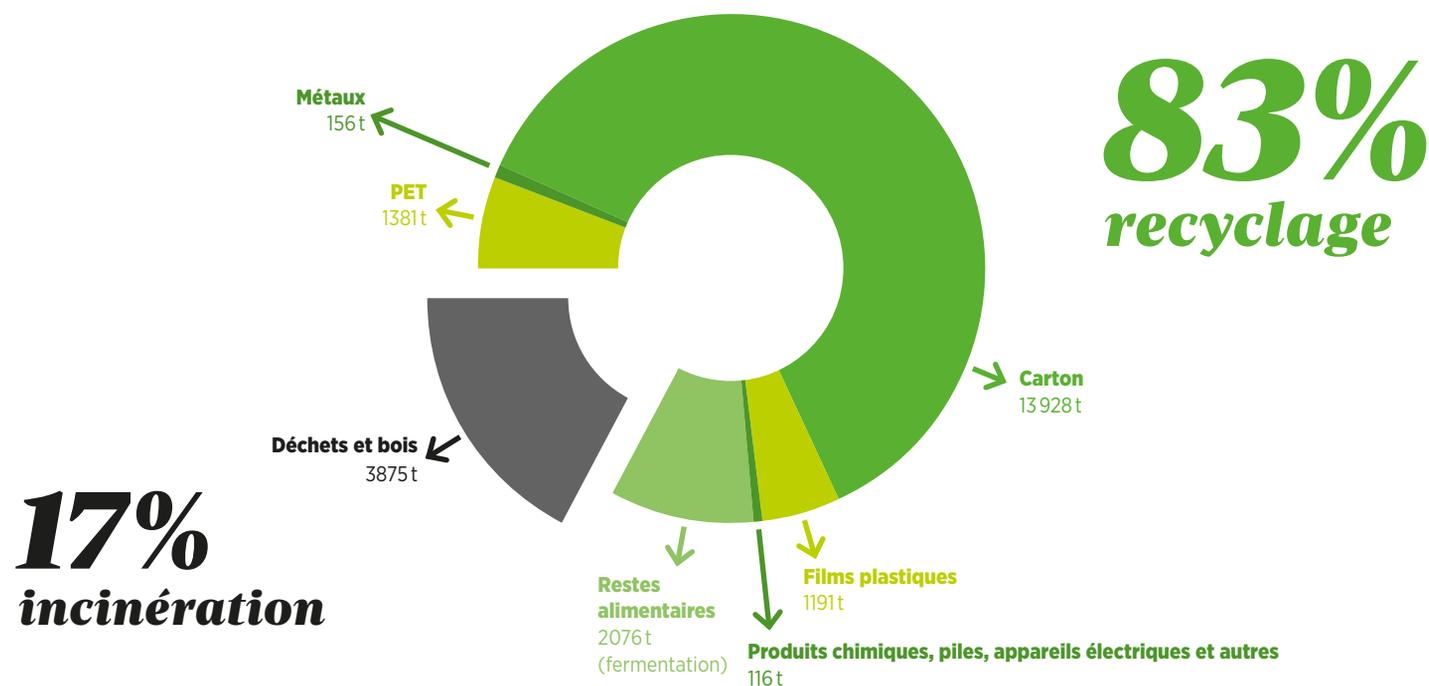
Recyclage

En collectant les matériaux recyclables dans son réseau de succursales, Denner apporte une contribution importante à la préservation des ressources. Sur les plus de 22700 tonnes de déchets générés par tous les secteurs de l'entreprise, plus de 18800 tonnes de matériaux (PET, carton, papier, film plastique, matériel électrique, piles, métaux et déchets organiques) sont recyclés. Afin de sensibiliser et de promouvoir le traitement des déchets, Denner forme régulièrement ses collaborateurs à l'élimination et au recyclage des matériaux.

Déchets alimentaires - tous unis pour moins de déchets

Avec plus de 700 kg par personne, la Suisse est le deuxième producteur de déchets urbains à l'échelle mondiale. Cette production joue un rôle essentiel, il est donc important de contrecarrer cette tendance au moyen de diverses mesures.

Taux de recyclage en 2019



Les déchets dangereux sont éliminés dans les règles de l'art.

Où Denner réduit le gaspillage alimentaire

Production

- Contrôles aléatoires dans les entreprises de production

Transformation

- Contrôles aléatoires dans les entreprises de transformation

Entrepôts/vente

- Systèmes de commande informatiques flexibles pour une disponibilité et des niveaux de stock optimisés
- Distribution gratuite ou à prix réduit de produits (non destinés à la vente en raison de dommages, mais d'une qualité irréprochable) aux collaborateurs des centres de distribution ou à des organisations à but non lucratif telles que Caritas.
- Réduction progressive du prix dans les magasins avant la péremption du produit. Les rabais sont signalés par des autocollants 25 et 50 pour cent. Ces autocollants portent en outre la mention «Save Food – les aliments sont précieux» pour sensibiliser la clientèle.
- Passage des livraisons directes de pains cuits à la cuisson dans les magasins, permettant de réagir de manière plus flexible à la demande quotidienne. A partir de 2020, plus de livraisons directes et cuisson à 100 pour cent dans les succursales.
- Dans la mesure du possible, les dates de péremption des marques Denner

sont adaptées. Au lieu de «à consommer jusqu'au», la mention «à consommer de préférence avant le» permet de réduire le gaspillage.

- Relevé conséquent des aliments invendus, incluant des objectifs pour les collaborateurs afin de maintenir ces quantités aussi basses que possible.

Consommation

- Développement de la vente en vrac des fruits, légumes et produits de boulangerie
- Utilisation des autocollants Save Food pour sensibiliser les clients aux réductions de prix à la fin de la durée de conservation des produits frais.
- Sensibilisation des clients par un large éventail de mesures conformément à la stratégie de durabilité. Par exemple, plus de 40 annonces dans l'hebdomadaire gratuit Hebdo Denner, qui atteint des centaines de milliers de ménages. Les annonces mettent l'accent sur les agissements durables.
- Soutien financier à des organisations à but non lucratif telles que «Table couvre-toi» et «Table suisse» dans le cadre de la CI Commerce de détail Suisse.

Élimination des déchets

- Valorisation optimale des déchets organiques impropres à la consommation dans les usines de biogaz.



Denner soutient la fondation Pusch

En Suisse, un tiers de tous les aliments se perd entre le champ et l'assiette, et une grande partie de ces déchets est produite par les ménages privés. La Fondation Pusch, en collaboration avec une large alliance d'organismes fédéraux, cantonaux et communaux, d'entreprises et d'associations, s'est fixée pour objectif de sensibiliser le public au problème du gaspillage alimentaire et de motiver les gens à devenir des «Food Ninjas». Denner fait partie de ce mouvement et soutient la campagne «SAVE FOOD, FIGHT WASTE», qui explique aux consommateurs le problème du gaspillage et leur fournit des conseils et des notions simples pour l'éviter.



Une Food Ninja en mission contre le gaspillage alimentaire.

➔ PLUS D'INFOS SUR SAVE FOOD:

scanner le code QR ou entrer le lien [savefood.ch](https://www.savefood.ch)



➔ PLUS D'INFOS SUR PUSCH:

scanner le code QR ou entrer le lien [pusch.ch](https://www.pusch.ch)



«Les déchets alimentaires doivent être évités, tant pour des raisons environnementales qu'économiques.»

Jennifer Zimmermann,
responsable des services pour les communes et de la formation des adultes, membre de la direction de Pusch

EMBALLAGES

Accélérer la réduction

Denner s'est engagée à agir durablement tout au long de la chaîne de valeur. L'un des thèmes importants est la réduction des emballages, puisque plus de 450 000 tonnes de matériaux d'emballage sont jetés chaque année en Suisse. Denner veut donc économiser au moins 20 pour cent de matériaux d'emballage pour ses marques maison d'ici 2025.

Réduction du matériel d'emballage

Les emballages sont souvent critiqués pour leur excessivité, alors qu'ils remplissent une fonction utile et importante pour la conservation des aliments. En effet, ils protègent le contenu contre la détérioration prématurée, les dommages et la contamination pendant le transport, le stockage et l'entreposage en magasin. Les emballages permettent ainsi d'éviter les déchets alimentaires et d'économiser de l'énergie et des ressources. Afin de minimiser l'impact sur l'environnement, chaque emballage devrait présenter un bon bilan écologique.

En vue d'optimiser et de produire les emballages plus durablement, des solutions alternatives sont recherchées lors des entretiens avec les fournisseurs. Les premières mesures ont déjà été appliquées avec succès. L'objectif est de diminuer les ressources et l'énergie lors de la fabrication ainsi que le volume global des déchets de nos marques maison en réduisant les emballages au strict nécessaire.

Un travail de pionnier dans le domaine des emballages

Les détaillants renforcent leurs ambitions de réduire les emballages, de promouvoir le recyclage et d'agir de manière responsable. Denner envoie un signal fort au printemps 2019 en entamant une collaboration inédite avec sus.lab – une initiative de la chaire de durabilité et de technologie de l'EPFZ. Toutes les données relatives aux emballages primaires et secondaires de

Sustainable Development Goals



Les emballages protègent les contenus. La réduction continue des emballages protège en même temps l'environnement.

A droite: sous la direction de sus.lab de l'EPF Zurich, une collaboratrice scientifique a recueilli les données de tous les emballages primaires et secondaires des marques maison dans les centres de distribution de Denner. Pour collecter les données, tout est déballé, chaque bande adhésive, étiquette et carton extérieur sont saisis, chaque élément est pesé, mesuré et enregistré dans la base de données.



l'assortiment standard (sans les actions) sont recueillies et enregistrées dans une base de données. L'objectif du projet est d'identifier le potentiel d'optimisation et de réduire à long terme les matériaux d'emballage sur l'ensemble de notre assortiment de

marques maison. Les données recueillies montreront où il est possible de réaliser des économies. Les résultats de ce relevé seront disponibles à la fin de l'été 2020 et présentés dans le prochain rapport sur le développement durable.

Denner est le premier détaillant en Suisse à mettre en œuvre un projet aussi vaste et à collecter des données aussi détaillées. De cette façon, le détaillant crée la base pour identifier et quantifier les économies de matériaux.

Une nouvelle enveloppe

Sous la direction de la cheffe de projet Yolande Martini, les emballages des marques Denner sont optimisés. Ces exemples montrent où Denner a déjà réduit les matériaux d'emballage et ce qui reste à faire:



Emballages de viande
Le steak de cou de porc IP-SUISSE se débrouille maintenant avec 70 pour cent de plastique en moins.



Bananes reliées par une bande
Dans le cas des bananes emballées, le service des fruits et légumes examine l'utilisation de bandes au lieu de sacs en plastique. Les bananes reliées par une bande sont testées dans nos succursales depuis le mois d'août.

Emballages de poisson
L'emballage du poisson à la bordelaise surgelé a été amélioré, son bilan écologique également. Au lieu d'une barquette en aluminium, elle se compose désormais principalement de carton. Le film plastique sur la barquette a été complètement supprimé, car la boîte pliante certifiée FSC protège suffisamment le produit.

Un effet secondaire positif: pour chaque paquet vendu, cinq centimes vont à l'organisation environnementale One Earth – One Ocean, qui s'engage pour le nettoyage des océans.



Moins de films plastiques
Des analyses sont en cours dans le secteur de la logistique en vue de faire progresser la réduction des matériaux d'emballage. L'utilisation du film étirable pour la palettisation est aussi en cours d'analyse, non seulement dans les centres de distribution de Denner mais aussi chez les fournisseurs, afin d'en réduire la quantité. Janine Stalder, coordinatrice des opérations logistiques, qui travaille depuis quatre ans et demi pour le département de la logistique et coordonne la gestion des actions, en est responsable. Un premier acte: l'optimisation de la distribution de l'Hebdo Denner.

Bouteilles d'eau minérale Tavina
Depuis 2015, toutes les bouteilles en PET de Tavina sont devenues plus fines et les couvercles plus petits. Tavina veille également à diminuer les matériaux d'emballage pendant le transport. Au total, l'entreprise économise 179 tonnes de plastique par an.



L'Hebdo Denner dans les succursales
L'attribution des Hebdo Denner aux succursales est optimisée depuis 2018. Actuellement, le nombre de prospectus est à nouveau analysé et revu à la baisse. Cette mesure permet d'économiser 3 864 000 prospectus, ce qui correspond à un poids total de plus de 127 tonnes.

Yolande Martini,
cheffe de projet de la com-
munication mercatique

Nous voulons économiser au moins 20 pour cent de matériaux d'emballage pour nos propres marques d'ici 2025. C'est pourquoi nous examinons avec nos fournisseurs les nouvelles technologies et les matériaux qui peuvent nous aider à atteindre cet objectif. Outre la réduction des matériaux d'emballage, la biodégradation des matières premières utilisées joue également un rôle important dans le choix du conditionnement optimal.

**20 pour cent
de matériaux
d'emballage
en moins d'ici
2025 pour les
marques Denner.**

TRANSPORTS

Modes de transport alternatifs

Le choix du mode de transport influence l'empreinte écologique d'un produit. Denner examine et utilise des alternatives afin de réduire la pollution causée par les transports.

Transports par rail

Le transfert des transports de la route au rail continue. En collaboration avec nos fournisseurs, nous examinons où le transport ferroviaire offre une alternative judicieuse au transport routier et un avantage écologique. Ainsi, 33 600 palettes de produits Kimberly-Clark ont été transportées par rail vers les centres de distribution de Frauenfeld et de Mägenwil. Grâce à cette mesure, 1050 livraisons par camion et 146 tonnes de CO₂ ont pu être économisées.

La mobilité électrique pour les collaborateurs

Depuis de nombreuses années, les employés du siège de Denner à Zurich disposent d'une voiture électrique pour leurs rendez-vous professionnels et leur usage privé en dehors des heures de travail. Au cours de l'année de référence, le véhicule précédent a été remplacé par une Renault Zoe de la dernière génération. Les collaborateurs ont également eu la possibilité d'acheter une Renault Zoe à prix réduit pour leur propre usage.



Messageur vert pour la mobilité électrique: la Renault Zoe est à la disposition de tous les collaborateurs.



«Nous soutenons nos partenaires en vue de transférer les transports de la route vers le rail. Avec Denner, nous avons déjà redirigé une part considérable du flux de marchandises et amélioré ainsi l'empreinte écologique de nos produits.»

Hugo ter Braak,
Country Manager Kimberly-Clark

EFFICACITÉ ÉNERGÉTIQUE

Optimiser les dépenses et les revenus

En tenant compte des nouvelles technologies, l'objectif est de parvenir à une amélioration significative et durable de l'efficacité énergétique dans tous les domaines de l'administration, de la logistique et des points de vente, ce qui ménage les ressources et réduit les coûts.

Eclairage LED

Le remplacement de l'éclairage par des lampes LED continue. Fin 2019, environ 99 pour cent des surfaces de vente étaient équipées de lampes LED.

Installations frigorifiques naturelles

Depuis quatre ans, des produits de réfrigération naturels et écologiques sont employés dans toutes les nouvelles installations frigorifiques du réseau de succursales Denner. Fin 2019, 31 succursales étaient transformées, ce qui représente une économie de 310 tonnes de CO₂. Dans sa stratégie des fluides réfrigérants, l'objectif de Denner est de n'utiliser plus que des fluides naturels d'ici 2030.

Electricité

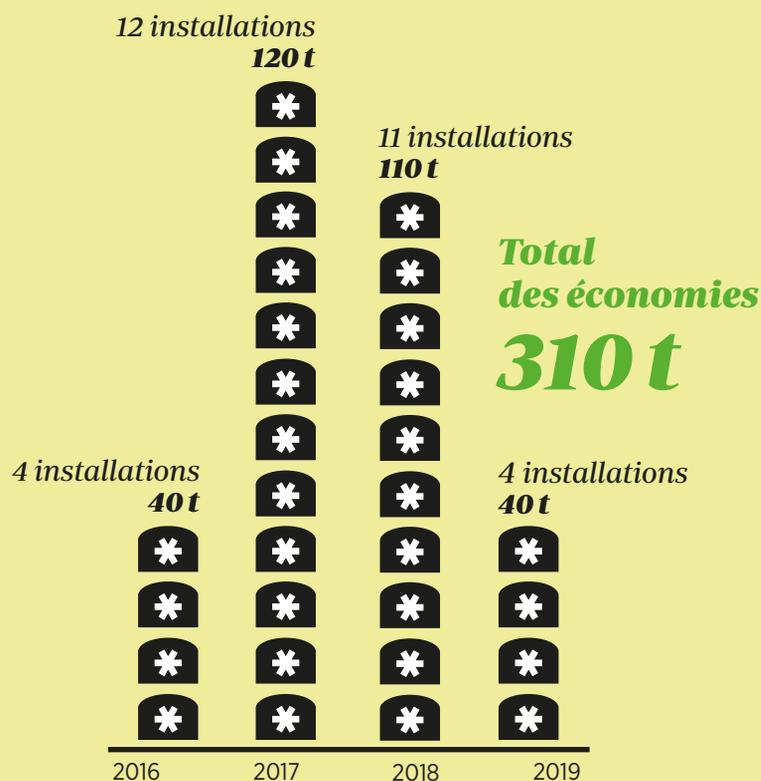
Agir durablement signifie aussi prendre des décisions clairvoyantes. A cet effet, Denner a couvert, en 2019 aussi, sa consommation électrique à 100 pour cent avec du courant durable des Alpes. La force de l'eau fournit du courant propre à près de 600 succursales (à l'exclusion des exploitations partenaires de Denner).

Sustainable Development Goals



En 2019, Denner a de nouveau amélioré son bilan environnemental et économisé un total de 310 tonnes d'émissions de CO₂.

Economies de CO₂ grâce aux installations frigorifiques

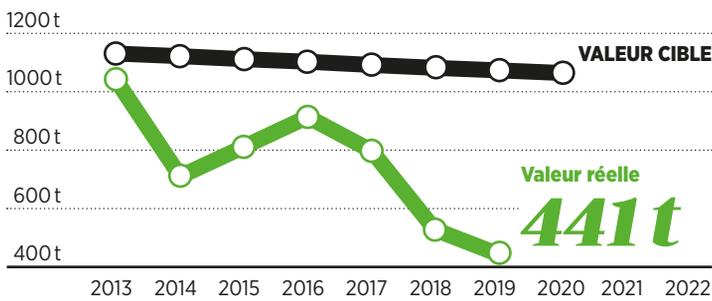


Seules les installations remplacées sont prises en compte dans le calcul, car ce sont les seules qui réalisent des économies. 10 tonnes en moins par installation.

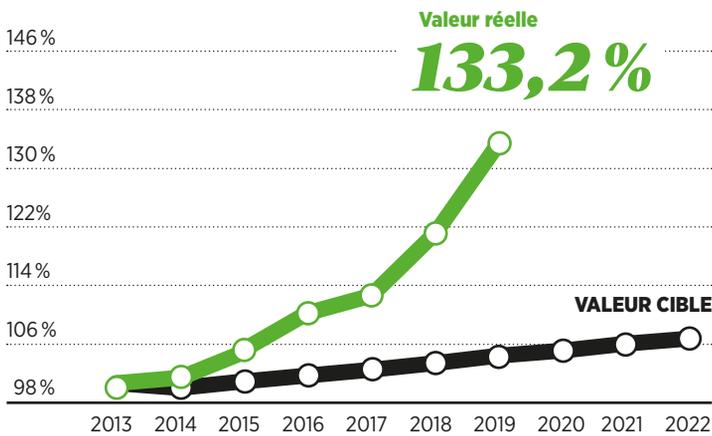
Résultats des conventions d'objectifs

Pour les cinq centres de distribution

Objectif d'émission (tonnes CO₂-eq)



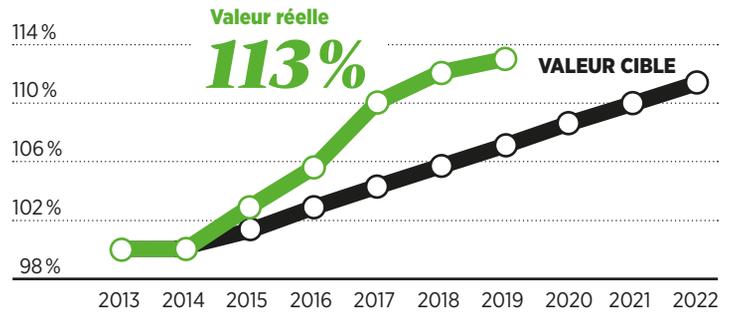
Efficacité énergétique (en pour cent)



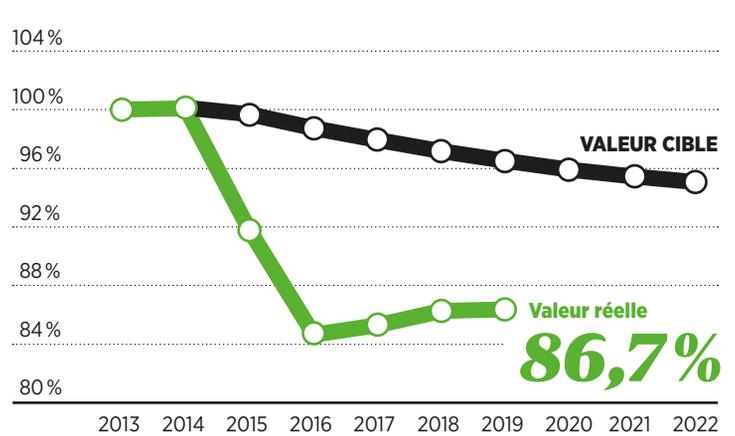
Des mesures ont été définies en collaboration avec l'Agence de l'énergie pour l'économie (AEnEC), afin d'augmenter l'efficacité énergétique et de réduire les émissions de CO₂. Les deux graphiques illustrent notre engagement durable dans les centres de distribution.

Pour l'administration

Efficacité énergétique (en pour cent)



Volume de CO₂ (en pour cent)



Les nouvelles possibilités techniques permettent d'introduire de nombreuses mesures pour réduire la consommation électrique à tous les niveaux de l'entreprise. L'amélioration de la consommation électrique ménage l'environnement et diminue en outre les frais à long terme. Une situation gagnante pour l'écologie et l'économie.

Assortiment

L'assortiment de Denner reflète les besoins de notre clientèle. Afin de répondre à toutes les exigences et de toujours offrir le meilleur rapport qualité-prix, sa composition est continuellement revue et ajustée si nécessaire. Ces dernières années, Denner a répondu à l'évolution de la demande en élargissant son offre de produits frais et labellisés, favorisant ainsi une alimentation consciente et équilibrée.

A black and white photograph of a man in a dark suit, white shirt, and patterned tie. He is standing in front of a wooden wall. To his right, several large bunches of bananas are hanging, partially obscuring the view. The man is smiling slightly and looking towards the camera. A green circular graphic is overlaid on the left side of the image, containing white text.

***Dans les années
1990, Chiquita a été
la première entreprise
à recevoir la cer-
tification Rainforest
Alliance pour ses
exploitations.***

Pionnier jaune de la durabilité

*Chiquita est présente sur le marché depuis 150 ans et s'est établie dans le monde entier grâce à une marque unique. Dans l'interview, **Raul Cutait**, Director of Sales, parle de l'engagement durable de la marque Chiquita.*

Chiquita existe depuis 1870, selon vous, qu'est-ce qui fait le succès de ce label?

Chiquita est la marque de banane la plus connue au monde. Depuis sa création en 1870, l'entreprise a pris racine dans l'industrie de la banane. Nous cultivons, transportons et vendons des bananes de qualité depuis 150 ans, et développons notre savoir-faire dans ces domaines en étroite collaboration avec les experts et les autorités locales.

Quelle est la philosophie de la marque Chiquita?

La qualité et la fiabilité. Les consommateurs du monde entier apprécient les bananes Chiquita pour leur grande qualité et leur bon goût. Cette constance est également un facteur de succès important au niveau de la collaboration avec nos partenaires commerciaux. Chiquita continue d'investir dans la qualité et le service afin de maintenir les bonnes relations avec ses clients et partenaires.

Avec l'arrivée de labels durables comme Max Havelaar, la discussion sur le commerce équitable est devenue populaire. Qu'a fait Chiquita pour aider les gens à comprendre son engagement durable?

Chiquita s'est déjà engagée pour la durabilité bien des années avant l'introduction des labels correspondants. Par exemple, nous avons développé des variétés résistantes aux maladies avec des scientifiques et des chercheurs en Amérique latine dès 1870, et dans les années 1990, nous avons été les premiers à obtenir la

➔ **PLUS D'INFOS SUR CHIQUITA:**
scanner le code QR ou entrer le lien
chiquita.com



L'entreprise **Chiquita** a été fondée il y a 150 ans et s'est entre-temps imposée comme marque internationale. La succursale, qui est aussi l'un des sièges de cette firme, se trouve à Etoy et emploie plus de 100 personnes. Plus de 20 000 collaborateurs travaillent pour l'entreprise dans le monde entier.

certification Rainforest Alliance pour nos exploitations. Aujourd'hui, nous partageons notre approche «Behind the Blue Sticker» à la fois en interne et lors de discussions avec les groupes d'intérêts, lors d'expositions, d'événements ainsi qu'au travers de tous les canaux numériques disponibles. Nous voulons rendre notre engagement en faveur de la durabilité vivant. Un bon exemple est l'autocollant Shazam Blue, qui a permis aux consommateurs de Chiquita du monde entier d'explorer virtuellement les fermes de bananes dans les tropiques et de découvrir les activités de Chiquita grâce à une expérience de réalité augmentée: de la culture à la récolte et du conditionnement à l'expédition des bananes.

Votre rapport sur le développement durable indique que la gestion durable et efficace est assurée tout au long de la chaîne de valeur. Comment assurez-vous cela dans les pays d'Amérique du Sud et centrale?

Chiquita est présente dans les tropiques depuis plus de 150 ans. Depuis le début des années 1990, Chiquita s'est engagée à apporter un changement durable dans les régions où elle investit en adoptant une approche que nous appelons l'intégration de principes (principled embeddedness). Chiquita s'engage à adhérer aux principes de la responsabilité entrepreneuriale dans le monde entier, tout en laissant à l'ensemble des filiales une indépendance suffisante pour s'intégrer dans l'économie locale.

De cette manière, Chiquita apporte une plus-value à long terme à l'économie et à la société locales, en aidant cette dernière à se développer grâce au transfert de savoir et de technologies entraînant un élargissement des possibilités économiques. Chiquita concilie ainsi les objectifs de développement durable (Sustainable Development Goals, SDGs) des Nations unies, qui visent à mettre fin à la pauvreté et à résoudre les problèmes mondiaux en matière d'environnement et de santé humaine.

Comment Chiquita assume-t-elle ses responsabilités envers les agriculteurs locaux? Leur explique-t-on la notion de durabilité?

Chiquita est probablement le plus grand producteur de bananes au monde. Cette position clé dans l'industrie implique

«Depuis le début des années 1999, Chiquita s'est engagée à faire des changements durables.»

Raul Cutait, Director of Sales Chiquita

A droite: «Notre programme de rénovation des exploitations durera jusqu'en 2022, car c'est un élément essentiel pour la production durable de bananes. Cela permet au sol de se régénérer et d'améliorer la qualité. Ce processus nous permet d'analyser systématiquement le sol, un aspect écologique important.»

Hugo Leonel Aroche Morales, Global Quality Director



la responsabilité de relever les défis de la durabilité avec d'autres partenaires du marché. L'industrie bananière actuelle est menacée par la maladie Tropical Race 4 (TR4), ce qui pourrait toucher 400 millions de personnes dans 135 pays. Beaucoup de ces micro-entreprises familiales dépendent des bananes pour leurs revenus et leur alimentation. Grâce à notre rôle au sein du conseil d'administration du Forum mondial de la banane, nous pouvons informer et aider à lutter contre cette maladie potentiellement dévastatrice.

En 2018, Denner a ouvert clairement la voie pour la diminution des émissions de gaz à effet de serre (GES) en étant le premier détaillant de Suisse à signer l'initiative Science Based Targets (SBTi). Quels sont les objectifs de Chiquita en matière de décarbonisation?

En 2012, Chiquita a chargé le MIT (Massachusetts Institute of Technology) de calculer l'empreinte carbone des bananes Chiquita. Depuis, nous travaillons intensément sur les stratégies de réduction dans nos exploitations. Par exemple, 73 pour cent des conteneurs Chiquita ont été échangés par des modèles économes jusqu'à fin 2018. Cela a permis d'économiser 3,5 millions de litres de carburant rien qu'en 2018.

Il existe un objectif mondial clair visant à limiter l'augmentation du réchauffement à 1,5 degré par rapport au niveau préindustriel. Pour comprendre comment Chiquita peut



Behind the Blue Sticker se définit en trois piliers:

The Farmers Code qui se concentre sur les exploitations, y compris leur rénovation, les économies d'énergie et d'eau, la réduction des produits chimiques, etc.

Being a Good Neighbour repose sur la relation entre Chiquita et les communautés locales et sur le principe de l'intégration (embeddedness)

For the Greater Good met en évidence la lutte pionnière de Chiquita contre le TR4, une maladie de la banane qui menace les moyens de subsistance de 400 millions de personnes.

En haut: «**Nous nous efforçons de réduire la consommation d'eau et de garantir sa qualité, en nous appuyant sur des études indépendantes du Fonds mondial pour la nature (WWF) sur le thème de l'empreinte écologique et de la gestion de l'eau. Grâce à cela, nous avons considérablement amélioré notre empreinte hydrique**»

Raul Cutait,
Director of Sales
Chiquita

y contribuer, une étude complète sur le CO₂ a été commandée en début d'année afin de déterminer le bilan environnemental de notre chaîne d'approvisionnement. En même temps, nous avons élaboré un catalogue de mesures de réduction des GES, qui devrait nous permettre de réaliser notre objectif. Le but est la reconnaissance de cet engagement par SBTi.

Que fait Chiquita pour promouvoir les questions environnementales auprès de ses collaborateurs?

Chiquita saisit toutes les occasions de dialogue interne et externe sur la durabilité. Chez Chiquita, nous sommes des agriculteurs dans l'âme et nous concentrons sur l'exploitation de fermes; nous transmettons constamment les processus commerciaux appliqués dans ces fermes à nos collaborateurs. Nous partageons le savoir et organisons des visites de nos fermes dans les tropiques par le biais de canaux et d'événements internes à l'entreprise. Nous utilisons des canaux numériques comme LinkedIn, qui ont une grande portée pour diffuser nos messages.

Quelle est la vision de Chiquita au niveau de la durabilité?

Conformément à notre mission, nous voulons exercer une influence positive sur les générations futures. Nous nous efforçons donc de jouer un rôle de premier plan dans notre secteur et d'impliquer nos partenaires tout au long de la chaîne d'approvisionnement. La vision de Chiquita en matière de durabilité est incarnée par l'approche «Behind



the Blue Sticker», qui décrit les pratiques révolutionnaires nous ayant permis de jouer un rôle de premier plan dans la branche depuis les années 1990. Cette approche se retrouve dans toutes les parties de l'organisation et repose sur des partenariats avec les principales organisations. Elle est étayée par les nombreuses normes et accréditations de Chiquita et a débuté en 1994 avec la certification Rainforest Alliance de nos exploitations et comprend aujourd'hui les certifications SA8000 et GlobalG.A.P.

Quelles autres mesures avez-vous prises?

Pendant près de 20 ans, Chiquita fut la seule entreprise du secteur à avoir conclu des accords-cadres mondiaux avec des organisations syndicales internationales telles que l'UITA et COLSIBA, ce qui apporte aussi de nombreux avantages. Chiquita peut se référer à des rapports qui montrent que même les catégories salariales inférieures dépassent le salaire minimum de 30 pour cent (selon la définition de SA8000).

De nouvelles méthodes ont permis d'améliorer la qualité des plants et de réduire la proportion de bananes qui ne peuvent pas être exportées ou consommées sur place.

En haut: **Chiquita soutient les principes de protection et de promotion des droits de l'enfant au travers d'associations comme UNICEF, Pacte mondial des Nations unies et Save the Children.**

La biodiversité est fondamentale pour Chiquita: l'entreprise a été pionnière dans la prévention de la déforestation. Elle s'est également engagée à protéger et à reboiser les forêts et les écosystèmes vitaux. Les bonnes pratiques agricoles sont utilisées pour limiter l'impact des exploitations sur la biodiversité; la rotation des cultures et l'agriculture de précision intégrée avec lutte contre les parasites en sont des exemples.

Chiquita est également un pionnier dans la promotion des droits des femmes et des enfants. Nous protégeons les droits des femmes et nous efforçons d'éliminer les inégalités de salaire entre les sexes, tout en appliquant une politique de tolérance zéro en matière de violence, de discrimination et de harcèlement sexuel. Nous avons été la première entreprise à réaliser une évaluation des droits de l'enfant au Costa Rica et au Panama, élaborée par l'UNICEF. Chiquita est ancrée dans les communautés qui soutiennent leurs exploitations agricoles et s'engage non seulement à assurer la sécurité et le bien-être de ses employés, mais a également pris des mesures sévères pour prévenir le mobbing et protéger les dénonciateurs d'abus.



«Avec Denner, nous avons décidé début 2019 de passer des sacs en plastique aux bandelettes.»

Raul Cutait

à quai (AMP) permet d'économiser 1150 tonnes de CO₂. Depuis 2015, 10 000 conteneurs ont été remplacés par des modèles plus récents. Chiquita est également pionnière dans le domaine de la maturation des bananes dans des installations neutres en carbone. Il en résulte un très faible niveau d'émissions et la compensation des émissions inévitables se fait par le biais d'un programme CO₂ prédéfini. En outre, nous menons une étude sur le CO₂ afin d'évaluer les options pour améliorer la compensation de nos transports.

Depuis quand les bananes Chiquita ne sont-elles plus emballées dans un sac en plastique chez Denner, mais reliées par une bande en carton?

Avec Denner, nous avons décidé début 2019 de passer des sacs en plastique aux bandes en carton. Après des tests réussis, les premières bananes ont été vendues chez Denner au printemps 2019.

D'où vient cette idée?

L'idée est née de l'étroit partenariat entre Chiquita et Denner, soutenu par une communication constante et notre objectif commun de fournir aux clients les bananes de leur choix tout en améliorant le bilan environnemental dans la mesure du possible.

Mais pour le transport, les bananes restent emballées dans des boîtes en carton épais et des films plastiques. N'y a-t-il pas d'alternative plus écologique?

Nous utilisons des boîtes en carton et du plastique pour protéger les bananes pendant le transport et éviter les déchets alimentaires. C'est un acte d'équilibrisme entre emballage et déchet, et l'impact sur l'environnement devrait être moins important qu'avec le plastique. Chiquita recherche et développe des alternatives et donne la préférence à l'utilisation optimale des matériaux et à leur recyclabilité. Par exemple, l'emploi des bandes permet d'économiser 390 tonnes de CO₂ par an.

En haut: sous sa nouvelle direction, Chiquita est à l'avant-garde de la mise en œuvre des dernières technologies d'économie d'énergie. Cela concerne l'emballage, la protection des bananes pendant le transport, les conteneurs, les navires et le processus de maturation.

A gauche: «Nous permettons à nos collaborateurs, hommes et femmes, de se développer et de signaler tout comportement inapproprié dans nos exploitations. Il est essentiel que les collaborateurs se sentent en sécurité et bénéficient des meilleures conditions de travail possibles.»

Raúl Gigena Pazos,
Human Resources
Director

Depuis quand Chiquita vend-elle des bananes à Denner?

Chiquita et Denner sont des partenaires stratégiques depuis des décennies. Depuis 2017, Chiquita fournit toutes les bananes à l'ensemble des magasins de Denner, soit la marque premium de Chiquita et la marque maison.

Comment les bananes sont-elles acheminées des tropiques jusqu'au détaillant suisse? Qu'est-ce qui rend le transport des bananes si délicat?

Les bananes sont très sensibles et nécessitent beaucoup de soins. Après leur conditionnement dans les caisses à la ferme, elles sont chargées dans des conteneurs réfrigérés, qui garantissent une chaîne du froid continue jusqu'à l'arrivée grâce à l'atmosphère contrôlée. Nous utilisons une flotte de navires modernes pour transporter nos bananes à travers l'océan.

Les émissions de CO₂ causées par le transport des bananes sont-elles compensées?

Chiquita utilise la meilleure technologie énergétique possible. Les bananes arrivent en Europe dans nos propres conteneurs et sur nos propres navires. Nous avons récemment investi dans le courant continu haute tension (CCHT) sur nos navires. Une alimentation électrique des navires

QUALITÉ ET SÉCURITÉ

Garantir les exigences qualitatives

L'offre variée de Denner comprend des produits de marque et des marques maison pour les besoins quotidiens. Les produits des marques Denner représentent environ un quart de l'assortiment. Grâce à des relations de longue date avec les fournisseurs et à des structures sobres au sein de l'entreprise, la marque Denner représente une alternative aux articles de marque tout en offrant un rapport qualité-prix convaincant.

La satisfaction des clients

Pour Denner, la satisfaction des clients est prioritaire. Les réactions des consommateurs et nos propres tests sont des indicateurs pour la gestion de la qualité chez Denner. Ils permettent de tirer des conclusions quant à la conformité d'un produit aux exigences de qualité et aux goûts de nos clients. Si Denner identifie la nécessité d'un changement, des ajustements sont faits sur la base de tests sensoriels et analytiques en étroite collaboration avec les fournisseurs. Nos marques maison représentent environ un quart de l'assortiment. Denner détermine elle-même les composants et les recettes, qui sont élaborés avec le plus grand soin par la gestion interne de la qualité. Cela permet de garantir que les propres exigences de qualité et les normes légales soient respectées à tout moment.

Grâce à ces mesures d'assurance qualité, les marques Denner obtiennent régulièrement de bons résultats lors de tests indépendants et de sondages des clients et prouvent de façon éloquente que la qualité ne doit pas être chère.

Sustainable Development Goals



Produits primés



K-Tipp 18/2019
du 20 novembre 2019
Note «très bon»



K-Tipp 12/2019
du 2 août 2019
Note «bon»
Gagnant du test



K-Tipp 16/2019
du 10 octobre 2019
Note «bon»
2^e rang



K-Tipp 10/2019
du 22 mai 2019
Note «bon»
2^e rang

Depuis des années, les produits Denner occupent régulièrement les premières places dans les tests de qualité et comparatifs des émissions de consommateurs suisses ou des revues. Cela prouve une fois de plus qu'une bonne qualité ne doit pas forcément être chère.

PRODUITS LABELLISÉS

Augmentation des produits certifiés

Denner est consciente de sa responsabilité sociale et écologique et s'est fixée des objectifs ambitieux au niveau d'une production durable. Les labels de qualité créent la transparence et soutiennent les clients au moment de leur choix. C'est pourquoi Denner élargit constamment son assortiment de produits certifiés. Outre la production, l'origine et la fraîcheur des aliments sont également des facteurs clés avec lesquels Denner encourage les achats conscients.



Un plaisir durable pour tous

Notre slogan «Un pour tous» s'applique également à la production durable. La possibilité d'acheter des produits écologiques ne doit pas être une question de revenu. Pour cette raison, un partenariat stratégique avec IP-SUISSE existe depuis 2016, dont les aliments proviennent d'une agriculture suisse respectueuse de l'environnement et des animaux. Le sympathique label à la

Sustainable Development Goals



coccinelle orne 138 produits, des fruits et légumes aux produits laitiers, en passant par la viande et les produits boulangers.

Augmentation des produits certifiés

Avec la marque enerBio, Denner élargit encore son offre d'aliments certifiés. Le label renonce délibérément aux additifs et à l'emploi de produits phytosanitaires et engrais chimiques ou de

synthèse, et propose des aliments issus d'ingrédients cultivés biologiquement pour chaque repas de la journée. L'assortiment comprend par exemple du lait d'amande, du café, du bircher ou du risotto de qualité bio. Avec l'introduction d'enerBio, Denner élargit sa collaboration avec la chaîne de drogues allemande Rossmann. Le rapport qualité-prix convaincant de Rossmann offre à nos clients un choix abor-



Les pâtons sont sortis du congélateur.



Les croissants sont cuits dans le four de la succursale.



Vingt minutes plus tard, ils sont prêts.



Dès qu'ils sont refroidis, Yani Koller et Paolo Leoci rangent les croissants dans le rayon.

280
succursales
n'offrent plus
que du pain cuit
au magasin.*

* état de janvier 2019

dable d'aliments produits de manière conventionnelle ou durable, et complète idéalement l'assortiment actuel d'IP-SUISSE.

Augmentation des produits frais – davantage de fruits et légumes dans l'assortiment et du pain frais jusqu'à la fermeture

Les personnes qui se nourrissent sainement font également attention à la fraîcheur des produits lors de leurs achats. La fraîcheur est l'indicateur d'un court trajet entre le fournisseur et le magasin, ainsi qu'une garantie de saisonnalité. Afin de répondre encore mieux à cette exigence de la clientèle, Denner étend constamment ses com-

pétences et son offre de produits frais. Non seulement les fruits et légumes, mais aussi 95 pour cent de nos produits boulangers cuits dans nos magasins, proviennent de Suisse.

Augmentation des produits végétariens et véganes

Divers objectifs environnementaux ont été convenus dans le cadre du partenariat avec le WWF. L'un d'entre eux est l'augmentation des produits de substitution du lait et de la viande. Durant l'année de référence, l'assortiment de Denner comprend 63 produits végétariens et véganes. L'offre est constamment élargie afin d'offrir un choix supplémentaire à nos clients.



Denner propose 63 produits végétariens et véganes de marque maison dans son assortiment



APERÇU DES PRODUITS LABELLISÉS

Augmenter les produits durables et agir de manière responsable

Dans son assortiment, Denner propose de nombreux labels garantissant une production respectueuse de l'environnement, une origine locale ou une alimentation sans viande. Les produits certifiés aident les clients à se repérer lors de leurs achats et leur donnent des informations claires sur l'origine, la production ou les ingrédients des produits. La part des produits certifiés sera encore augmentée.

Label		Nombre de produits dans l'assortiment total
	MSC, Marine Stewardship Council	58 produits
	ASC, Aquaculture Stewardship Council	27 produits
	FSC, Forest Stewardship Council	69 produits
	UTZ, Better Farming	114 produits
	IP-SUISSE	138 produits
	Bio Suisse, produits suisses bios	19 produits
	Produits bios UE	75 produits
	Rainforest Alliance	12 produits

Label		Nombre de produits de propres marques
	V-Label	63 produits
	Sans gluten	33 produits
	Sans lactose	16 produits

➔ **PLUS D'INFOS SUR LES LABELS:**
scanner le code QR ou entrer le lien
denner.ch/fr/labels



Annika Flocke,
product manager
produits frais

Dans sa fonction, Annika Flocke est en contact étroit avec les fournisseurs et participe au développement des produits maison. Elle a donné l'impulsion à un projet commun de lutte contre la pollution plastique des eaux. Pour chaque emballage de sticks de poisson et de filet à la bordelaise vendu, Greenland Seafood Europe GmbH et Denner font un don de 5 centimes à l'organisation One Earth - One Ocean qui retire le plastique des océans et des fleuves pour le recycler. Afin de donner le bon exemple, l'emballage des deux produits certifiés issus de la pêche sauvage durable est désormais exempt d'aluminium et de plastique.

Agir de manière responsable est important pour moi, dans mon travail comme en privé. Je m'engage chaque jour pour l'environnement.



BONNE PRATIQUE AGRICOLE / PRÉSERVATION DES RESSOURCES

Une production responsable

Les effets de nos décisions ne s'arrêtent pas à la frontière suisse. En tant qu'entreprise responsable, Denner prend des dispositions pour que sa politique d'achat soit conforme aux bonnes pratiques agricoles et prenne en compte à la fois la protection des ressources naturelles et le respect de conditions de travail équitables.

Responsabilité sociale

Les fournisseurs des marques Denner et des articles de marque doivent obligatoirement signer le code de conduite pour le respect des directives amfori-BSCI ou des standards équivalents pour pouvoir livrer Denner. La Business Social Compliance Initiative (amfori-BSCI), lancée par des entreprises visant l'amélioration des standards sociaux, offre aux entreprises un système de contrôle et de qualification systématique. Le but est de ne travailler plus qu'avec des fournisseurs audités amfori-BSCI ou similaire dans les pays à risque. Denner exclut ainsi l'achat de produits provenant de pays à risque sans audit amfori-BSCI ou semblable.

Bonne pratique agricole

GlobalG.A.P. (Good Agriculture Practice) est synonyme de bonne pratique agricole; c'est le principal standard dans le domaine alimentaire. Il comprend les exigences de base envers les fournisseurs de produits agricoles, dont des critères relatifs à l'environnement (au moins 95 pour cent des fruits et légumes ainsi que des assortiments de fleurs et de plantes sont certifiés GlobalG.A.P. ou équivalent). Pour les pro-

Sustainable Development Goals



duits agricoles provenant de pays à risque, Denner exige le strict respect de GlobalG.A.P. GRASP (GlobalG.A.P. Risk Assessment on Social Practice), un module supplémentaire de GlobalG.A.P., centré sur les pratiques sociales comme la sécurité au travail, la protection de la santé et les questions sociales dans les exploitations agricoles. Une bonne pratique agricole s'applique non seulement aux produits, mais aussi aux personnes impliquées dans la production. Surtout au niveau des produits provenant de pays à risque, cela permet d'assurer qu'aucun produit non certifié GRASP (ou certification semblable pour les directives d'approvisionnement) ne soit importé. amfori-BSCI et GlobalG.A.P. GRASP vérifient et certifient le respect des directives jusqu'au lieu d'origine et veillent à la transparence tout au long de la chaîne de valeur. De plus, ils s'engagent pour des standards de sécurité internationaux. Le standard SwissGAP s'applique à la production alimentaire suisse; c'est un système reconnu par GlobalG.A.P., adapté à la Suisse.

Réalisé en 2019:
100% SwissGAP
97% GlobalG.A.P.
pour fruits
et légumes
100% GlobalG.A.P.
pour les fleurs
et les plantes

BIEN-ÊTRE ANIMAL

Par respect pour les animaux

Le bien-être des animaux et une production respectueuse de l'environnement répondent à un besoin largement répandu chez les consommateurs. Avec l'offre IP-SUISSE, Denner propose une alternative aux produits carnés issus de la production conventionnelle et permet à ses clients de soutenir volontairement les exploitations suisses qui répondent à des exigences élevées en matière de bien-être animal.

Promouvoir la viande suisse

L'offre de produits carnés certifiés IP-SUISSE est continuellement étendue. Les clients reconnaissent les produits suisses fabriqués dans le respect des animaux et de l'environnement grâce au logo accrocheur de la coccinelle d'IP-SUISSE. Aujourd'hui déjà, 86 pour cent des produits carnés vendus par Denner proviennent de Suisse et la tendance est à la hausse. Les produits carnés importés respectent des directives strictes en matière de bien-être animal, d'additifs alimentaires ou médicamenteux, de production et de transport. Seuls les fournisseurs qui peuvent présenter les certificats requis sont pris en compte.

Poisson

Denner soutient la pêche durable et ne vend plus que du poisson et des fruits de mer de source durable depuis 2018. Elle a ainsi réalisé les objectifs environnementaux convenus avec le WWF. Durant l'année de référence, 74 pour cent des produits Seafood sont déjà certifiés MSC ou ASC. Le reste est évalué et classé par Naturland. L'objectif convenu avec le WWF pour 2020 au sujet des parts de produits labellisés (MSC/ASC) était déjà dépassé en 2018.

Sustainable Development Goals



Chez Denner, 86 pour cent des produits carnés vendus proviennent de Suisse.

Être humain

Malgré une structure décentralisée comptant des centaines de magasins, cinq centres de distribution et trois centres administratifs, la famille Denner cultive une culture vivante. Les valeurs de l'entreprise sont vécues avec conviction car elles favorisent la coopération et la réussite commune. Le développement individuel est tout aussi important que le développement collectif. Denner soutient les collaborateurs pour améliorer leurs perspectives et leur offre de nombreuses opportunités de carrière grâce à un large éventail de formations professionnelles et continues.



Rester fidèle aux principes pour sauver l'environnement

Un entretien avec **Ursula Nold**, présidente actuelle de Migros, sur l'importance du développement durable et d'un comportement responsable au sein du groupe Migros.

Depuis 2012, Denner a versé plus de 30 millions de francs au fonds de soutien.

La durabilité est à l'ordre du jour. Où Migros fixe-t-elle ses priorités?

Penser et agir de manière durable n'est pas une invention moderne, mais a toujours été à la base d'une réussite globale et à long terme. Pour le groupe Migros et ses domaines d'activité extrêmement hétérogènes, cela signifie définir et adopter une stratégie de durabilité contraignante et actuelle pour toutes les entreprises, filiales et coopératives. Nous l'avons fait ce printemps et avons défini les quatre thèmes clés suivants qui s'appliquent à l'ensemble de la communauté Migros: l'engagement en faveur de la cohésion sociale, la fermeture du cycle au niveau de sujets d'actualité comme le recyclage ou le plastique, la protection du climat et les énergies renouvelables, ainsi que l'élargissement de notre vaste assortiment de produits durables. Nous pensons que c'est dans ces domaines que nous obtiendrons les meilleurs résultats et sommes convaincus que c'est également là que l'urgence est la plus grande.

➔ PLUS D'INFOS SUR LE FONDS DE SOUTIEN:

scanner le code QR ou entrer le lien

engagement-migros.ch



Plusieurs entreprises du département Commerce du Groupe Migros ont institué le fonds de soutien en 2012. **Le fonds de soutien** Engagement de Migros complète les activités du pour-cent culturel Migros par des approches individuelles.

Quels sont les objectifs concrets à réaliser et quelle est l'ambition à long terme de Migros?

La stratégie de Migros est basée sur les objectifs de l'Agenda 2030 de développement durable des Nations Unies. Nous pouvons nous fixer des objectifs ambitieux et les réaliser en nous engageant ensemble et de manière coordonnée comme groupe d'entreprises et de coopératives. Au niveau de la protection du climat par exemple, nous avons économisé environ deux fois plus de gaz à effet de serre depuis 2010 que la Suisse avait prévu. Dans notre activité principale, à savoir le commerce de détail, nous nous engageons de manière mesurable en faveur d'une consommation responsable et d'une production durable. L'une des raisons pour lesquelles Migros a été élue plusieurs fois comme détaillant le plus durable au monde. Un exemple concret est l'utilisation systématique de conteneurs réutilisables pour le transport de marchandises. Migros économise ainsi plus de 90 000 tonnes de carton chaque année. En outre, nous offrons non seulement un assortiment de produits durables supérieur à la moyenne, mais nous obligeons également nos fournisseurs du monde entier à respecter des normes sociales minimales.

Pourquoi la durabilité est-elle si importante pour le groupe Migros?

Agir de manière responsable, s'engager largement en faveur du bien commun et respecter les principes de durabilité ont toujours fait partie de la culture de Migros. En tant que premier détaillant alimentaire de Suisse, également chargé de l'approvisionnement de la population, nous prenons particulièrement au sérieux notre responsabilité envers l'environnement, l'être humain et les animaux. Nos clients le savent et nous font confiance.

«Au niveau de la protection du climat, nous avons économisé environ deux fois plus de gaz à effet de serre depuis 2010 que la Suisse avait prévu.»

Ursula Nold, présidente de Migros

Projets d'Engagement Migros



L'application Swiss Climate Challenge aide à comprendre et à réduire l'empreinte écologique de notre mobilité.

Swiss Climate Challenge

Un tiers des émissions de CO₂ des gens vivant en Suisse sont causées par la mobilité. Y compris les vols en avion. C'est donc le principal facteur d'accélération du réchauffement climatique. Si nous voulons laisser des moyens de subsistance intacts aux générations futures, il faudrait contribuer à les réduire. Mais comment une personne vivant dans ce pays peut-elle raisonnablement réduire sa propre consommation?

Pour le découvrir, Swiss Climate Challenge met un outil simple à la disposition de la population suisse et des entreprises du pays. Le projet est soutenu par le fonds de soutien Engagement Migros, Swisscom, SuisseEnergie et South Pole. Avec une approche ludique, Challenge permet aux participants de mieux comprendre leur comportement en termes de mobilité et donc de l'améliorer.

Une application dite «Huckepack» permet de la diffuser rapidement en l'intégrant dans les applications existantes comme «Blick» ou Bluewin. Le projet emprunte ainsi une nouvelle voie et incite les gens à réduire leur empreinte écologique grâce à des actions simples – et d'avoir une influence positive sur le changement climatique.

Swiss Climate Challenge a développé son outil en 2019 et l'a intégré dans l'appli «Blick», touchant ainsi des milliers d'utilisateurs.



Les SINGApreneurs du centre zurichois lors d'un atelier.

SINGA Factory

Auparavant entrepreneurs, de nombreux immigrés ne trouvent pas de travail qualifié en Suisse. Dans ce contexte, SINGA Factory – Innovation Through Diversity soutient les personnes avec ou sans expérience de migration qui veulent créer une entreprise technologique en Suisse. Durant ce programme de six mois rendu possible par Engagement Migros, les participants travaillent intensément à peaufiner leur idée commerciale. Ils bénéficient d'ateliers de travail et d'un coaching individuel et testent leurs concepts auprès d'investisseurs, de partenaires et de clients potentiels. Grâce à leur regard neuf sur la société suisse, les immigrés peuvent identifier de nouveaux secteurs d'activité, tout en reconnaissant les opportunités de marché dans leur propre communauté. SINGA Factory ne se contente pas de promouvoir le potentiel entrepreneurial des immigrés, mais occasionne également des innovations technologiques et sociales et donne de nouvelles impulsions à l'économie suisse.

Après Zurich, SINGA a ouvert un deuxième centre à Genève en 2019 d'où elle accompagne les immigrés dans le lancement de leur idée commerciale.

➔ singaswitzerland.ch



Un réfrigérateur Madame Frigo à Berne.

Madame Frigo

En Suisse, un tiers des denrées alimentaires produites – soit env. 2,2 millions de tonnes – finit à la poubelle chaque année. Les ménages privés seraient responsables de près de la moitié de ces déchets. Une jeune équipe entre en jeu avec son projet pionnier Madame Frigo: dans un réfrigérateur communautaire accessible au public, chacun peut mettre gratuitement à disposition des aliments consommables qu'il n'utilisera pas. Cette initiative pratique permet aux ménages privés de contribuer à la réduction des déchets alimentaires. Et pour favoriser le respect des aliments auprès des jeunes générations, Madame Frigo propose aussi des offres de médiation comme des modules d'apprentissage et des ateliers.

Lancé avec succès à Berne, le projet sera étendu à d'autres endroits dans toute la Suisse avec le soutien d'Engagement Migros.

En 2019, Madame Frigo s'est installée à Aarau, Interlaken, Lucerne, Spiez, Zermatt et Zurich, entre autres.

➔ madamefrigo.ch



A la LégumesAgridémie, les élèves de l'école primaire expérimentent de leurs propres mains d'où proviennent les légumes qui se trouvent sur nos assiettes.

LégumesAgridémie

Dans un monde fondé sur le principe de la division du travail, on oublie souvent que l'homme fait partie de la nature. L'initiative éducative indépendante LégumesAgridémie renforce cette prise de conscience et est soutenue par le fonds de soutien Engagement Migros. Fondé en Allemagne, le projet est maintenant aussi présent en Suisse.

Dans tout le pays, des écoles primaires installent des parcelles dédiées à la culture de légumes. Les enfants y apprennent à planter des semis, à entretenir un jardin ou à désherber, guidés par leurs enseignants et des bénévoles de la LégumesAgridémie.

On approfondit ensuite en classe tout ce qui a été expérimenté sur le terrain. L'association d'utilité publique LégumesAgridémie Suisse propose toute une gamme de services dans le domaine de l'éducation au développement durable (EDD), comme une plateforme de connaissances numérique, des idées de leçons proches de la nature, des formations pour les enseignants et très concrètement, des graines. Lorsque les enfants connaissent toute la chaîne de production de leur alimentation, de la semence à la vente des produits, ils comprennent mieux l'importance de bien consommer au quotidien – une façon de promouvoir un mode de vie sain. Pour une génération qui sait ce qu'elle mange.

Le lancement de la LégumesAgridémie a eu lieu en 2019 en Suisse. Soutenu par Engagement Migros, le projet a déjà récolté ses fruits avec 12 classes et près de 300 enfants pendant cette année-là.

➔ gemueseackerdemie.ch

Quelle est l'importance de la durabilité pour les clients?

Elle devient de plus en plus importante. Entre-temps, près d'un tiers des demandes en ligne concerne la durabilité. Les clients veulent par exemple savoir ce que nous faisons pour lutter contre l'invasion du plastique ou les déchets alimentaires ou pour la protection de l'environnement en général. A ce niveau, nous devons autant contribuer à la résolution de ces problèmes en tant qu'entreprise que les consommateurs. Cela coïncide d'ailleurs avec notre conception de la citoyenneté d'entreprise moderne, selon laquelle les entreprises sont de plus en plus perçues comme faisant partie de la société, dans laquelle tous les membres sont interdépendants et travaillent ensemble pour trouver des solutions durables.

Comment Migros promeut-elle la consommation durable?

En premier lieu, par un nombre sans cesse croissant de produits durables et de services et produits adaptés à un mode de vie sain. En même temps, nous donnons des informations et des explications par le biais de canaux tels que le Migros magazine, le podcast sur la durabilité «Chrut und Rüepli» ou directement dans nos magasins. Voici deux exemples: nous inscrivons «by air» sur les produits qui arrivent par avion, car ils présentent un bilan CO₂ nettement plus élevé que les produits qui parviennent par voie terrestre dans les succursales Migros. Là, nous proposons des sacs de légumes réutilisables à des prix très avantageux, ce qui permet de renoncer aux sacs en plastique pour les fruits et légumes.

Quel est l'objectif du fonds de soutien Migros?

Notre engagement social volontaire repose sur l'idée que Migros ne se contente pas de répondre aux besoins des consommateurs, mais qu'elle s'efforce aussi de promouvoir la cohésion sociale. Initié en même temps que le Pour-cent culturel Migros et le Fonds de soutien Migros, Engagement Migros accompagne et soutient de nombreux projets dans les domaines de la culture, de la société, de la formation, des loisirs et de l'économie. Rien que par le biais du Pour-cent culturel, Migros a investi jusqu'à présent bénévolement plus de 4,8 milliards de francs dans des projets d'intérêt général en Suisse.

Comment percevez-vous l'engagement de Denner dans le domaine de la durabilité?

En tant qu'entreprise du groupe Migros, Denner fournit une contribution importante à la réalisation de nos objectifs ambitieux et montre que le discount et la durabilité ne s'excluent pas. La volonté de Denner de réduire de moitié ses émissions de CO₂ d'ici 2030 m'a impressionnée positivement. Son engagement durable se montre aussi dans la distribution d'aliments encore consommables et

Projets d'Engagement Migros



Le projet Stop Hate Speech a été lancé début 2019 par l'organisation faitière des femmes Alliance F - sur la photo, Sophie Achermann, la directrice d'Alliance F.

Stop Hate Speech

La liberté de se forger sa propre opinion et un débat ouvert font partie des valeurs fondamentales d'une société libre. Cela nécessite des discussions difficiles et en même temps objectives. Les médias sociaux et les fonctions de commentaires sur les plateformes de nouvelles ont cependant contribué à abaisser le seuil d'inhibition face aux agressions verbales, lesquelles touchent le plus souvent les femmes et les jeunes.

Avec l'appui du fonds de soutien Engagement Migros, le projet Stop Hate Speech effectue un travail de pionnier pour lutter contre ce nouveau phénomène. Il a pour ambition de détecter les propos haineux (hate speech) sur le Net à l'aide d'un algorithme, tout en mettant à disposition un guichet numérique où les personnes concernées peuvent s'informer. Des listes de contrôle doivent aider à déterminer si une limite a été transgressée, à définir les termes et à identifier les possibilités d'actions. Cela permet de renforcer les compétences médiatiques de la population et contribue à mieux la sensibiliser.

Ce projet pionnier remédie à un problème spécifique de la sphère numérique en combinant des approches techniques et civiles. En créant une communauté de bénévoles multilingues, il entend intervenir directement dans les discussions comportant des propos haineux.

Stop Hate Speech a été lancé en 2019 avec le soutien d'Engagement Migros.

 stophatespeech.ch



Chez Laufmeter, les collections des designers suisses sont présentées au public – ici dans la vieille ville de Berne.

Laufmeter

Acheter des vêtements de qualité, régionaux et équitables et les porter plus longtemps: la Slow Fashion est un mouvement en réaction à la Fast Fashion, le fast food de la mode. Cette mode «lente» favorise une gestion responsable des ressources jusque dans nos armoires. Dans la mode comme dans l'alimentation, les acheteurs et les consommateurs sont de plus en plus attentifs à la durabilité, aux conditions de production et à l'origine des produits. Avec l'aide d'Engagement Migros, le projet pionnier Laufmeter crée une place pour la mode suisse.

Ainsi, les défilés «uf dr Gass» (dans la rue) organisés avec succès dans les ruelles de Berne seront étendus à d'autres villes de Suisse. Le projet teste un système de franchise sociale. De plus, le public a directement accès à la mode locale via des salons de mode, des showrooms mobiles et une boutique en ligne. Le site Internet fournit des informations transparentes sur les conditions de production.

Laufmeter montre à quel point la mode régionale et durable peut être amusante et donne à tous l'occasion de lutter contre le gaspillage par sa décision d'achat.

➔ shop.laufmeter.ch



Ce bureau partagé à Samedan (GR) fait partie du réseau VillageOffice.

VillageOffice

La coopérative VillageOffice ramène le travail là où nous vivons. Son but: réduire le trafic, renforcer les communautés locales et créer un monde du travail moderne.

Grâce à la numérisation et aux nouvelles technologies de l'information, nous pouvons désormais travailler de manière beaucoup plus décentralisée. VillageOffice utilise ce potentiel: avec le soutien d'Engagement Migros, la coopérative construit un réseau suisse d'espaces de coworking situés à moins de 15 minutes du domicile des intéressés en transports publics ou à vélo. Elle ne cherche pas à remplacer les places de travail conventionnelles, mais à compléter l'offre existante pour en faire profiter les employeurs et les employés, l'environnement et la société dans son ensemble.

La période de promotion de VillageOffice s'est terminée en 2019. La coopérative dispose maintenant d'une base solide pour renforcer son modèle et le diffuser dans toute la Suisse.

➔ villageoffice.ch

impeccables à des organisations caritatives comme Caritas Suisse, Table Suisse et Table couvre-toi ou d'autres projets d'entraide locaux. Pour moi, ces activités sont l'expression d'une action durable et responsable.

Comment définissez-vous la durabilité?

Pour moi, la durabilité signifie que nous devons utiliser les ressources de notre environnement aussi efficacement que possible et instituer la justice sociale dans nos relations avec tous les membres de la société. C'est la seule manière de laisser à nos enfants et à leurs descendants une terre saine et viable.

Comment rendez-vous votre vie quotidienne durable?

Je prends différentes mesures qui ont un effet lorsqu'elles sont additionnées. Par exemple, j'utilise les transports publics pour aller au travail chaque fois que cela est possible. Lorsque je fais mes achats, je choisis plutôt des produits saisonniers et régionaux – j'apprécie les nombreux produits IP-SUISSE de Denner pour cela – et, à la maison, nous goûtons de plus en plus souvent des recettes végétariennes de migusto par exemple. Mes enfants veillent à ce que j'aille faire mes courses avec des sacs réutilisables et non en plastique et nous aident à éviter les déchets alimentaires. Ainsi, nous mangeons parfois des restes au dîner. Sans oublier le tri systématique de nos déchets. Le samedi matin, nous allons jeter séparément les bouteilles en PET et de lait, les piles, le verre ou le compost.

«Grâce à l'utilisation systématique de conteneurs réutilisables dans le transport de marchandises, Migros économise plus de 90 000 tonnes de carton chaque année.»

Ursula Nold

MANIÈRE DE DIRIGER ET CULTURE

Des valeurs vécues

Plus de 70 nationalités sont représentées chez Denner. Dans les magasins, les centres de distribution et l'administration, les différentes cultures se fondent en une seule grâce à l'intégration, au dialogue et à la coopération. Pour cette raison, Denner investit beaucoup dans la formation de ses collaborateurs, non seulement pour les promouvoir, mais aussi pour vivre avec eux au quotidien la culture d'entreprise.

La culture d'entreprise représentée par le phare

Le phare symbolise les valeurs défendues par tous les collaborateurs de Denner. Une culture d'entreprise vivante crée un sentiment d'appartenance et constitue le dénominateur commun de la famille Denner, composée de collaborateurs aux caractéristiques culturelles et linguistiques les plus diverses. La manière de diriger y joue un rôle particulier. Les cadres sont donc continuellement formés pour aider à ancrer la culture d'entreprise et de leadership.

Sustainable Development Goals



Intégration

De nombreux collaborateurs de Denner ont des racines culturelles à l'étranger. Leur mode de vie diffère parfois fortement des coutumes et traditions de notre pays. Ces collaborateurs doivent donc concilier chaque jour les différentes cultures. Denner encourage l'intégration par des formations internes et externes afin de mieux faire connaître la culture du pays. Mais aussi pluriculturelle que soit la famille Denner, nous avons tous une chose en commun: nous voulons des clients satisfaits qui aiment faire leurs achats chez nous.

Des collaborateurs de plus de 70 pays travaillent chez Denner. L'intégration fait partie intégrante de la culture Denner et des valeurs du phare.



HOUSSEIN CHEKEIR
Collaborateur, DD 648 Ibach
Nationalité: Libanais
En Suisse depuis: 2016

«Je perçois les Suisses comme des personnes très ouvertes et communicatives. Je vois des différences surtout au niveau de l'alimentation. Chez nous, nous servons beaucoup de délicatesses différentes alors que les Suisses ne mangent qu'un seul plat.»

ZITA OLTÍ
Préparatrice de commandes, CD Lyss
Nationalité: Hongroise
En Suisse depuis: 2014

«J'ai eu beaucoup d'emplois en Suisse. En novembre 2018, j'ai rejoint la famille Denner à Lyss où je me sens intégrée et chez moi.»



HABEN EFREM
Apprenti du commerce de détail, DD 431 Wädenswil,
Nationalité: Erythréen
En Suisse depuis: 2015

«Je suis venu en Suisse pour soutenir ma famille en Erythrée et j'y ai trouvé mon bonheur. J'en suis très reconnaissant.»



Promouvoir le dialogue

Depuis juillet 2019, la nouvelle application de communication Beekeeper est utilisée par tous les collaborateurs de Denner. Il est maintenant possible de partager les succès avec toute l'équipe ou simplement d'écrire un chat à des collègues de travail, car Beekeeper est une combinaison de WhatsApp et de Facebook – pour les entreprises.

Avec la nouvelle plateforme de communication Beekeeper, Denner utilise non seulement un outil de communication moderne, mais favorise également le dialogue entre les collaborateurs de l'administration, des centres de distribution et des succursales réparties dans toute la Suisse. La plateforme est ouverte à tous, chacun peut participer activement et présenter des projets, aborder des problèmes ou apporter de nouvelles idées.

Pour Denner, une communication ouverte, honnête et transparente est importante car elle fait partie de notre culture d'entreprise.



«Je suis toujours au courant avec Beekeeper.»

Anica Cacija,
gérante, DD 1401 Zurich



«C'est bien que je puisse découvrir avec Beekeeper ce que font d'autres collaborateurs de Denner dans toute la Suisse.»

Minire Ibrahim,
gérante adjointe, DD 303 Zurich

CONDITIONS D'EMPLOI

Des conditions de travail modernes

Les très bonnes conditions d'emploi ont encore été améliorées ces dernières années. Le salaire minimum est passé de CHF 3500.- à actuellement CHF 4025.- (x13) et dépasse ainsi la moyenne de la branche. Avec six semaines de vacances et dix jours de congé de paternité payé, Denner est l'un des employeurs les plus attrayants du commerce de détail.

Denner offre des conditions de travail qui s'adaptent aux modes de vie actuels et favorisent la conciliation des obligations familiales et professionnelles. Les modèles de travail flexibles y contribuent tout autant que la prolongation du congé de paternité, qui est passé de deux jours à dix jours actuellement. Les conditions de travail modernes se traduisent également par un salaire minimum nettement supérieur à la moyenne du commerce de détail suisse. Les paroles de nos collaborateurs comptent non seulement dans l'application interne Beekeeper, mais aussi sous forme d'une commis-

Sustainable Development Goals



sion du personnel, composée de représentants de tous les secteurs de l'entreprise qui échangent régulièrement des informations avec la direction. Tous les collaborateurs de Denner sont affiliés à la propre caisse de pension, qui présente un taux de couverture solide.

Promotion des collaborateurs vers l'indépendance

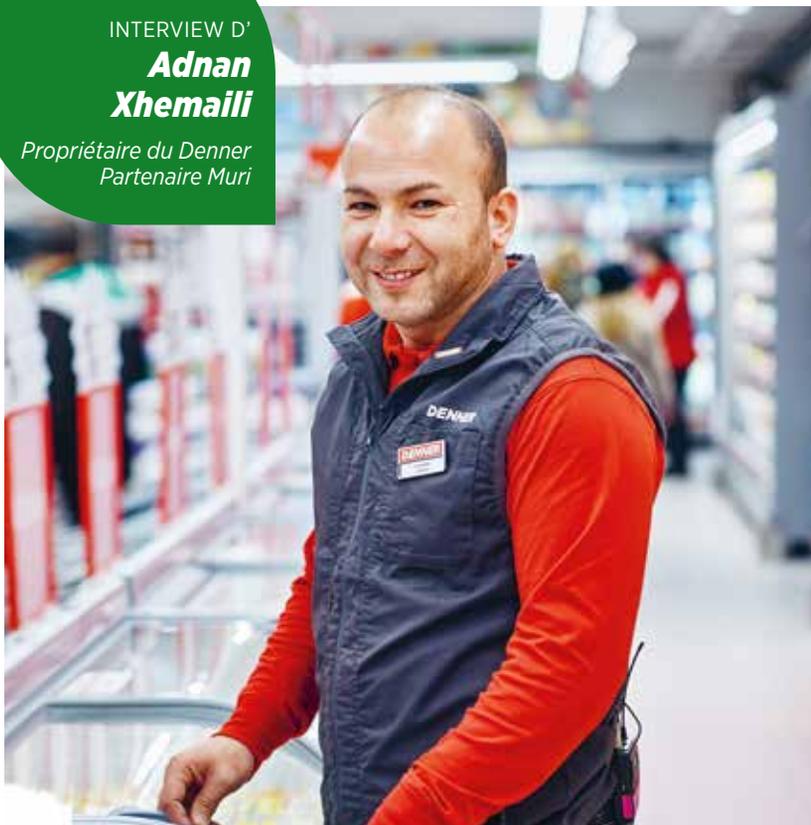
Les collaborateurs des succursales Denner connaissent leur magasin par cœur et savent ce qui importe dans leur travail quotidien, connaissent les besoins des clients et voient où le bât

blesse. Denner soutient donc les collaborateurs qui veulent franchir le pas vers l'indépendance et réaliser leur rêve d'un propre magasin.

Grâce à un concept spécialement conçu, l'entreprise donne à des collaborateurs motivés et bien formés la chance de devenir leur propre patron. Une situation gagnante pour tous les participants. L'exemple d'Adnan Xhemail à la page 58 montre à quel point le concept est simple et efficace.

INTERVIEW D'
**Adnan
Xhemaili**

Propriétaire du Denner
Partenaire Muri



D'auxiliaire à propriétaire

Adnan Xhemaili a fait une carrière impressionnante dans la vente chez Denner. Il a débuté comme auxiliaire et a continué jusqu'au poste de formateur pour futurs gérants. Depuis l'automne 2018, il dirige sa propre exploitation Denner Partenaire à Muri (AG) où il est son propre patron.

Adnan Xhemaili, êtes-vous un vendeur né?

On peut dire ça, oui. Mais, à la base, je suis peintre en carrosserie.

Et comment vous êtes-vous retrouvé dans la vente?

J'ai toujours été fasciné par la vente. Alors, après l'apprentissage, j'ai postulé spontanément chez Denner qui m'a engagé peu après comme auxiliaire. C'était il y a 14 ans.

«Je suis heureux d'avoir franchi le pas vers l'indépendance.»

Adnan Xhemaili

Aujourd'hui, vous n'êtes pas seulement gérant, mais aussi formateur. Pourquoi?

J'ai toujours ressenti que j'étais bon dans ce que je faisais, et j'ai toujours voulu aller plus loin. J'ai d'abord dû faire mes preuves en tant qu'ad-joint. Devenir gérant a été la prochaine étape importante dans ma carrière. J'ai alors géré plusieurs succursales tout en continuant à me former. Ainsi, j'ai pu former les apprentis et les futurs gérants plus tard et j'ai donné des cours sur la caisse, l'alcool et FIZ.

La prochaine étape était toute nouvelle, même pour vous: votre propre magasin!

C'est fantastique. J'ai eu besoin de temps pour vraiment y croire. Mais maintenant, je suis très heureux d'avoir fait le pas vers l'indépendance.

Était-ce votre rêve depuis toujours?

Oui, l'idée d'avoir mon propre magasin m'a toujours trotté dans la tête. Mais jusqu'à présent, le problème était de réunir le capital de départ. Lorsque j'ai appris que Denner offrait un nouveau modèle de financement, le concept C+, j'ai tout de suite su: maintenant, je vais réaliser mon rêve!

Qu'est-ce qui vous a convaincu?

Personne n'a besoin de m'expliquer comment ça marche dans la vente. J'apprécie donc grandement de pouvoir réaliser mes propres idées en tant que propriétaire d'un Denner Partenaire. En même temps, Denner me soutient dans les domaines où j'ai peu d'expérience.

Lesquels sont-ils?

La solution de fiduciaire proposée par Denner, par exemple, m'est d'une grande aide. L'équipe de spécialistes financiers me conseille et me soulage des tâches administratives auxquelles je devrais autrement consacrer énormément de temps. Temps que je préfère passer dans le magasin.

N'avez-vous jamais eu de doute en vous mettant à votre compte?

Au début, j'étais parfois partagé. Les discussions avec Denner m'ont donc beaucoup aidé. Elles m'ont montré que je ne serai pas seul, que Denner est un partenaire solide sur qui je peux compter et qui, en plus, a le même objectif que moi – un magasin Denner Partenaire prospère.

Simon Rünzler,
chef des exploitants
partenaires de Denner

Les quelque 270 exploitations partenaires de Denner sont dirigées par des entrepreneurs indépendants, dont d'anciens collaborateurs de Denner. En cas d'intérêt, Denner soutient les cadres expérimentés sur la voie de l'indépendance et offre aux jeunes entrepreneurs une aide administrative, par exemple sous forme d'une solution fiduciaire. Le programme de promotion C+, couronné de succès, donne aux collaborateurs de longue date une perspective de devenir indépendant et permet à l'entreprise de conserver un savoir-faire précieux.

Six collaborateurs ont eu la possibilité de devenir indépendants grâce au concept Denner. Une réussite pour tous.

FORMATION PROFESSIONNELLE ET CONTINUE

Soutien individuel

Qu'il s'agisse de la planification du personnel, des commandes ou des travaux administratifs – les jeunes font tous les travaux eux-mêmes dans la succursale des apprentis pendant un mois. Ce qui a commencé comme projet pilote est à présent le point culminant de la formation pour de nombreux apprentis et fait partie intégrante de l'apprentissage de la vente. Renforcer et encourager les apprentis – tel est le credo de l'entreprise.

Denner encourage la formation à tous les niveaux. Une large offre de cours est à la disposition de l'ensemble des collaborateurs de Denner, aussi bien des formations internes que des cours externes de la Fédération des coopératives Migros. Cela permet aux collaborateurs de se développer tant au plan professionnel que personnel. Denner propose également des apprentissages dans tous les secteurs de l'entreprise, que ce soit dans l'administration, l'informatique, la logistique ou la vente, qui forme le plus grand pourcentage de jeunes. Les apprentis de la vente ont en outre la possibilité de postuler pour la succursale des apprentis qui a lieu deux fois par année à des endroits différents. Ils y passent quatre semaines à gérer une succursale de manière indépendante avec d'autres apprentis et acquièrent une expérience précieuse qui leur sera très utile dans leur future vie professionnelle. Tout comme le programme de formation professionnelle et continue, la formation des apprentis est également un modèle de réussite, comme le démontre chaque été le fait que plus de 70 pour cent des apprentis décident de poursuivre leur carrière chez Denner.

Sustainable Development Goals



Ils faisaient partie de l'équipe de la succursale des apprentis à Abtwil: Patricia Schönberger, Bleritina Rami, Dilay Dikilitas, Kevin Jonscher et Agnieszka Potaczek.



Chacun se voit attribuer une fonction dans la succursale des apprentis. Ceux de première année travaillent à la caisse.

SÉCURITÉ AU TRAVAIL ET SANTÉ

Sensibiliser et former

La sécurité au travail dans les centres de distribution Denner est une priorité absolue. Les collaborateurs sont donc régulièrement formés afin d'assurer des conditions de travail saines. Pour soutenir le travail des préparateurs, des chariots de préparation horizontaux jaunes ont été introduits dans tous les centres de distribution au cours de l'année de référence. Ces nouveaux appareils facilitent le travail de chacun et leur permet de travailler avec plus d'efficacité.



Il conduit adroitement le chariot de préparation horizontal avec deux conteneurs roulants à travers le centre de distribution de Dietlikon: le préparateur de commandes Kosalan Yogeswaran.

Sustainable Development Goals



En haut: **recharger la batterie pendant la nuit ou une pause – chaque appareil a sa propre station de recharge.**



En bas: **travailler avec les nouveaux véhicules est plus ergonomique et moins fatigant.**

Travail facilité

Les collaborateurs du centre de distribution de Dietlikon traitent les commandes des succursales et chargent les conteneurs roulants (RCT) – jusqu'à 750 par jour. Même si Dietlikon est le plus petit centre de distribution de Denner au niveau de la surface, il livre des produits frais comme du lait, du fromage ou de la viande à près de la moitié des succursales Denner. Ici, les préparations se font un peu autrement. Les collaborateurs ne se déplacent pas

à pied dans les deux halles de stockage, mais avec des véhicules jaunes – nommés chariots de préparation horizontaux par les spécialistes.

Ces nouveaux appareils facilitent grandement la préparation des commandes, car ils présentent un avantage décisif: le travail est plus ergonomique et moins fatigant. En outre, un collaborateur peut préparer deux conteneurs roulants (RCT) à la fois grâce à ces machines électriques. Il gagne ainsi beau-

coup de temps en raison des processus plus efficaces. Pour le moment, une seule commande de succursale est préparée par véhicule. Mais avec un nouveau logiciel, il sera bientôt possible de préparer deux RCT par chariot, qui seront livrés à deux succursales différentes. Un avantage pour les petites commandes et les livraisons fréquentes en particulier. Le centre de distribution de Dietlikon travaille du lundi au samedi afin de pouvoir livrer les succursales jusqu'à six fois par semaine.



ENGAGEMENT SOCIAL

Faire preuve de solidarité

Durant l'année de référence, Denner a fêté son dixième anniversaire avec les épiceries Caritas. Dans ce contexte, de nouveaux produits sont mis à la disposition des épiceries Caritas à des prix plus avantageux. Pendant ce jubilé, l'entreprise fait un pas de plus et fournit également des produits durables. La collaboration avec les épiceries Caritas est une affaire de cœur qui sera poursuivie.

Des produits durables pour tous

Denner s'engage pour des produits durables, abordables pour chacun. Agir durablement signifie aussi rendre quelque chose à la société. Par conséquent, Denner fait don d'aliments des marques IP-SUISSE et enerBIO aux épiceries Caritas durant l'année de référence.

Depuis 2009, Denner soutient les épiceries Caritas en sponsorisant des produits d'un montant annuel de plus de 250 000 francs. La contribution était d'environ 400 000 francs pendant l'année en question. Les marchandises livrées sont nouvelles et peuvent être vendues par les épiceries Caritas à des prix très avantageux.

Sous le signe de la durabilité, Denner complète la sponsorship de Caritas par des produits durables. Les magasins offrent 15 articles des marques IP-SUISSE et enerBIO à petits prix. L'entreprise rend ainsi quelque chose à la société et soutient les personnes dans le besoin.



«Denner nous soutient depuis 10 ans – cela représente des dons de produits d'une valeur de plus de 3 millions de francs.»

Thomas Künzler,
directeur des épiceries Caritas



Les produits durables doivent être abordables pour tous. Voilà le credo de Denner. Pour cette raison, elle a mis des produits IP-SUISSE et enerBIO à la disposition des épiceries Caritas.

Hand für Afrika

De nombreux meubles de bureau ont été remplacés dans le cadre des travaux de rénovation du siège de Denner à Zurich. Grâce à l'organisation «Hand für Afrika», les anciennes tables et meubles ont trouvé un nouveau foyer. La nouvelle université de la ville sénégalaise de Thiès a été équipée de tous ces meubles encore impeccables. Denner a non seulement fait don du mobilier de bureau, mais aussi des frais de transport. Afin de remplir de manière optimale les conteneurs avec le mobilier destiné au Sénégal, Denner a demandé à ses collaborateurs de l'administration de les compléter par d'autres dons. Ainsi, l'organisation «Hand für Afrika» a encore obtenu des vêtements et du matériel scolaire. En plus des dons matériels, Denner a soutenu «Hand für Afrika» avec 5000 francs, qui seront utilisés pour un autre projet d'école au Sénégal.



Redonner vie à un mobilier de bureau bien conservé. Le matériel de bureau est passé directement de la Grubenstrasse à des écoles en Afrique.

Chiffres-clés

Partenaires
commerciaux

IP-SUISSE
WWF

Certificat de contrôle
A propos de ce rapport

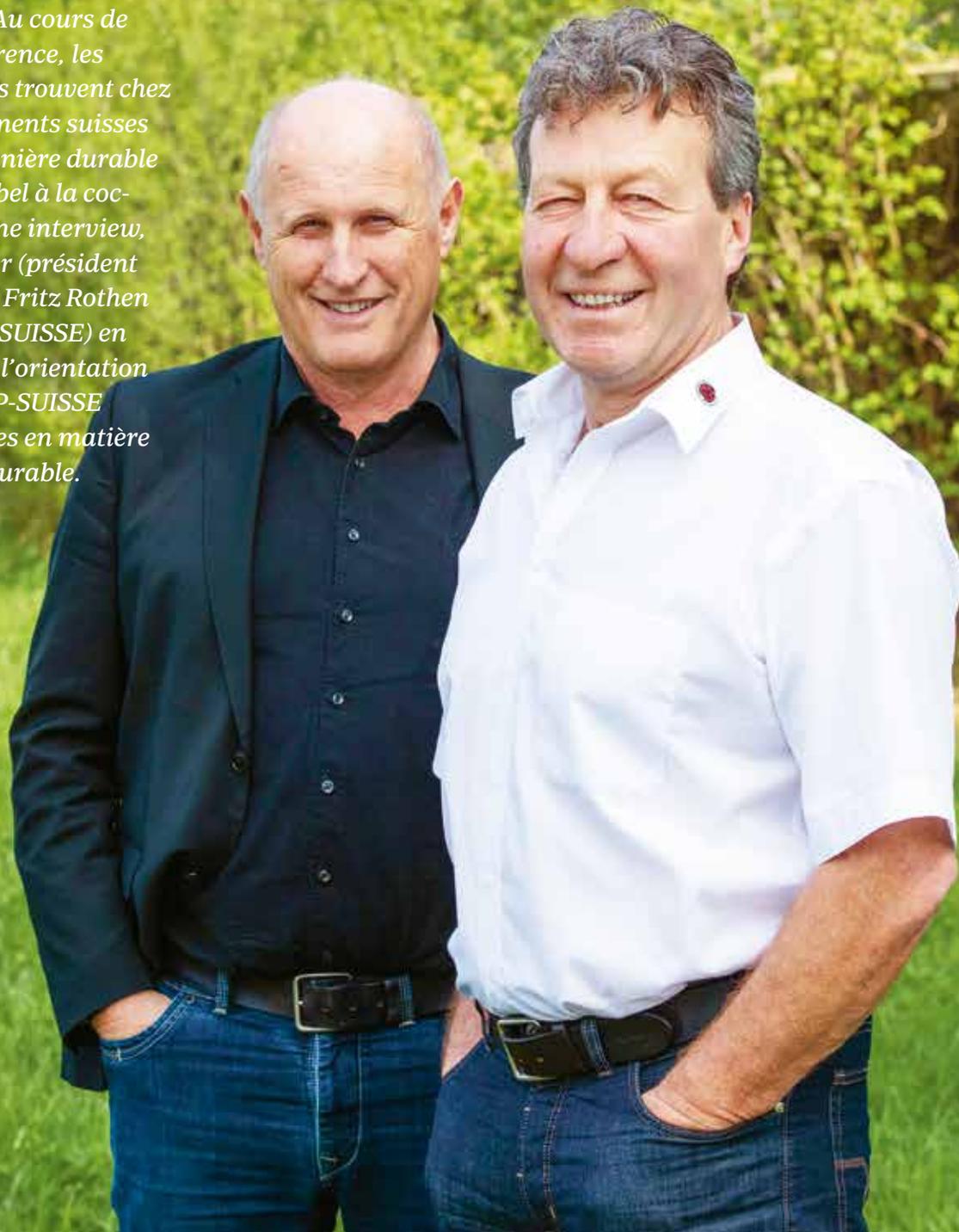
Index du contenu GRI



PARTENAIRE: IP-SUISSE

La coccinelle prend son envol

Le nombre de produits IP-SUISSE augmente chaque année dans les points de vente Denner. Au cours de l'année de référence, les consommateurs trouvent chez Denner 138 aliments suisses produits de manière durable et portant le label à la coccinelle. Dans une interview, Andreas Stalder (président d'IP-SUISSE) et Fritz Rothen (directeur d'IP-SUISSE) en disent plus sur l'orientation stratégique d'IP-SUISSE et sur leurs idées en matière d'agriculture durable.



Le partenariat avec Denner existe maintenant depuis quatre ans et le nombre de produits dans les magasins a presque triplé depuis lors. Etes-vous satisfaits du résultat?

Andreas Stalder: Très! Le partenariat avec Denner a été un coup de chance pour nous et nous a ouvert les portes pour d'autres partenariats. La vague verte durable a déferlé sur la Suisse ces dernières années. IP-SUISSE poursuit cette voie dès le départ, est bien positionnée et prête à relever les défis à venir.

Et pourtant, de nombreux membres d'IP-SUISSE voyaient d'un œil critique la collaboration avec Denner.

Fritz Rothen: C'est vrai, mais c'est aussi compréhensible. Beaucoup d'entre eux n'ont pas suivi l'évolution de Denner de près au cours des dernières années et ne connaissaient pas bien l'entreprise. L'image du discounter avec prix dumping était fortement ancrée dans les esprits, alors que Denner est plutôt un approvisionneur de proximité pour les besoins quotidiens, offrant non seulement de bons produits à prix avantageux, mais aussi des aliments produits de manière durable et accessibles à tous. Notre partenariat est né de cet objectif commun et la demande croissante dans les magasins Denner montre que les clients apprécient les produits IP-SUISSE.

Et après quatre ans, l'acceptation s'est-elle améliorée parmi les membres d'IP-SUISSE?

Fritz Rothen: (rit) Absolument! De nombreux membres font maintenant régulièrement leurs achats dans les magasins Denner et sont fiers de trouver les nombreux produits IP-SUISSE dans les rayons.

Andreas Stalder: La coccinelle s'est envolée dans les sucursales Denner et nous a porté bonheur!

La coccinelle existe depuis 30 ans et, depuis lors, l'organisation s'engage pour l'environnement. A quoi peut-on attribuer le succès d'IP-SUISSE?

Andreas Stalder: A l'amour de la nature et des animaux. La durabilité est une affaire de cœur pour les producteurs d'IP-SUISSE. Prenons par exemple la biodiversité. Nos paysans ont volontairement mis en œuvre 40 pour cent de mesures en plus que nécessaire, parce qu'ils savent combien la biodiversité est importante pour l'écosystème. Si vous avez grandi à la campagne et que vous avez fait l'expérience de la beauté de la nature, alors vous savez à quel point elle est précieuse et que vous devez en prendre soin.

Fritz Rothen: A mon avis, ce succès est également dû à la sensibilité croissante des gens aux questions environnementales. Les consommateurs d'aujourd'hui veulent savoir d'où proviennent les produits qui se retrouvent dans leurs



En haut: **les paysans d'IP-SUISSE attachent une grande importance à un élevage responsable. Tous les animaux sont élevés en liberté dans des conditions respectueuses de leurs besoins.**

assiettes et si le bien-être des animaux a été respecté. Les labels durables comme IP-SUISSE sont très demandés, car ils sont synonymes d'action responsable et de respect pour la nature.

Comment pensez-vous que l'agriculture va se développer dans les années à venir?

Andreas Stalder: Au cours des prochaines années, des questions politiques importantes seront à l'ordre du jour et façonneront l'agriculture. Avec la politique agricole à partir de 2022 (PA22+), nous pourrions améliorer notre empreinte écologique tout en créant une plus-value pour l'agriculture. Nous continuerons de nous engager pour une agriculture durable et à stimuler l'innovation. La persévérance est essentielle si vous voulez changer quelque chose.

Fritz Rothen: Je suis d'accord. IP-SUISSE a accompli beaucoup de choses ces dernières années et s'est distinguée par des innovations et sa clairvoyance. Et la collaboration avec des partenaires est importante afin de développer de nouvelles idées et de faire avancer des projets pionniers.

Avez-vous un exemple?

Fritz Rothen: Nous travaillons avec Delley semences et plantes SA (DSP) depuis 30 ans pour sélectionner des variétés de blé bien adaptées aux conditions climatiques locales, peu sensibles aux maladies et de grande qualité. Ensemble, nous avons fait un travail de pionnier dans ce domaine à l'échelle européenne et avons fourni de nombreuses alternatives aux céréales suisses.

➔ **PLUS D'INFOS SUR LA POLITIQUE AGRICOLE À PARTIR DE 2022 (PA22+):** scanner le code QR



A la base, chaque pain est pur et bon...

Fritz Rothen: On peut dire ça, oui. Du semis à la récolte, les céréales sont produites de manière durable, car tous les paysans d'IP-SUISSE respectent des prescriptions strictes en matière de protection des sols et des plantes, ainsi que de fertilisation pour la culture des céréales. Les régulateurs de croissance, les insecticides et les fongicides sont interdits. Nous travaillons actuellement à cultiver les céréales IP-SUISSE sans pesticides.

Comment IP-SUISSE contribue-t-elle à réduire les émissions de CO₂?

Andreas Stalder: La réduction des émissions de gaz à effet de serre est l'un des principaux défis de notre époque et devrait tous nous intéresser, pas seulement IP-SUISSE en

En bas: **de tout cœur, par conviction et par amour de la nature, Christian Schürch, paysan d'IP-SUISSE, se consacre à sa vocation: l'agriculture.**

tant qu'organisation. Avec une part d'environ 13 pour cent, l'agriculture contribue de manière significative aux émissions de gaz à effet de serre (GES) de la Suisse. En même temps, les agriculteurs sont directement touchés par les effets du climat. Nous avons un objectif ambitieux: ensemble, nous voulons réduire les émissions de GES de toutes nos exploitations de 10 pour cent par rapport au niveau de référence 2016, en prenant des mesures sans réduire la production.

Et comment pensez-vous y arriver?

Andreas Stalder: Depuis quatre ans, un projet pilote vise à protéger le climat et les ressources dans près de 30 exploitations IP-SUISSE. Mais la durabilité ne se limite pas au respect de l'environnement et des animaux. Les aspects économiques et sociaux sont tout aussi importants pour la durabilité globale des exploitations agricoles. Par conséquent, nous travaillons également sur un programme de mesures dans ce domaine avec une institution spécialisée.

Le bien-être des animaux est une préoccupation importante pour de nombreux consommateurs; surtout l'élevage intensif n'est plus accepté. Que fait IP-SUISSE à ce propos?

Fritz Rothen: IP-SUISSE fait beaucoup dans ce domaine. Pour développer et renforcer sa crédibilité, IP-SUISSE intensifie et recentre ses contrôles. Par exemple chez les producteurs de porcs, par des inspections inopinées du service de contrôle de la protection suisse des animaux à partir de 2021. La surface minimale par porc sera également augmentée. Cela s'appliquera aux nouvelles exploitations à partir du 1.1.2021. Dans les exploitations existantes, les porcs auront également plus d'espace dans les bâtiments rénovés ou nouveaux.

Que souhaite IP-SUISSE pour l'avenir?

Fritz Rothen: Nous espérons que grâce à Denner, nos valeurs et nos produits continueront d'être accessibles à un large public, ce qui nous permettra d'offrir des perspectives professionnelles à nos membres et d'avoir un acheteur fiable pour leurs produits.

**➔ PORTRAITS VIDÉO DES PRODUCTEURS IP-SUISSE:**

scanner le code QR ou entrer le lien

[Denner/fr/ip-suisse](https://denner.fr/ip-suisse)



PARTENAIRE: WWF

Développer des objectifs environnementaux en partenariat

Denner est partenaire du WWF Suisse depuis trois ans. Des objectifs environnementaux ont été élaborés en collaboration avec l'organisation environnementale. Les objectifs climatiques ont été reconnus par la Science Based Targets initiative (SBTi). Sylvia Meyer, Senior Manager Sustainable Markets WWF Suisse, parle dans une interview de la collaboration avec le discounter et du développement de l'entreprise.

Denner est l'un des gagnants du classement WWF des commerces de détail en 2019. Cette ascension vous a-t-elle surprise?

L'évolution est réjouissante, mais pas inattendue. Denner a pris des mesures importantes pour optimiser la gestion de la durabilité. Des processus décisionnels courts et un engagement clair de la direction ont porté leurs fruits.

Le WWF Suisse a incité Denner à faire un pas important pour réduire les émissions de CO₂. Comment ce projet est-il né?

Nous avons appris à connaître Denner comme un partenaire dynamique et résolu. Nous avons donc proposé sans hésiter le développement d'objectifs climatiques scientifiquement fondés. Le WWF a un peu aidé au démarrage, Denner a fait la mise au point. Je suis ravie que les objectifs aient été acceptés par l'initiative indépendante Science Based Targets dès la première tentative. L'équipe du projet a réalisé un travail sensationnel et est un vrai pionnier de la branche.

Quelle est l'importance de la promotion intrinsèque des thèmes durables dans des entreprises comme Denner?

Le commerce tire les ficelles: il décide de la composition des assortiments,

des spécifications des produits, des exigences aux fournisseurs, de la présentation et de la promotion auprès des clients. Si cette responsabilité est perçue comme un devoir pesant, elle peut avoir un effet déprimant. Si elle est considérée comme une opportunité, elle est inspirante. Nous avons besoin d'entreprises motivées qui sont intéressées à saisir les opportunités. Sinon, la durabilité reste une pure gestion des risques et cela ne suffit pas.

Où voyez-vous les principaux thèmes de durabilité au cours des cinq prochaines années?

L'élaboration d'objectifs basés sur les limites de la résilience de la planète ne fait que commencer. Si le climat est important aujourd'hui, les thèmes de la biodiversité et de l'eau le seront tout autant à l'avenir. Les méthodes correspondantes sont actuellement en cours de développement. Comme les principaux impacts environnementaux du commerce alimentaire proviennent de la production, nous devons contrôler encore plus les chaînes d'approvisionnement à l'avenir. Globalement, la déforestation reste malheureusement un problème d'actualité sur lequel nous ne pouvons pas fermer les yeux. La question des substituts de la viande et des



«Comme les principaux impacts environnementaux du commerce alimentaire proviennent de la production, nous devons contrôler encore plus les chaînes d'approvisionnement à l'avenir.»

Sylvia Meyer, Senior Manager Sustainable Markets WWF Suisse

produits agricoles plus durables reste importante en Suisse.

Quelles mesures seraient pertinentes?

Nous avons émis des recommandations pour la branche dans le classement des commerces de détail.

Grosso modo, nous avons besoin de plus de transparence dans les chaînes d'approvisionnement et d'un engagement ferme pour des améliorations claires dans la production. Il est donc extrêmement réjouissant que Denner, en tant que client et fournisseur important, s'engage aussi clairement en faveur d'une viticulture suisse plus durable. La biodiversité et l'utilisation des pesticides pourraient y être clairement améliorées. Le fait que Denner va chercher plus loin et soit également impliquée au niveau international dans le domaine du vin est cohérent.

Quelle est l'importance de l'engagement social et politique pour une entreprise?

Pour une entreprise écologiquement responsable, c'est une obligation d'être socialement et politiquement active. Il ne suffit plus de vouloir se différencier uniquement par divers aspects de durabilité. La complexité des questions environnementales dans les chaînes d'approvisionnement mondiales oblige les entreprises à rechercher des solutions dans tous les secteurs et industries et à mettre en œuvre des projets concrets ensemble – dans leurs propres chaînes de valeur et au-delà.

Que souhaitez-vous de Denner pour l'avenir?

J'espère que sa volonté d'innover ne tarira pas et que les projets que nous avons lancés seront couronnés de succès.



Code de conduite pour les négociants en vins suisses

Denner est l'un des plus grands négociants en vins de Suisse et a donc une responsabilité particulière envers les consommateurs et les producteurs de vin. Pour cette raison, Denner s'est fixée pour objectif de promouvoir une agriculture écologique en Suisse et de contribuer activement à réduire l'impact de la viticulture sur l'environnement en collaboration avec ses partenaires commerciaux.

Un effet à long terme ne peut être obtenu qu'avec la participation de toutes les parties concernées tout au long de la chaîne de valeur. Dans un premier temps, un code de conduite a été élaboré pour définir les exigences de base envers nos partenaires commerciaux en matière de gestion d'entreprise et de protection de l'environnement, complétant ainsi le BSCI Code of Conduct existant, qui couvre en particulier les aspects sociaux. Tous les fournisseurs ont signé le code de conduite et Denner espère que ses partenaires commerciaux poseront les mêmes exigences à leurs fournisseurs dans la mesure de leurs possibilités. Le code de conduite est basé sur la législation suisse et s'aligne sur les normes internationales telles que les dix principes directeurs du Pacte mondial des Nations unies, les directives des Nations unies sur les entreprises et les droits de l'homme et les normes fondamentales du travail de l'OIT.

«Avec le code de conduite, nous créons une compréhension commune de notre situation actuelle. Une condition nécessaire pour faire progresser la viticulture durable en Suisse en collaboration avec nos fournisseurs.»

David Jean, acheteur de vin



Objectifs environnementaux convenus avec le WWF

Thème	Objectif	Etat
Poissons et fruits de mer	Depuis 2018 , Denner ne vend plus que des poissons et fruits de mer issus de sources durables. Aujourd'hui déjà, Denner ne vend pas de poissons ni de fruits de mer en danger d'extinction. <i>Remarque:</i> en 2019, deux espèces non recommandées sont parvenues par erreur sur le marché. Les processus internes ont été adaptés afin d'améliorer les contrôles à l'avenir.	
	Jusqu'en 2020 , au moins 70 pour cent des poissons issus de pêche sauvage sont certifiés MSC et au moins 47 pour cent des poissons d'élevage sont certifiés ASC.	MSC ASC Total
Huile de palme	Jusqu'en 2022 , nous n'utiliserons plus que de l'huile de palme certifiée RSPO du degré Segregated. Depuis 2017, le rapport se fait encore au niveau des articles en raison des logiciels en accord avec le WWF.	
	Jusqu'en 2020 , les produits near food (cosmétiques et lessives) contiendront 100 pour cent d'huile de palme certifiée RSPO, répondant au minimum à la qualité Mass Balance.	
	Aujourd'hui déjà , toutes les marques de Denner contiennent de l'huile de palme certifiée à 100 pour cent RSPO.	
Produits en papier	D'ici 2019 , 100 pour cent des articles en papier (papier-toilette, serviettes, etc.) de la marque Denner sont à base de matériel recyclé ou répondent aux critères FSC. Cet objectif a été adapté en 2017, en accord avec le WWF.	
	Tout le papier nécessité pour la correspondance (lettres, impression, etc.) est fabriqué à 100 pour cent à base de matériel recyclé.	
Produits de substitution du lait et de la viande	Denner veut élargir l'offre de produits de substitution, afin d'offrir un meilleur choix aux clients qui renoncent consciemment aux produits lactés et carnés. Depuis 2018 , quatre produits de qualité figurent dans l'assortiment standard.	
Réduction du CO ₂	D'ici 2020 , Denner renonce aux produits importés par avion. Jusqu'à cette date, la part des transports par avion évitable doit diminuer de 25 pour cent par année. Après accord avec le WWF, le rapport est établi depuis 2017 seulement pour les fruits et les légumes.	
	Elaboration d'un plan en 2017/2018 pour diminuer drastiquement les émissions de CO ₂ . <i>Objectif atteint:</i> Denner et WWF conviennent que Denner participe à l'initiative Science Based Targets. Denner a signé la «Commitment Letter» en 2018.	

Bilan de durabilité

Environnement

	2016	2017	2018	2019
Consommation électrique (en MWh)	72 413	71 208	71 404	72 264
Chaleur (en MWh)	30 658	29 097	28 987	34 035 ¹
Emissions de CO₂ des combustibles Logistique (en tonnes) ²	913	803	551	441
Economies en CO₂ des combustibles Logistique (en pour cent, base 2010) ²	27,9	36,6	56,5	65,2
Economies en CO₂ des installations frigorifiques (en tonnes)	40	160	270	310
Efficacité énergétique Logistique (en pour cent, base 2013) ²	109,8	112,1	120,3	133,2
Efficacité énergétique Administration (en pour cent, base 2013) ²	105,6	111,3	112,0	113,0
Consommation énergétique Succursales (en KWh/m ²)	320	311	306	307
Courant écologique (en pour cent)	100,0	100,0	100,0	100,0
Nombre de magasins atteignables de manière écologique	809	811	817	821
Transport de marchandises (en km)	8 263 258	8 668 270	9 016 222	9 615 734
Part du transport par rail (en km) ²	775 000	871 875	379 080	380 000
Charge des camions (en pour cent)	98,0	98,0	95,0	95,0
Transports de marchandises avec norme Euro 6 (en pour cent)	50,0	60,0	65,4	88,3
Assortiment par avion (nombre d'articles) ^{2/3}	4	4	2	1
Totalité des déchets (en tonnes)	20 023	21 075	21 584	22 723
Part de revalorisation (en tonnes)	15 800	16 764	17 409	18 848
Taux de recyclage (en pour cent)	78,9	79,5	80,7	83,0
Recyclage du matériel d'emballage (en tonnes)	14 881	15 217	15 678	15 119
Déchets organiques (en tonnes)	734	1 310	1 528	2 076
Taux de gaspillage alimentaire (en pour cent)	0,59	0,60	0,58	0,59

¹ En raison d'une nouvelle base de calcul, ce chiffre-clé a changé.

² En raison d'une nouvelle base de calcul, ces chiffres-clés ont changé (ne concerne pas uniquement l'année de référence).

³ Les assortiments concernés sont les fruits et les légumes.

Assortiment

	2016	2017	2018	2019
Part des poissons et fruits de mer labellisés ⁴	48,0%	55,0%	67,0%	74,0%
Part des poissons et fruits de mer de sources durables	99,5%	99,2%	100,0%	99,9%
Part FSC / recyclage marques Denner	76,0%	82,0%	93,0%	100,0%

	2016	2017	2018	2019
Huile de palme durable (RSPO) marques Denner	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Huile de palme durable (RSPO Segregated) food marques Denner	80,0%	84,0%	86,0%	97,0%
Huile de palme durable (RSPO Mass Balance) near food marques Denner	91,0%	91,0%	100,0%	100,0%
Café UTZ marques Denner	85,0%	85,0%	100,0%	100,0%
Thé UTZ marques Denner	63,0%	58,0%	81,0%	64,0%
Tablettes de chocolat UTZ marques Denner	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Transparence dans la chaîne de livraison (part BSCI)	91,0%	91,0%	91,0%	91,0%
Fournisseurs certifiés GlobalG.A.P. GRASP	51,0%	47,0% ⁵	69,0%	84,0%
Fruits et légumes GlobalG.A.P.	93,0%	95,0%	98,0%	97,0%
Fleurs et plantes GlobalG.A.P.	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Produits agricoles SwissGAP	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Part des fournisseurs certifiés GFSI	97,0%	97,0%	97,0%	97,0%
Pas d'œufs de poules élevées en cage	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Part de la viande suisse	84,0%	85,0%	87,0%	86,0%
Viande de lapin selon standards suisses de bien-être animal	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Nombre des produits labellisés IP-SUISSE	30	72	90	138 ⁶
Nombre d'autres produits labellisés	100	216	305	390

⁴ Part des produits labellisés par rapport aux produits vendus.

⁵ En raison d'une nouvelle base de calcul, le pourcentage a régressé.

⁶ Articles de marque inclus, jusqu'ici uniquement propres marques.

Être humain

	2016	2017	2018	2019
Nombre de collaborateurs ⁷	4570	4817	5072	5285
Nombre d'unités de personnel (moyenne annuelle)	3458	3703	3900	4071
Salaire minimum pour personnes sans formation (en CHF) ⁸	4025	4025	4025	4025
Nombre de collaborateurs à plein temps ⁷	1999	2171	2272	2151
Nombre de collaborateurs à temps partiel 80-99 pour cent ⁷	759	811	844	863
Nombre de collaborateurs à temps partiel <80 pour cent ⁷	821	849	873	1025
Nombre de collaborateurs avec salaire horaire ⁷	992	986	1081	1246
Fluctuation (en pour cent)	18,4	17,2	17,8	19,2
Nombre de cadres ⁷	754	774	793	857
Part des femmes cadres (en pour cent)	47,9	51,3	53,8	50,8
Nombre de candidatures réceptionnées	49 384	46 744	46 759	39 674
Nombre de participants aux formations continues ⁹	4331	3435	4425	4607
Total des jours de cours ⁹	499	430	461	453,5
Total des jours de formation continue (participants x jours de cours) ⁹	5077	4646	5600	4892
Nombre d'apprentis ⁷	91	97	105	103
Contribution au fonds de soutien Engagement Migros (en CHF) ¹⁰	5 700 000	7 000 000	5 100 000	5 600 000
Sponsoring de produits pour Caritas (en CHF) ¹⁰	250 000	250 000	300 000	400 000

⁷ Valeur au 31.12.2019

⁸ Sans les taux de travail < 10 pour cent et les engagements de personnes avec un handicap physique/mental.

⁹ En raison d'une nouvelle base de calcul, ces chiffres-clés ont changé (ne concerne pas uniquement l'année de référence).

¹⁰ Les chiffres ont été arrondis au millier de francs vers le haut ou vers le bas.

Index du contenu GRI



GRI 101: bases 2016

Indications générales	GRI	Description	Numéros de page et remarques
Profil de l'organisation			
GRI 102: indications générales 2016	102-1	Nom de l'organisation	p. 76
	102-2	Activités, marques, produits et prestations de services	p. 6
	102-3	Localité du siège de l'organisation	p. 76
	102-4	Lieux d'exploitation	p. 6
	102-5	Propriété et forme juridique	p. 76: à propos de ce rapport
	102-6	Marchés desservis	p. 6
	102-7	Taille de l'organisation	p. 6
	102-8	Informations sur le personnel et autres collaborateurs	p. 6: nombre de collaborateurs 5289, dont 54 temporaires (sans prise en compte des apprentis), dont 1628 masculins et 3657 féminins. Informations sur les collaborateurs de Denner SA. Pendant la période de Noël, les fluctuations de personnel sont possibles suite à l'emploi de temporaires. Les chauffeurs, travaillant comme entrepreneurs indépendants, en sont exclus. Etat au: 31.12.2019
	102-9	Chaîne d'approvisionnement	p. 10/11
	102-10	Changements significatifs apportés à l'organisation de la chaîne d'approvisionnement	aucun
	102-11	Principe et mesures de précaution	p. 10/12/16
	102-12	Initiatives externes	p. 20/43/44/47
	102-13	Affiliation à des organisations	p. 8/9
Stratégie			
GRI 102: indications générales 2016	102-14	Déclaration des cadres dirigeants	p. 3: préface de Beat Zahnd
Ethique et intégrité			
GRI 102: indications générales 2016	102-16	Valeurs, principes, standards et normes de comportement	p. 7
Gouvernance			
GRI 102: indications générales 2016	102-18	Structure de la gouvernance de l'organisation	p. 6: mention de la version en ligne de l'organigramme
Intégration des stakeholders			
GRI 102: indications générales 2016	102-40	Liste des groupes de stakeholders	p. 12/13
	102-41	Conventions collectives	0 pour cent des collaborateurs relèvent d'une convention collective car Denner n'est pas affiliée à une CCT.
	102-42	Identification et choix des stakeholders	p. 12/13
	102-43	Approche de l'engagement des stakeholders	p. 12/13
	102-44	Préoccupations et thèmes clés soulevés par les stakeholders	p. 16
Indications spécifiques au rapport			
GRI 102: indications générales 2016	102-45	Entités incluses dans les comptes annuels consolidés	Les mêmes entités sont valables pour ce rapport sur le développement durable (822 points de vente, 1 administration, 5 centres de distribution, plus de 5200 collaborateurs).
	102-46	Détermination du contenu et des thèmes	p. 16
	102-47	Liste des thèmes essentiels	p. 16
	102-48	Reformulation d'informations	La présentation des informations n'est pas nouvelle.
	102-49	Changements dans le rapport	Le troisième rapport était structuré de la même façon.
	102-50	Période considérée	Exercice 2019: 01.01.2019 - 31.12.2019
	102-51	Date du dernier rapport publié	Octobre 2019
	102-52	Périodicité de la publication du rapport	Annuelle
	102-53	Contact pour toute question liée au rapport	Chef de la durabilité, Christopher Rohrer nachhaltigkeit@denner.ch
	102-54	Déclarations du rapport alignées sur les standards GRI	Ce rapport a été établi en accord avec les standards GRI Option Core
	102-55	Index du contenu GRI	p. 72-74
	102-56	Audit externe	Tous les chiffres-clés aux pages 70/71 ont été examinés par l'agence d'audit externe BDO.

Environnement

Thèmes essentiels	GRI	Description	Numéros de page et remarques
Emissions de gaz à effet de serre et réchauffement climatique			
GRI 103: approche managériale 2016	103-1	Explication des thèmes essentiels et de leurs limites	p. 16/21
	103-2	Approche managériale et ses instruments	p. 21/26/32/33
	103-3	Examen de l'approche managériale	p. 33/34/70
GRI 305: émissions 2016	305-1	Emissions directes de gaz à effet de serre (scope 1)	p. 33/34/70: voir référence 6.2.1 Bilan CO ₂ a) Volume brut: uniquement CO ₂ provenant des combustibles utilisés par la logistique (dans le bilan); le relevé du CO ₂ provenant des combustibles et des installations de réfrigération des succursales, ainsi que des véhicules d'entreprise n'est pas terminé et sera rapporté d'ici à 2020 au plus tard b) Gaz compris dans le calcul: uniquement CO ₂ c) Les biocarburants ne sont pas pertinents d) Année de base 2010 (première année de mesure) e) Source: facteurs d'émission de CO ₂ de l'Office fédéral de l'environnement (OFEV) f) Technique de consolidation: le domaine de la logistique est contrôlé à 100 pour cent g) Standard employé: GHG-Protocol
Efficacité énergétique			
GRI 103: approche managériale 2016	103-1	Explication des thèmes essentiels et de leurs limites	p. 16/21
	103-2	Approche managériale et ses instruments	p. 21/32/33
	103-3	Examen de l'approche managériale	p. 33/34/70
GRI 302: énergie 2016	302-3	Intensité de l'énergie	p. 33/34/70: le calcul de l'efficacité énergétique repose sur le modèle de l'Agence de l'énergie pour l'économie (AEnEC). Elle se calcule comme suit: efficacité énergétique = (CEGP + économies d'énergie) / CEGP qui est la consommation énergétique globale pondérée. Pour calculer la CEGP, la consommation de courant électrique compte double, les combustibles comptent simple, le chauffage à distance depuis une centrale d'incinération compte pour moitié et l'énergie de sources renouvelables (= copeaux de bois, vieux bois, biogaz et énergie solaire) compte 10 pour cent. La consommation d'énergie en dehors de Denner SA n'a pas été prise en compte.
Recyclage			
GRI 103: approche managériale 2016	103-1	Explication des thèmes essentiels et de leurs limites	p. 16/21
	103-2	Approche managériale et ses instruments	p. 27/29/30/31
	103-3	Examen de l'approche managériale	p. 27/70
GRI 306: eaux usées et déchets 2016	306-2	Type de déchets et élimination	p. 27/70
Gaspillage alimentaire (foodwaste)			
GRI 103: approche managériale 2016	103-1	Explication des thèmes essentiels et de leurs limites	p. 16/21
	103-2	Approche managériale et ses instruments	p. 27/28
	103-3	Examen de l'approche managériale	p. 27/28
GRI 306: eaux usées et déchets 2016	306-2	Nature des déchets et type d'élimination	p. 27/70
CFC Denner	D1	Taux de gaspillage alimentaire	p. 28/70

Index du contenu GRI

Assortiment

Thèmes essentiels	GRI	Description	Numéros de page et remarques
Assurance de la qualité et sécurité des produits			
GRI 103: approche managériale 2016	103-1	Explication des thèmes essentiels et de leurs limites	p. 16/35
	103-2	Approche managériale et ses instruments	p. 42
	103-3	Examen de l'approche managériale	p. 42/43/44/47
CFC Denner	D2	Part des produits labellisés certifiés Nombre de produits rappelés, résultats des tests de Saldo, part de certification GFSI	p. 14 p. 14/45
Produits labellisés			
GRI 103: approche managériale 2016	103-1	Explication des thèmes essentiels et de leurs limites	p. 16/35
	103-2	Approche managériale et ses instruments	p. 43/44/45
	103-3	Examen de l'approche managériale	p. 14/45/70/71
Bonne pratique agricole / préservation des ressources			
GRI 103: approche managériale 2016	103-1	Explication des thèmes essentiels et de leurs limites	p. 16/35
	103-2	Approche managériale et ses instruments	p. 47
	103-3	Examen de l'approche managériale	p. 45/47/71
CFC Denner	D3	Nombre de produits certifiés par un label reconnu en matière de durabilité, part des produits GAP, Seafood, FSC, huile de palme	p. 14 p. 14/45/71
Bien-être animal			
GRI 103: approche managériale 2016	103-1	Explication des thèmes essentiels et de leurs limites	p. 16/35
	103-2	Approche managériale et ses instruments	p. 48
	103-3	Examen de l'approche managériale	p. 14/45/47/48/65/66/71
CFC Denner	D4	Part des produits carnés frais du pays et de l'étranger, qui respectent au minimum les lois suisses de la protection des animaux	p. 45/48/71

Être humain

Thèmes essentiels	GRI	Description	Numéros de page et remarques
Manière de diriger et culture			
GRI 103: approche managériale 2016	103-1	Explication des thèmes essentiels et de leurs limites	p. 16/49
	103-2	Approche managériale et ses instruments	p. 7/56/58/59
	103-3	Examen de l'approche managériale	p. 56/58/59
CFC Denner	D5	La part des collaborateurs formés dans l'entreprise dans le cadre des journées du phare sur la manière de diriger est relevée dans les chiffres-clés sous nombre de jours de formation continue	p. 59/60/61/71
Conditions d'emploi / salaires			
GRI 103: approche managériale 2016	103-1	Explication des thèmes essentiels et de leurs limites	p. 16/49
	103-2	Approche managériale et ses instruments	p. 57
	103-3	Examen de l'approche managériale	p. 57/71
CFC Denner	D6	Salaires minimum pour personnes sans formation	p. 57/71
Formation professionnelle et continue			
GRI 103: approche managériale 2016	103-1	Explication des thèmes essentiels et de leurs limites	p. 16/49
	103-2	Approche managériale et ses instruments	p. 56/60
	103-3	Examen de l'approche managériale	p. 56/57/60/61/71
GRI 404: formation professionnelle et continue 2016	404-2	Programmes pour améliorer les compétences des employés et de soutien transitoire	p. 56/57/58/59/60/61
Sécurité au travail et santé			
GRI 103: approche managériale 2016	103-1	Explication des thèmes essentiels et de leurs limites	p. 16/49
	103-2	Approche managériale et ses instruments	p. 61
	103-3	Examen de l'approche managériale	p. 61
GRI 403: sécurité au travail et protection de la santé 2016	403-1	Quantité de l'effectif total représenté par un comité formel pour la sécurité et la santé au travail	p. 61: les collaborateurs de l'ensemble des secteurs (100 pour cent) de Denner SA sont représentés par la commission du personnel (Peko). La commission du personnel s'occupe également des thèmes de sécurité et discute ces thèmes avec la direction de l'entreprise. Plus d'infos sur la commission du personnel dans le rapport sur le développement durable 2018, p. 53.

Certificat de contrôle BDO



Tel. +41 44 444 35 55
Fax +41 44 444 35 35
www.bdo.ch

BDO AG
Schiffbaustrasse 2
8031 Zürich

Bericht des unabhängigen Wirtschaftsprüfers zu ausgewählten Kennzahlen in der Nachhaltigkeitsbilanz 2019 der Denner AG

Wir wurden von der Denner AG (-Denner-) beauftragt, zur Erlangung einer begrenzten Sicherheit (limited assurance) eine Auswahl an Kennzahlen in der Nachhaltigkeitsbilanz 2019 der Denner, die in Übereinstimmung mit den unten aufgeführten Kriterien erstellt worden sind, zu prüfen. Die Nachhaltigkeitsbilanz ist Teil der Nachhaltigkeitsberichterstattung von Denner (Seiten 70 und 71 des Denner Nachhaltigkeitsberichts 2019).

Umfang und Prüfungsgegenstand

Unsere betriebswirtschaftliche Prüfung zur Erlangung einer begrenzten Sicherheit umfasst die folgenden ausgewählten Kennzahlen in der Nachhaltigkeitsbilanz 2019 der Denner (nachfolgend -Kennzahlen 2019- genannt):

Warentransport (in km); Warentransport mit Abgasnorm Euro 6 (in Prozent); Flugsortiment (Anzahl Artikel); Anteil Labelprodukte bei Fisch und Meeresfrüchten; Anzahl Labelprodukte IP-Suisse; Anzahl Labelprodukte Sonstige; Anzahl Mitarbeitende; Anzahl Personaleinheiten (Jahresdurchschnitt); Mindestlohn für Ungelernte (in CHF); Anzahl Mitarbeitende Vollzeit 100 Prozent; Anzahl Mitarbeitende Teilzeit 80 - 99 Prozent; Anzahl Mitarbeitende Teilzeit <80 Prozent; Anzahl Mitarbeitende im Stundenlohn; Fluktuation (in Prozent); Anzahl Kadermitarbeitende; Anteil weibliche Kadermitarbeitende (in Prozent); Total Kurstage; Anzahl Lernende; Beitrag Förderfonds Engagement (in CHF); Beitrag Caritas Produktsponsoring (in CHF).

Wir haben keine Prüfungshandlungen für Vorjahresdaten oder für Angaben in der Bilanz im Hinblick auf die Zukunft und Ziele ausgeführt.

Kriterien

Die Kennzahlen 2019 wurden durch die Geschäftsleitung auf Basis der von Denner angewendeten Richtlinien des Migros Genossenschaft Bundes (-MGB-) erstellt. Diese Richtlinien beinhalten die im Rahmen des Datenmanagements von Denner definierten Verfahren (Prozessbeschreibung Nachhaltigkeits-Datenerhebung für Denner Vorteilzentralen und Grubenstrasse, Anleitung zur Erstellung der jährlichen Denner EUB), mit welchen die Daten der Kennzahlen intern erhoben, verarbeitet und aggregiert werden.

Verantwortungen der Geschäftsleitung der Denner

Die Geschäftsleitung der Denner ist für die Erstellung der Kennzahlen 2019 in Übereinstimmung mit den Kriterien verantwortlich. Diese Verantwortung beinhaltet die Ausgestaltung, Implementierung und Aufrechterhaltung angemessener interner Kontrollen mit Bezug auf die Erstellung der Kennzahlen 2019, die frei von wesentlichen - beabsichtigten oder unbeabsichtigten - falschen Darstellungen sind. Darüber hinaus ist die Geschäftsleitung für die Auswahl und die Anwendung der Kriterien und das Führen angemessener Aufzeichnungen verantwortlich.

Unabhängigkeit und Qualitätssicherung

Wir sind im Einklang mit den Richtlinien zur Unabhängigkeit der EXPERTSuisse von Denner unabhängig und haben die Standes- und Berufsregeln von EXPERTSuisse beachtet. Diese Anforderungen legen fundamentale Grundsätze für das berufliche Verhalten bezüglich Integrität, Objektivität, beruflicher Kompetenz und erforderlicher Sorgfalt, Verschwiegenheit und berufswürdigen Verhaltens fest.

BDO wendet den Schweizer Qualitätssicherungsstandard 1 an und unterhält dementsprechend ein umfassendes Qualitätssicherungssystem mit dokumentierten Regelungen und Massnahmen zur Einhaltung der beruflichen Verhaltensanforderungen, beruflichen Standards und anwendbaren gesetzlichen und anderen rechtlichen Anforderungen.

Verantwortung des Wirtschaftsprüfers

Unsere Verantwortung ist es, eine betriebswirtschaftliche Prüfung zur Erlangung einer begrenzten Sicherheit durchzuführen und auf der Grundlage unserer Prüfung eine Schlussfolgerung über die Kennzahlen 2019 abzugeben.

Wir haben unsere Prüfung in Übereinstimmung mit dem Schweizer Prüfungsstandard 950 „Betriebswirtschaftliche Prüfungen ausser Prüfungen

oder prüferische Durchsichten von vergangenheitsorientierten Finanzinformationen“ vorgenommen. Nach diesem Standard haben wir Prüfungshandlungen zu planen und durchzuführen, um begrenzte Sicherheit darüber zu erlangen, ob die Kennzahlen 2019 in allen wesentlichen Belangen in Übereinstimmung mit den Kriterien erstellt wurden. Unter Berücksichtigung von Risiko- und Wesentlichkeitsüberlegungen haben wir Prüfungshandlungen durchgeführt, um ausreichende geeignete Prüfungsnachweise zu erlangen. Die Auswahl der Prüfungshandlungen liegt im pflichtgemässen Ermessen des Wirtschaftsprüfers. Bei betriebswirtschaftlichen Prüfungen zur Erlangung einer begrenzten Sicherheit sind die durchgeführten Prüfungshandlungen im Vergleich zu betriebswirtschaftlichen Prüfungen zur Erlangung einer hinreichenden Sicherheit weniger umfangreich, sodass dementsprechend eine geringere Sicherheit gewonnen wird.

Zusammenfassung der durchgeführten Arbeiten

Im Wesentlichen haben wir folgende Arbeiten durchgeführt:

- Prüferische Durchsicht der Anwendung und Einhaltung der Richtlinien zur internen Nachhaltigkeits-Datenerhebung;
- Überprüfung der Grundlagendaten (u.a. Datenbanken zu Personal, Warentransport, Labelprodukten und Weiterbildungskursen) bezüglich Angemessenheit, einheitliche Anwendung, Richtigkeit und Vollständigkeit;
- Prüferische Durchsicht der relevanten Dokumentationen;
- Analyse sowie Beurteilung der zu Grunde liegenden Kriterien für die Kennzahlenberechnung;
- Stichprobenweise Prüfung der zugrundeliegenden Berechnungen;
- Durchsicht der Prüfungsarbeiten der internen Revisionsstelle und deren Feststellungen.

Wir haben keine anderen Daten geprüft als jene, welche im Abschnitt zum Umfang und Prüfungsgegenstand beschrieben sind. Wir sind der Auffassung, dass die von uns erlangten Nachweise eine angemessene und ausreichende Grundlage für unsere eingeschränkte Schlussfolgerung bilden.

Eingeschränkte Schlussfolgerung

Bei unserer Prüfung sind wir nicht auf Sachverhalte gestossen, aus denen wir schliessen müssten, dass die Kennzahlen 2019 der Denner nicht in allen wesentlichen Belangen in Übereinstimmung mit den in den Kriterien genannten Richtlinien erstellt worden sind.

Inhärente Grenzen

Die Genauigkeit und Vollständigkeit der Daten im Bereich Nachhaltigkeit unterliegen inhärent vorhandenen Grenzen, welche aus der Art und Weise der Datenerhebung, -berechnung und -schätzung resultieren. Unser Prüferbericht sollte deshalb im Zusammenhang mit den internen Richtlinien und Verfahren von Denner sowie den Definitionen zur Nachhaltigkeitsberichterstattung gelesen werden.

Zürich, 8. September 2020

BDO AG

Claudia Tiemann
Zugelassene Revisionsexpertin

i.V. Dr. Moritz Reisser

Denner est propriétaire de ce rapport. Tous les contenus appartiennent à Denner ou à un partenaire contractuel. Aucun droit n'est acquis par la consultation, le téléchargement ou la copie de pages. Sans autorisation écrite préalable, l'utilisation des contenus à des fins commerciales est interdite. Denner décline toute responsabilité (y compris en cas de négligence) qui pourrait résulter de ce rapport. Denner consacre le plus grand soin à l'exactitude des informations du rapport. Toutefois, Denner ne peut pas certifier ou attester formellement de manière explicite ou implicite (également envers des tiers) l'exactitude, la fiabilité ou la complétude des informations. Denner décline toute responsabilité en cas d'informations erronées, insuffisantes ou manquantes. Le rapport contient des liens à des sites Internet de tiers. Denner ne surveille ni n'exploite ces pages. Denner décline toute responsabilité quant au contenu et au respect des dispositions légales en matière de protection des données des sites Internet de tiers cités dans le document. Denner décline toute responsabilité au niveau de la sécurité des données au moment de leur transmission par Internet. Ce rapport est disponible en allemand, français et italien sur notre site www.denner.ch. La version allemande est déterminante.

Editeur:

Denner SA, Grubenstrasse 10, 8045 Zurich
Le Groupe Migros est propriétaire de Denner SA.

Ce rapport a été établi en accord avec les standards GRI Core Option.

Direction du projet:

Grazia Grassi (cheffe de la communication d'entreprise)

Responsable du contenu:

Christopher Rohrer (chef de la durabilité) et Grazia Grassi

Rédaction:

Thomas Kaderli, Grazia Grassi et Lucia Bolli
(communication d'entreprise Denner)

Traduction: Babette Buob, Francisca Marmy

Concept / graphique / illustrations:

Isler Tomasi GmbH, Visuelle Kommunikation, Zurich

Photos:

Portraits pleine page: Gian Marco Castelberg / Severin Nowacki
Autres images: Giorgio von Arb, Gian Marco Castelberg, Chiquita, Denner, Engagement Migros, Getty Images, IP-SUISSE, iStock, Claudia Minder, MGB, One Earth - One Ocean, Kurt Pfister, Pusch, Shutterstock, Signorell

Litho: Mattenbach AG, Winterthur

Papier: Rebello FSC, 100 % papier recyclé, Papier Fischer



Couverture:

Emballages de sticks de poisson,
Greenland Seafood Europe GmbH

Impression et reliure:

Mattenbach AG, Winterthur



Tirage: 650 exemplaires

Publication: septembre 2020

Contact:

Denner SA, communication d'entreprise
Grubenstrasse 10, CH-8045 Zurich, téléphone 044 455 11 11
denner.ch

icht wieder einfrieren und...
 (conservation selon date). Conservation au...
 et et consommer rapidement.
 (conservabilità secondo data). Conservabile in...
 no.
 congelare e consumare rapidamente.



e 450 g
 DE NI 1102 EG



*AR = Assunzioni di riferimento per...
 nutrizionali variano in funzione dell'età, del sesso, dell'attività fisica...
 Die Packung enthält 3-4 Portionen. / L'emballage contient 3-4 portions
 contiene 3-4 porzioni.

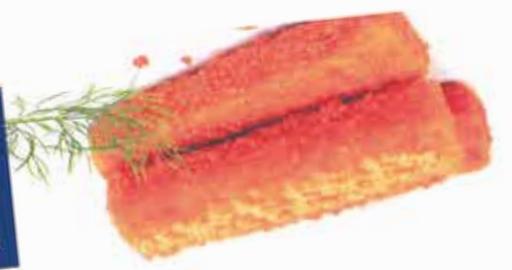
STOP
 Plastikmüll in den Weltmeeren
 déchets plastiques dans les océans
 Denner & der Lieferant Greenland Seafood Europe GmbH spenden pro verkaufter Kartonverpackung 5 Rap-
 pen an One Earth - One Ocean.
 Mehr Informationen:
 www.denner.ch/ocean
 Denner & le fournisseur Greenland Seafood Europe GmbH font un don
 de 5 centimes à One Earth - One Ocean
 Ocean pour chaque emballage en
 carton vendu.
 Plus d'informations:
 www.denner.ch/ocean
 Denner & le fournisseur Greenland Seafood Europe GmbH donent 5 cent
 simi à One Earth - One Ocean p
 ogni confezione in cartone vendut
 più informazioni:
 www.denner.ch/ocean

FISCHSTÄBCHEN
 STICKS DE POISSON • BASTONCINI DI PESCE



FISCHSTÄBCHEN
 STICKS DE POISSON • BASTONCINI DI PESCE

ALASKA-SEELACHS / COLIN O ALASKA / MERLUZZO DELL'ALASKA



Alaska-Seelachs (Theragra chalcogramma) wird in den eisigen Gewässern des Pazifischen Ozeans gefangen und zur Erhaltung der Frische bereits auf hoher See beaufroren. Denner möchte mit diesem Produkt einen Beitrag gegen die Überfischung leisten. Der Marine Stewardship Council (MSC) ist eine unabhängige, gemeinnützige Organisation, die es sich zur Aufgabe gemacht hat, den weltweiten Fisch- und Meeresfrüchtebestand für die Zukunft zu erhalten. Der Alaska-Seelachs stammt aus nachhaltiger Wildfischerei. Die Packung enthält 3-4 Portionen. / L'emballage contient 3-4 portions. / L'emballage contiene 3-4 porzioni.



saftigen MSC Alaska-Seelachs*-Filets (Theragra chalcogramma), paniert, vorgegart.
 de délicieux filets de colin d'Alaska* MSC (Theragra chalcogramma), panés, préfaits, surgelés
 succulenti filetti di merluzzo dell'Alaska* MSC (Theragra chalcogramma), impanati, precotti, surgelati



Pfanne: Etwas Fett in der Pfanne erhitzen und die Fischstäbchen im gefrorenen Zustand hineingeben. Nach mehrmaligem Wenden bei mittlerer Hitze sind die Fischstäbchen nach ca. 6 Min. knusprig braun.
Poêle: chauffer un peu de graisse et y ajouter les sticks de poisson surgelés. Les dorer à chaleur moyenne pendant env. 6 minutes en les retournant plusieurs fois.
Padella: scaldare un po' di grasso in una padella e cospargere i bastoncini ancora surgelati. Girarli di tanto in tanto per ca. 6 minuti fino a quando raggiungano un bel colore dorato.



Backofen: Die gefrorenen Fischstäbchen auf mittlerer Schiene im vorgeheizten Backofen bei Ober- und Unterhitze ca. 15-17 Minuten oder Umluft ca. 13-15 Minuten bei 220 °C auf einem mit Backtrennpapier ausgelegten Blech oder in einem Teflonblech goldbraun backen. Die Fischstäbchen nach ca. 10 Min. wenden.
Four: dorer les sticks de poisson surgelés au milieu du four préchauffé à chaleur supérieure et inférieure pendant env. 15-17 minutes ou à chaleur tournante env. 13-15 minutes sur 220 °C sur une plaque hémisphère de papier sulfurisé ou sur une plaque en téflon. Retourner les sticks de poisson après env. 10 min.
Forno: mettere i bastoncini di pesce surgelati nella metà del forno preriscaldato attivando la resistenza superiore e inferiore per ca. 15-17 min. o con funzione "ventilato" ca. 13-15 min. a ca. 220 °C su una teglia lubrificata con carta da forno o su una teglia in teflon e farli dorare. Girare i bastoncini dopo ca. 10 min.



Fritteuse: Die gefrorenen Fischstäbchen in 180 °C heissem Fett ca. 3 Min. fritrieren.
Friteuse: friggere i bastoncini surgelati in grasso riscaldato a 180 °C per ca. 3 min.

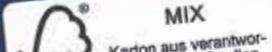
Nährwerte / Valeurs nutritives / Valori nutritivi	100 g
Energiewert / valeur énergétique / valore energetico	79 (190)
Fett / matières grasses / grassi	
davon gesättigte Fettsäuren / dont acides gras saturés / di cui acidi grassi saturi	
davon einfach ungesättigte Fettsäuren / dont acides gras monoinsaturés / di cui acidi grassi monoinsaturi	
davon mehrfach ungesättigte Fettsäuren / dont acides gras polyinsaturés / di cui acidi grassi polinsaturi	
Kohlenhydrate / glucides / carboidrati	
davon Zucker / dont sucres / di cui zuccheri	
Ballaststoffe / fibres alimentaires / fibre alimentari	
Eiweiss / protéines / proteine	
Salz / sel / sale	

DENNER
 Durabilité pour tous

g:
 eralt bei -18 °C oder kälter aufbewahren...
 in Kühlschrank bei max. +5 °C maximal 1 Tag haltbar.
 ukt, nach dem Auftauen nicht wieder einfrieren und sofort...
 (conservation selon date). Conservation au...
 in frigorifero a max. +5 °C per un massimo di 1 giorno.
 dopo aver scongelato non congelare nuovamente e consumare immediatamente.
 (conservabilità secondo data). Conservabile in...
 frigorifero a max. +5 °C per un massimo di 1 giorno.
 dopo aver scongelato non congelare nuovamente e consumare immediatamente.



e 450 g



*RM = Referenzmenge für einen durchschnittlichen...
 Der Bedarf variiert je nach Alter, Geschlecht...
 *AR = Apport de référence pour un adulte...
 l'activité corporelle, etc., les besoins peuvent varier...
 *AR = Assunzioni di riferimento per un adulto...
 nutrizionali variano in funzione dell'età, del sesso, dell'attività fisica...
 Die Packung enthält 3-4 Portionen. / L'emballage contient 3-4 portions.
 contiene 3-4 porzioni.