

# RAPPORTO DI SOSTENIBILITÀ 2019

# Cosa facciamo



**FISCHSTÄBCHEN**  
**STICKS DE POISSON • BASTONCINI DI PESCE**  
 MSC  
 8138650 5  
 51155824141

Die Packung enthält 3-4 Portionen. / L'emballage contient 3-4 portions. / La confezione nutrizionale variano in funzione dell'età, del sesso, dell'attività fisica, ecc.

**AR = Assunzioni di riferimento per un adulto medio (8400 kJ/2000 kcal). Le necessità di attività corporea, etc., les besoins peuvent être plus ou moins élevés.**  
**AR = Apport de référence pour un adulte-type (8400 kJ/2000 kcal). Selon l'âge, le sexe, l'activité corporelle, etc., les besoins peuvent être plus ou moins élevés.**  
**Der Bedarf variiert je nach Alter, Geschlecht, Körperlicher Aktivität etc.**  
**RM = Referenzmenge für einen durchschnittlichen Erwachsenen (8400 kJ/2000 kcal). Die notwendigen Nährstoffmengen können je nach Alter, Geschlecht, körperlicher Aktivität etc. variieren.**

Nährwerte / Valeurs nutritives /	4 Stück / RM/AR* (ca. 120 g)	100 g (ca. 120 g)	% RM/AR* (2000 kcal)
Energiewert / valeur énergétique / Fett / matières grasses / grassi dovon gesättigte Fettsäuren dovon ungesättigte Fettsäuren	796 kJ (190 kcal)	8,9 g	11% 14%
Proteine / protéines / proteine	12 g	0,85 g	17%
Ballaststoffe / fibres alimentaires / di cui Zuckern davon Zucker / dont sucres / carbohidrati	0,9 g	0,5 g	18%
Salz / sel / sale	0,85 g	0,07 g	17%

100 g	4 Stück (ca. 120 g)	%	RM/AR*
796 kJ (190 kcal)	955 kJ (228 kcal)	11%	8400 kJ (2000 kcal)
8 g	9,6 g	14%	70 g
0,9 g	1,1 g	6%	20 g
2 g	2,4 g		
5 g	6 g		
17 g	20 g	8%	260 g
0,5 g	0,6 g	<1%	90 g
0,9 g	1,1 g		50 g
12 g	14 g	28%	6 g
0,85 g	1,0 g	17%	



4 Stück / pièces /  
pezzi (ca. 120 g):  
955 kJ (228 kcal)  
11%\*



**FISCHSTÄBCHEN**  
**STICKS DE POISSON • BASTONCINI DI PESCE**  
 MSC  
 8138650 5  
 50148-01  
 Schür

**FISCHSTÄBCHEN**  
**STICKS DE POISSON**  
 BASTONCINI DI PESCE  
 MSC  
 www.msc.org/it





### **Una copertina con tradizione**

Per non gravare inutilmente sull'ambiente, ci assicuriamo che ogni Rapporto di Sostenibilità venga prodotto in modo sostenibile. Per questo motivo il rapporto di sostenibilità in formato cartaceo viene pubblicato con una tiratura molto ridotta e solo per determinati stakeholder e organizzazioni non profit. Fin dagli inizi, viene realizzata anche una copertina particolare con materiali riciclati. Dopo vecchi cartoni di vino, carta riciclata fatta a mano con semi incor-

porati e un feltro in fibre di PET riciclato, sacchi di farina di Grüninger Mühlen, forniti dal panificio Conrad di Küblis, quest'anno la copertina è dedicata ai nostri bastoncini di pesce. Gli imballaggi inutilizzati sono stati raccolti in nome dell'argomento a cui dedichiamo una sezione speciale nel nostro rapporto: la pulizia degli oceani. Denner sostiene l'organizzazione ambientale One Earth - One Ocean dal 2017. Potete saperne di più a pagina 23.



# Mantenere le promesse – per le generazioni di domani

Fin dalla sua fondazione, il Gruppo Migros si impegna a favore dell'ambiente e della società. Ciò vale anche per le promesse del programma di sostenibilità «Generazione M». Tutte le aziende del Gruppo Migros sono tenute a rispettarlo e ad attuare misure definite. Il nostro obiettivo è quello di proteggere l'ambiente e la società agendo in modo responsabile.

La rinomata agenzia di rating ISS-oekom dimostra regolarmente che la nostra non è una promessa vana. Negli ultimi due anni Migros è stata il rivenditore al dettaglio più sostenibile al mondo e ha mantenuto la sua posizione di punta rispetto alle aziende di commercio consolidate in tutto il mondo. Migros deve questo successo a tutte le aziende del Gruppo che si impegnano a favore dell'ambiente.

Tra queste Denner, che si è affermata con successo sul mercato come approvvigionatore locale di beni di prima necessità e che negli ultimi cinque anni ha rafforzato il suo impegno per la sostenibilità. Con il sostegno del Gruppo Migros sono stati formulati obiettivi ambiziosi per spingere la decarbonizzazione entro il 2030 e dimezzare l'impronta di CO<sub>2</sub>. Inoltre, con la sottoscrizione della Science Based Targets initiative (SBTi), Denner assume un ruolo pionieristico nel commercio al dettaglio svizzero.

All'interno del Gruppo Migros porteremo avanti il progetto SBTi per lasciare un mondo migliore e intatto per le generazioni di domani. Agiamo in modo responsabile perché abbiamo un solo mondo.



## **Beat Zahnd**

Responsabile del Dipartimento Commercio della Federazione delle cooperative Migros e presidente del Consiglio d'amministrazione di Denner SA


**La Direzione aziendale di Denner**

Sopra da sin. a des.:

Adrian Bodmer, responsabile Finanze;  
Sascha Göbels, responsabile Acquisti;  
Mario Irminger, CEO; Serge Gafner,  
responsabile Human Resources

Sotto da sin. a des.:

Gerd Kaiser-Kossmayr, responsabile  
Vendite; Bernhard Zubler, responsabile  
Logistica

## ***Stimata Lettrice e Stimato Lettore,***

da Marzo stiamo vivendo una situazione insolita, che la nostra generazione non ha mai vissuto prima. Siamo stati testimoni di uno shutdown globale che ha fermato ampiamente la vita pubblica. Un breve respiro di sollievo lo ha tirato, invece, la natura. Il cielo si è svuotato dall'eccessivo traffico aereo, dalle nuvole dei gas di scarico dei veicoli e da quelle delle ciminiere delle fabbriche. In alcune città si sono avvistati animali che in genere si trovano solo nei boschi. L'inquinamento atmosferico è migliorato in Cina e l'acqua a Venezia è tornata ad essere trasparente dopo oltre 60 anni. La natura si è un po' ripresa e rigenerata. Una sobria verità che fa riflettere, perché la natura dovrebbe essere in grado di rigenerarsi ogni giorno attraverso le nostre azioni responsabili, non solo in situazioni eccezionali.

Noi di Denner ci siamo posti l'obiettivo di integrare la sostenibilità nei nostri pensieri e nelle nostre azioni. Nella quotidianità della vita aziendale, noi ci evolviamo, impariamo e ci impegniamo a favore di uno sviluppo responsabile. Con la Science Based Targets initiative (SBTi) ci siamo posti obiettivi ambiziosi per promuovere la decarbonizzazione lungo l'intera catena del valore entro il 2030, ovvero per limitare le emissioni di CO<sub>2</sub>. Motivo per cui quest'anno abbiamo basato il nostro rapporto sugli Sustainable Development Goals (SDGs)

dimostrando il nostro sviluppo sostenibile in un contesto nazionale. Con gli SDGs ci responsabilizziamo e dimostriamo come teniamo conto della dimensione economica, sociale e ambientale.

Al fine di integrare una prospettiva esterna nelle nostre azioni, ci consultiamo regolarmente con i nostri stakeholder, che ci affiancano, ci sostengono e ci aiutano a evolverci. Insieme puntiamo a ottimizzare i nostri processi e a studiare nuove soluzioni, al fine di ottenere il massimo impatto possibile. Il nostro impegno viene esaminato ogni anno da organizzazioni indipendenti come il WWF e da revisori esterni.

Noi apportiamo un contributo attivo per un mondo migliore – ogni giorno, in oltre 800 punti vendita con oltre 5000 dipendenti. Noi rimaniamo sintonizzati – per salvaguardare il mondo del futuro.

Rimanete in salute!

Saluti sostenibili

**La Direzione aziendale di Denner**

<b>Prefazione</b> .....	3
<b>Presentazione dell'azienda</b> .....	6
<b>Strategia e visione</b> .....	7
<b>Pietre miliari</b> .....	8
<b>Ripercussioni</b> .....	10
<b>Stakeholder</b> .....	12
<b>Focus sulle esigenze dei clienti</b> .....	14
<b>Matrice di materialità</b> .....	16
<b>Obiettivi strategici</b> .....	17
<b>Sustainable Development Goals (SDGs)</b> .....	20

<b>Ambiente</b> .....	21
<b>Intervista con Günther Bonin</b> , fondatore dell'organizzazione ambientalista One Earth – One Ocean .....	23
<b>Emissioni di gas serra</b> Promuovere la decarbonizzazione .....	26
<b>Riciclaggio e rifiuti alimentari</b> Risparmiare cibo ed evitare i rifiuti alimentari .....	27
<b>Materiale di imballaggio</b> Promuovere la riduzione .....	29
<b>Trasporti</b> Mezzi di trasporto alternativi .....	32
<b>Efficienza energetica</b> Ottimizzare le spese e i ricavi .....	33

<b>Assortimento</b> .....	35
<b>Intervista con Raul Cutait</b> , Director of Sales, Chiquita .....	37
<b>Qualità e sicurezza</b> Garantire gli standard di qualità .....	42
<b>Prodotti con label</b> Ampliamento dei prodotti certificati .....	43
<b>Panoramica dei prodotti con label</b> Ampliare i prodotti sostenibili e agire in modo responsabile .....	45
<b>Buona pratica agraria / salvaguardia delle risorse</b> Produzione responsabile .....	47
<b>Benessere degli animali</b> Nel rispetto degli animali .....	48

<b>Essere umano</b> .....	49
<b>Intervista con Ursula Nold</b> , Presidente di Migros .....	51
<b>Leadership e cultura aziendale</b> Vivere i valori .....	56
<b>Condizioni di impiego</b> Condizioni di lavoro moderne .....	57
<b>Formazione e perfezionamento</b> Supporto individuale .....	60
<b>Sicurezza e salute sul lavoro</b> Sensibilizzare e formare .....	61
<b>Impegno sociale</b> Mostrare solidarietà .....	62

<b>Partner commerciali</b>	
Il partenariato con IP-SUISSE .....	64
Il partenariato con il WWF .....	67
<b>Indicatori</b> .....	70
<b>Tavola dei contenuti GRI</b> .....	72
<b>Certificato di prova BDO</b> .....	75
<b>In merito a questo rapporto</b> .....	76

➔ **VERSIONE ELETTRONICA DI QUESTO RAPPORTO:**

Scansionare il codice QR o cliccare sul link

[denner.ch/sostenibilita](https://denner.ch/sostenibilita)



# Da oltre 50 anni al servizio dei nostri clienti

Con oltre 822 punti di vendita in tutta la Svizzera, Denner dispone di una delle più fitte reti di filiali nel commercio al dettaglio svizzero ed è vicina ai suoi clienti nelle zone rurali e urbane. La sua facile accessibilità e il convincente rapporto qualità-prezzo fanno di Denner il numero uno tra i discount in Svizzera. In qualità di affiliata indipendente, Denner fa parte del Dipartimento Commercio della Federazione delle cooperative Migros.

## ➔ ORGANIGRAMMA DELL'AZIENDA:

Scansionare il codice QR o cliccare sul link [denner.ch/it/su-di-noi/in-merito-a-denner/panoramica](https://denner.ch/it/su-di-noi/in-merito-a-denner/panoramica)



## ➔ CIFRE E FATTI DELL'AZIENDA:

Scansionare il codice QR o cliccare sul link [denner.ch/it/su-di-noi/in-merito-a-denner/cifre-e-fatti](https://denner.ch/it/su-di-noi/in-merito-a-denner/cifre-e-fatti)



## CIFRE RILEVANTI

Fatturato netto 2019  
**CHF 3266 mio.**

**+2,3%** Crescita

**+3,8%** Affluenza clienti

**+0,8%** Aumento del fatturato Aziende Partner di Denner



## PRODOTTI SOSTENIBILI

**138**  
prodotti IP-SUISSE



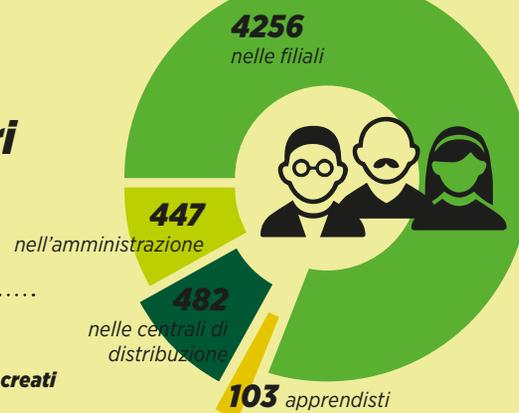
**+ 390 prodotti con label**



**528**  
prodotti con label  
in totale

## NUMERO DI COLLABORATORI

**5285**  
collaboratori



**+ 213**  
nuovi posti di lavoro creati  
nel 2019

## AUMENTO SALARIALE

**Salario minimo (\*13)**  
**CHF 4025.-**

Si trova ben al di sopra della media del settore.

**+ 7,3%** Aumento dei salari  
negli ultimi 10 anni



**6**  
settimane di  
vacanza  
(invariato)

# La sostenibilità come parte integrante della cultura aziendale

*L'agire in modo sostenibile rappresenta l'evoluzione naturale della nostra consapevolezza di azienda responsabile. Con una chiara strategia, perseguiamo obiettivi predefiniti con precisione e mostriamo in modo trasparente quando e con quali misure raggiungiamo i traguardi prefissati. Un faro verde è simbolo della nostra filosofia.*

Denner è il discount leader della Svizzera e prende sul serio la sua responsabilità nei confronti dell'ambiente e della popolazione, perché il modo in cui ci comportiamo oggi determina il mondo in cui vivremo domani. Pertanto, le considerazioni economiche ed ecologiche nelle nostre decisioni devono essere equilibrate. Per sottolineare l'importanza di questo approccio, con la nostra strategia di sosteni-

bilità abbiamo realizzato uno strumento che mira ad ancorare questa filosofia di pensiero in ambito aziendale, trasformando l'aspetto della sostenibilità nel lavoro quotidiano in una componente fissa del nostro processo decisionale. La sostenibilità è parte della nostra missione aziendale e viene rappresentata dal faro verde, simbolo dell'agire sostenibile di Denner.

Gli ambasciatori della sostenibilità  
**La sostenibilità è una questione strategica, ed è per questo che il responsabile Sostenibilità riporta direttamente al CEO. Con gli Ambasciatori Verdi, Denner rafforza il suo impegno per garantire un agire sostenibile lungo l'intera catena del valore.**

FORZA IRRADIANTE

**«La sostenibilità deve essere un atteggiamento fondamentale che guida tutte le nostre attività.»**

Mario Irminger, CEO Denner SA

EDIFICAZIONE FARO

Il faro verde si erge sui tre pilastri portanti:

**Ambiente  
Assortimento  
Essere umano**

FONDAMENTA

I valori aziendali, la fattibilità futura e la capacità di sviluppo costituiscono le fondamenta su cui può fiorire la nostra cultura della sostenibilità.



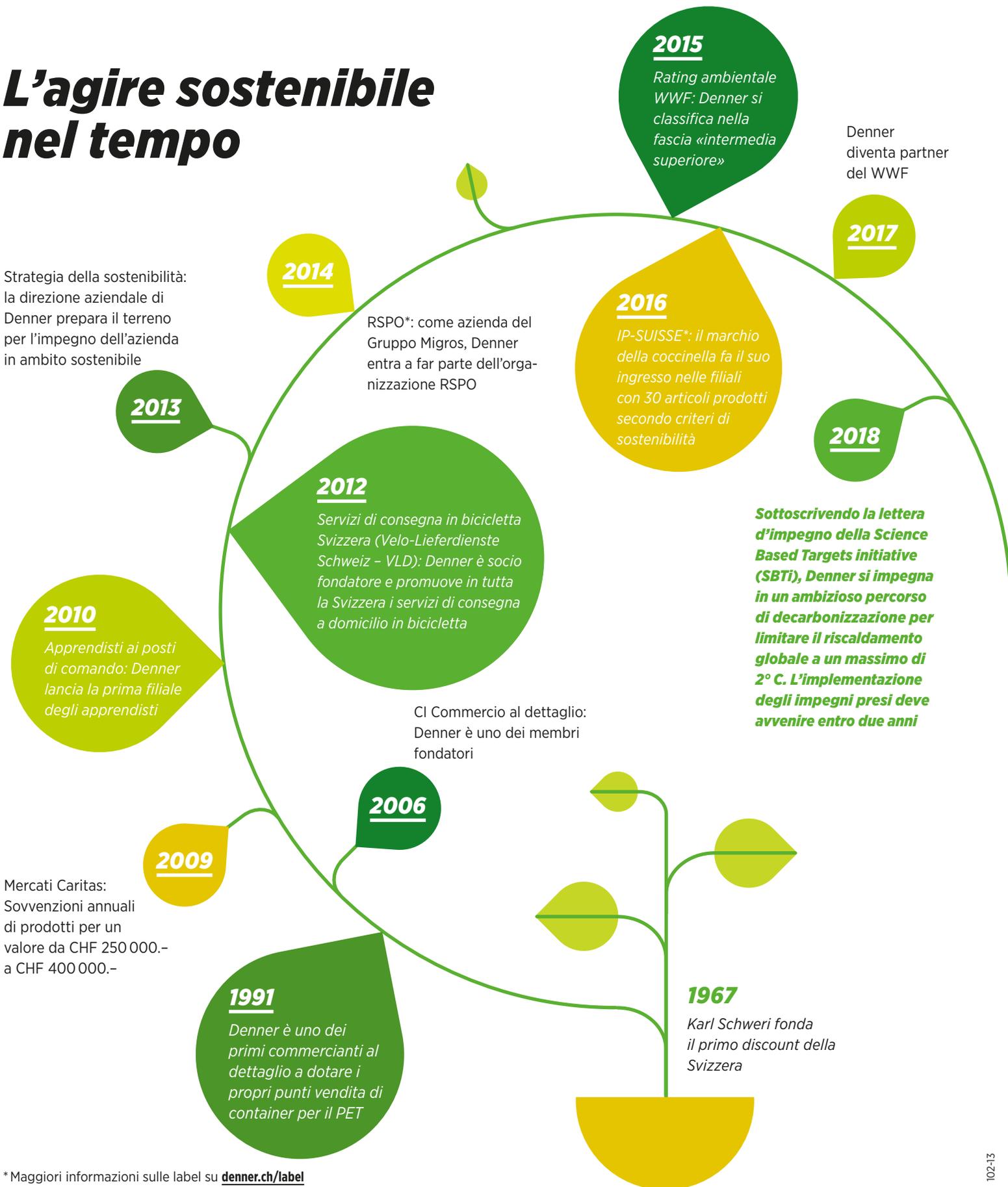
## → GLI AMBASCIATORI VERDI:

Scansionare il codice QR o cliccare sul link [denner.ch/it/su-di-noi/in-merito-a-denner/panoramica](https://denner.ch/it/su-di-noi/in-merito-a-denner/panoramica)



# L'agire sostenibile nel tempo

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



**2015**

Rating ambientale WWF: Denner si classifica nella fascia «intermedia superiore»

Denner diventa partner del WWF

**2017**

**2016**

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

**2018**

**Sottoscrivendo la lettera d'impegno della Science Based Targets initiative (SBTi), Denner si impegna in un ambizioso percorso di decarbonizzazione per limitare il riscaldamento globale a un massimo di 2° C. L'implementazione degli impegni presi deve avvenire entro due anni**

**2014**

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

**2013**

**2012**

Servizi di consegna in bicicletta Svizzera (Velo-Lieferdienste Schweiz – VLD): Denner è socio fondatore e promuove in tutta la Svizzera i servizi di consegna a domicilio in bicicletta

CI Commercio al dettaglio: Denner è uno dei membri fondatori

**2010**

Apprendisti ai posti di comando: Denner lancia la prima filiale degli apprendisti

**2006**

**2009**

Mercati Caritas: Sovvenzioni annuali di prodotti per un valore da CHF 250 000.- a CHF 400 000.-

**1991**

Denner è uno dei primi commercianti al dettaglio a dotare i propri punti vendita di container per il PET

**1967**

Karl Scherer fonda il primo discount della Svizzera

\* Maggiori informazioni sulle label su [denner.ch/label](http://denner.ch/label)

## 2019

### **Gennaio**

La rete di filiali viene ampliata con ulteriori stazioni di cottura per offrire ai clienti pane fresco ogni giorno e ridurre i rifiuti alimentari

### **Febbraio**

Circa 50 nuovi prodotti enerBiO vengono aggiunti all'assortimento, completando la gamma IP-SUISSE prodotta in modo sostenibile

### **Marzo**

Da 10 anni Denner sostiene i mercati Caritas con un contributo annuo di oltre CHF 250 000.-. Nel 2019 la cifra è stata di CHF 400 000.-

Denner è un donatore dell'Associazione Sentieri Svizzeri, che dal 1934 lavora per creare una rete di sentieri escursionistici attraente e uniforme

### **Maggio**

Insieme a sus.lab\*, Denner lancia un progetto unico nel suo genere in Svizzera: la rilevazione di tutti gli imballaggi primari e secondari dell'assortimento standard

Denner non vende tonno pescato con la rete

\*sus.lab è un'iniziativa della cattedra di sostenibilità e tecnologia del Politecnico federale di Zurigo

### **Giugno**

Publicato il quarto Rapporto di Sostenibilità in conformità allo standard GRI

### **Settembre**

In azione per l'ambiente e per i mari: Denner e il fornitore Greenland Seafood GmbH donano CHF 25 000.- all'organizzazione ambientalista One Earth - One Ocean

### **Novembre**

La filiale degli apprendisti ha luogo per la 20esima volta. Il progetto mira a promuovere i giovani talenti e permette loro di gestire la filiale in modo indipendente per un mese

Denner dona CHF 5000.- all'organizzazione «Hand für Afrika». Viene, inoltre, sostenuta la creazione di una scuola in Senegal con mobili per ufficio di proprietà Denner, sostituiti durante il rinnovo dell'edificio dell'amministrazione

Denner sostiene la campagna contro i rifiuti alimentari della Fondazione Pusch «Save Food fight Waste»

### **Dicembre**

Tutti i 25 fornitori di vino svizzeri hanno sottoscritto il codice di condotta e si impegnano quindi in pratiche di viticoltura responsabili

## ➔ TUTTE LE PIETRE MILIARI DELLA PANORAMICA SI TROVANO QUI:

Scansionare il codice QR o cliccare sul link [denner.ch/sostenibilita](https://denner.ch/sostenibilita)



# Impatto dell'azienda sull'ambiente

*Gli effetti sull'intera catena del valore nei tre settori chiave «Ambiente», «Assortimento» ed «Essere umano» sono rimasti invariati. Con le misure definite nella Science Based Targets initiative si realizza uno sviluppo sostenibile.*

Le nostre risorse naturali sono limitate, per via di materie prime in quantità limitata, a causa dell'impatto climatico o della limitata riproducibilità. Un uso responsabile ed efficiente delle risorse dovrebbe essere nell'interesse di tutti e, pertanto, sostenuto. Nell'ambito della Science Based Targets initiative, ci siamo posti obiettivi ambiziosi per ridurre le emissioni di CO<sub>2</sub> lungo l'intera catena del valore, da un lato, e per incrementare l'efficienza delle risorse e

sostenere l'economia circolare, dall'altro. Lo scambio continuo con i nostri stakeholder contribuisce a identificare nuovi problemi e a definire nuove aree di sviluppo.

Per creare una comprensione comune delle sfide globali, quest'anno abbiamo basato il nostro rapporto sui 17 obiettivi di sostenibilità dell'ONU. Questo ci dà l'opportunità di promuovere lo sviluppo sostenibile in tutti i settori.



## Ambiente



- Emissioni di gas serra
- Efficienza energetica
- Riciclaggio
- Spacco alimentare (Food waste)

## Assortimento



- Qualità e sicurezza del prodotto
- Prodotti con label
- Buona pratica agricola/Tutela delle risorse
- Benessere degli animali

## Essere umano



- Condizione e cultura aziendale
- Condizioni d'impiego
- Formazione e specializzazione
- Sicurezza sul lavoro/Tutela della salute

\* Ripercussioni sull'ambiente

**CATENA DI RIFORNIMENTO**  
(89 per cento\*)

**DENNER**  
(5 per cento\*)

**CLIENTE**  
(6 per cento\*)

**Produzione**

**Commercio**

**Società**



**Produzione**

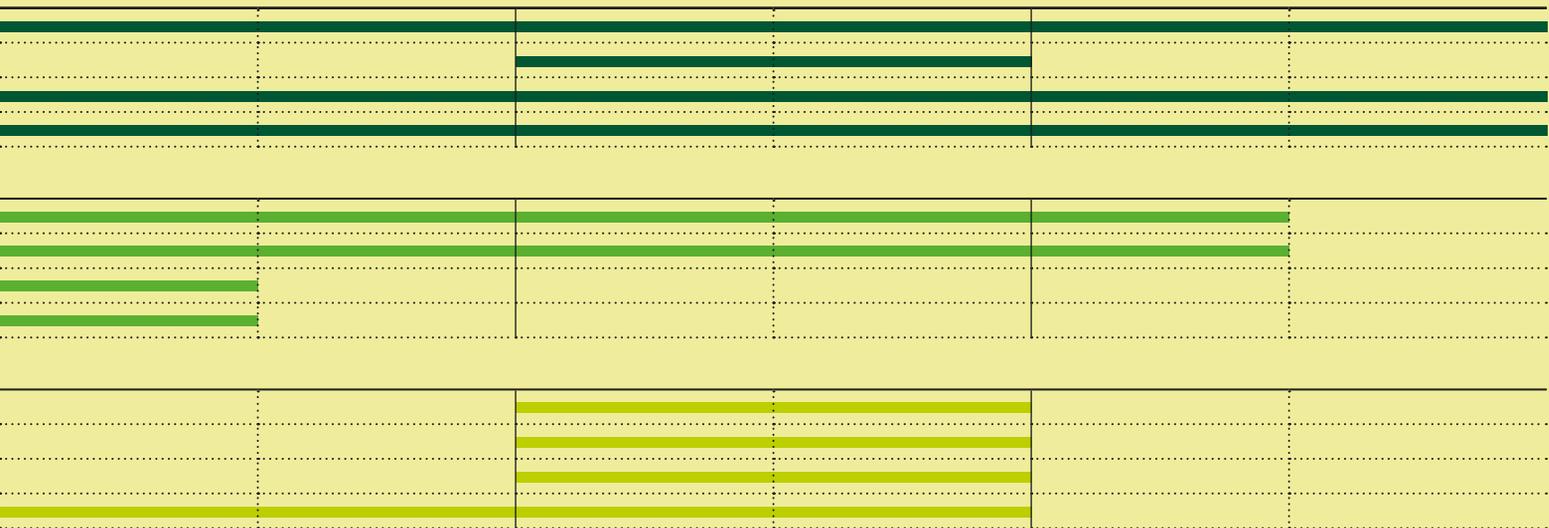
**Trasformazione,  
imballaggio,  
preparazione**

**Logistica**

**Vendita,  
filiale**

**Consumo**

**Smaltimento**



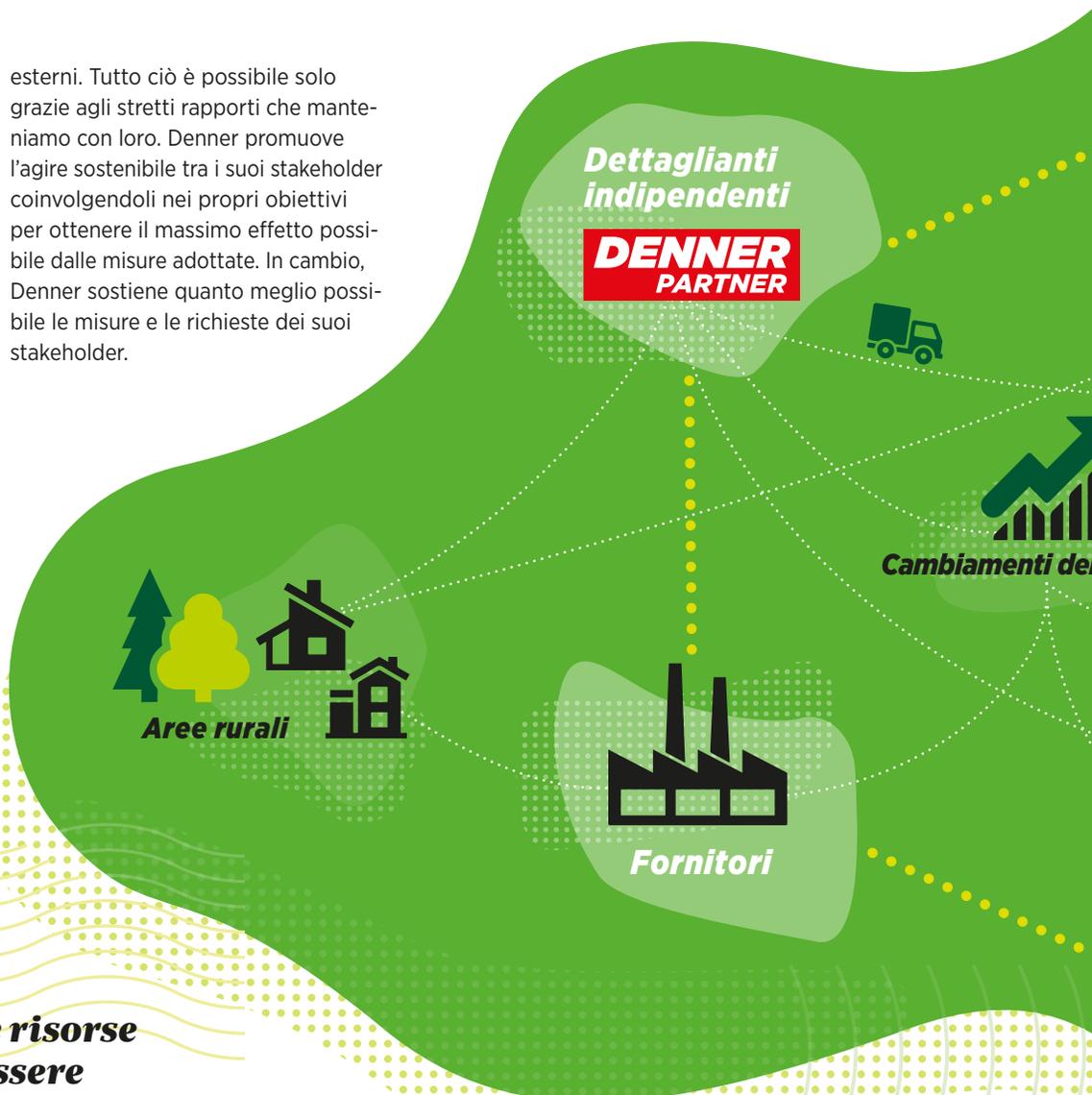
Le barre mostrano l'influenza diretta che esercitiamo nell'ambito della strategia di sostenibilità, grazie alle misure adottate.

# ***Siamo qui per i nostri stakeholder***

*In qualità di azienda attiva a livello nazionale, Denner mantiene stretti rapporti con un gran numero di diversi stakeholder. Le interfacce sono distribuite in tutte le aree dell'azienda. Sono tutti uniti dall'obiettivo comune di soddisfare le aspettative e le richieste di tutti gli stakeholder interni ed esterni e di promuovere il commercio sostenibile da entrambe le parti.*

Fornitori, clienti, dipendenti, autorità: questi sono solo alcuni dei numerosi stakeholder di Denner che godono della nostra piena attenzione. Dopo tutto, i servizi rilevanti per il sistema che Denner fornisce quotidianamente sarebbero impensabili senza la proficua collaborazione con loro. Denner ha alle spalle decenni di esperienza nel commercio al dettaglio di prodotti alimentari e sa esattamente cosa si aspettano e chiedono i suoi stakeholder. Grazie al regolare scambio di informazioni, siamo in grado di individuare nuove sfide e di agire per tempo. In passato, siamo stati in grado di avviare anche progetti lungimiranti, indicatici dai partner interni ed

esterni. Tutto ciò è possibile solo grazie agli stretti rapporti che manteniamo con loro. Denner promuove l'agire sostenibile tra i suoi stakeholder coinvolgendoli nei propri obiettivi per ottenere il massimo effetto possibile dalle misure adottate. In cambio, Denner sostiene quanto meglio possibile le misure e le richieste dei suoi stakeholder.



**«La natura ci fornisce risorse preziose che devono essere protette. Raccogliendo i rifiuti organici da Denner, chiudiamo il ciclo e trasformiamo i materiali usati in nuove materie prime.»**

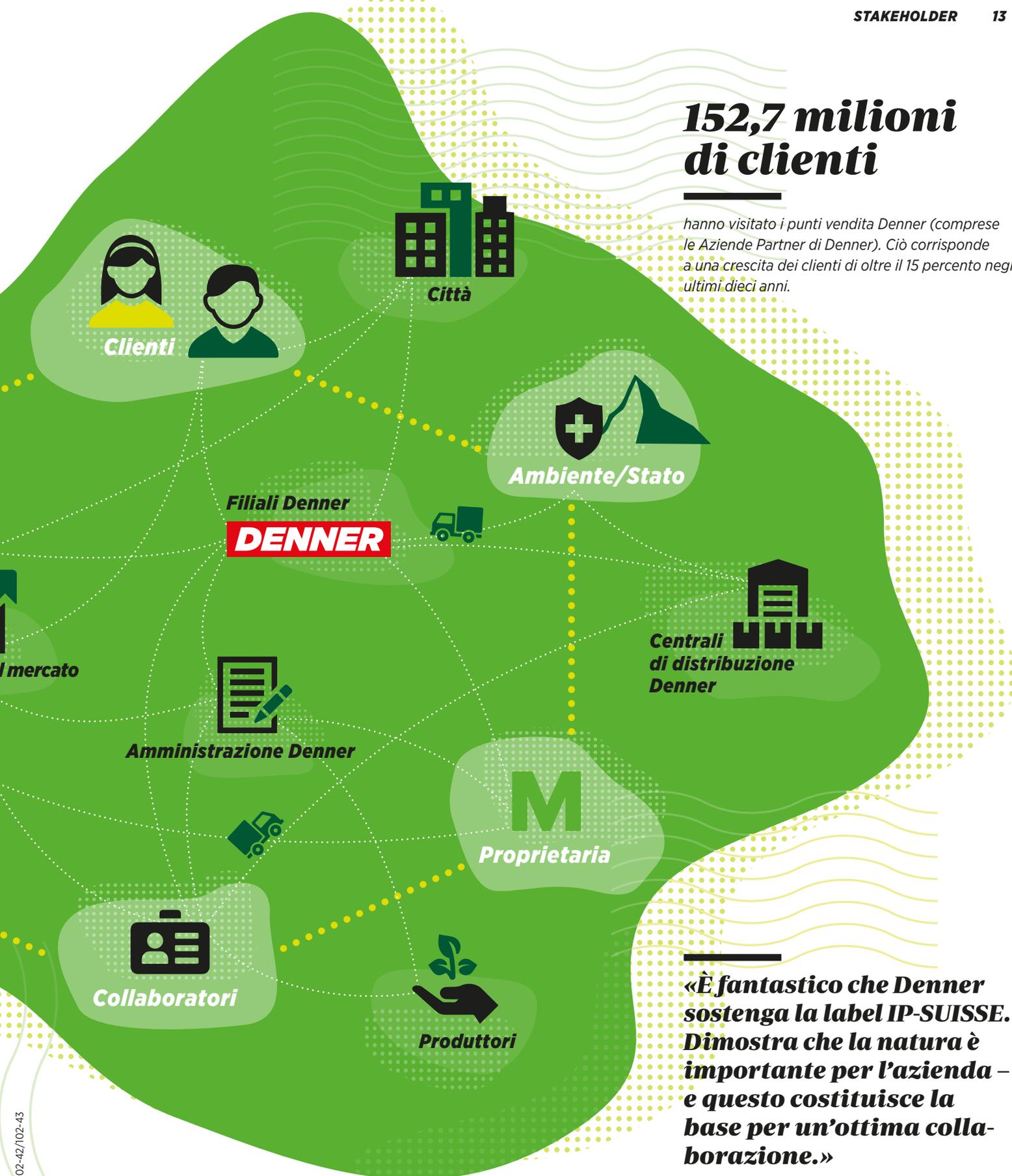
Werner Humbel,  
amministratore delegato di Recycling Energie AG

**1592 nuovi  
posti di lavoro**

sono stati creati negli ultimi 10 anni da Denner

## 152,7 milioni di clienti

hanno visitato i punti vendita Denner (comprese le Aziende Partner di Denner). Ciò corrisponde a una crescita dei clienti di oltre il 15 per cento negli ultimi dieci anni.



«È fantastico che Denner sostenga la label IP-SUISSE. Dimostra che la natura è importante per l'azienda – e questo costituisce la base per un'ottima collaborazione.»

Pascal Gutknecht,  
agricoltore IP-SUISSE

# Capire cosa è importante per i nostri clienti

Le esigenze dei nostri clienti sono cambiate negli ultimi anni. Se un tempo l'attenzione si concentrava principalmente sul prezzo, oggi per soddisfare le esigenze dei consumatori si deve tener conto di diversi fattori. Noi promuoviamo un consumo consapevole e diamo importanza a una dichiarazione trasparente degli ingredienti, della provenienza e del tipo di produzione, al fine di fornire ai nostri clienti il miglior supporto possibile nel loro processo decisionale d'acquisto.

## Commercio sostenibile

### Certificazioni

Quasi 500 prodotti con label garantiscono la produzione di prodotti sostenibili

.....

I prodotti con label soddisfano standard più elevati e offrono un'alternativa ai prodotti convenzionali:  
**salute, IP-SUISSE**

## Soddisfazione

### Marca propria Denner

Alternative economiche e sostenibili ai prodotti di marca

.....

La qualità non deve essere necessariamente costosa, come dimostrano anche i prodotti di marca propria Denner nei test comparativi: **servizio clienti, dialogo, garanzia di rimborso**



## **Ecologico**

### **Vicinanza**

*Oltre 800 filiali in tutta la Svizzera  
facilmente raggiungibili anche a piedi*

---

Un uso moderato e sostenibile delle risorse  
salvaguardia l'ambiente e allo stesso tempo  
riduce i costi:

**trasporti, elettricità verde, camion**

## **Garanzia di qualità**

### **Ingredienti**

*La riduzione di ingredienti critici  
come l'olio di palma, il sale e lo zucchero  
viene costantemente monitorata*

---

La gestione costante della qualità assicura  
che la nostra gamma di prodotti contribuisca  
ad un'alimentazione equilibrata:

**controllo qualità, test di prodotto,  
degustazioni, reclami**

## **Economico**

### **Prezzi equi**

*Lungo l'intera catena del valore,  
garantiamo prezzi piccoli per tutti*

---

Con una struttura snella e un'implementazione  
efficiente, risparmiamo sui costi, che investiamo  
in un convincente rapporto qualità-prezzo:  
**prezzi piccoli per tutti, processi efficienti**

## **Responsabilità sociale**

### **Sviluppo professionale dei collaboratori**

*Incoraggiamento individuale dei  
dipendenti – dalla formazione  
professionale a posizioni dirigenziali*

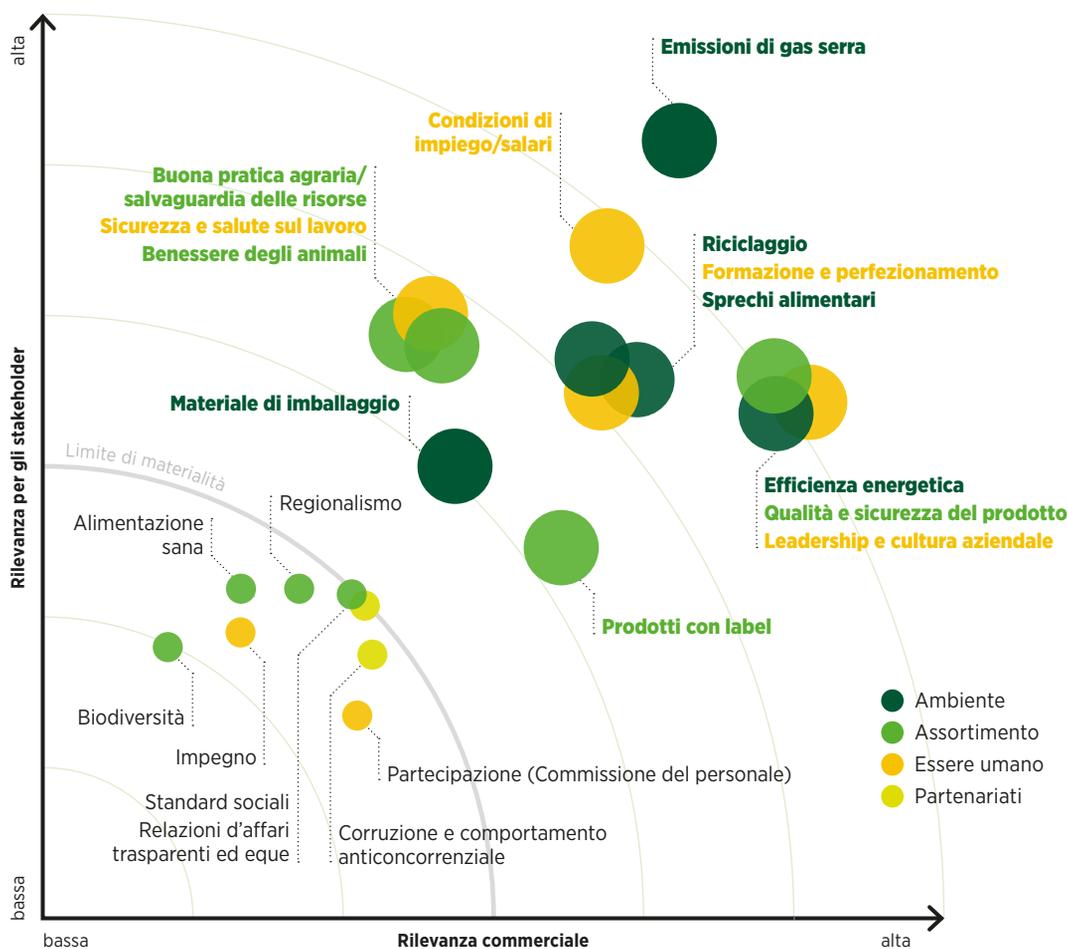
---

Denner restituisce qualcosa alla popolazione  
fornendo e condividendo know-how e risorse:  
**sostegno ai giovani, mercati Caritas, donazioni**



# La matrice di materialità di Denner

L'analisi di materialità è un importante strumento di lavoro per Denner per identificare insieme agli stakeholder i temi rilevanti per l'azienda. I colloqui annuali danno all'azienda l'opportunità di sentire il battito del tempo e allo stesso tempo di fare una previsione su temi importanti per il futuro.



**Procedura**  
Ogni anno, i responsabili della sostenibilità dell'azienda svolgono incontri con gli stakeholder per valutare l'analisi di materialità. I risultati vengono riassunti e presentati nell'ambito della commissione di strategia dal responsabile Sostenibilità.

Nell'anno in esame i temi sono rimasti invariati, con l'attenzione alla decarbonizzazione dell'azienda e alla riduzione dei materiali di imballaggio:

**Emissioni di gas serra**  
Firmando la dichiarazione d'impegno della Science Based Targets initiative, Denner è diventato il primo commerciante al dettaglio in Svizzera a impegnarsi a favore di ambiziosi obiettivi di CO<sub>2</sub> (maggiori informazioni a pagina 26).

**Materiale di imballaggio**  
Entro il 2025 l'azienda avrà ridotto il materiale da imballaggio fino al 20 per cento per la marca propria Denner (ulteriori informazioni a pagina 30).

Dalla prima analisi di materialità del 2017 sono successe molte cose e sono stati fatti passi importanti in ambito di sostenibilità. Ciò è stato possibile anche grazie al continuo scambio con i nostri stakeholder, che ci hanno ripetutamente messo di fronte a valide sfide e confrontato con problemi concreti. Nel 2018 è stato così sviluppato anche il progetto SBTi, con il quale abbiamo dato un chiaro segnale a favore dell'ambiente nel commercio al dettaglio svizzero. Lo scambio con i nostri stakeholder è la prova che i cambiamenti sostenibili possono essere portati avanti insieme.

**I 13 temi chiave rimangono anche invariati nell'anno in esame.**

# Obiettivi strategici 2015-2020

Gli obiettivi strategici definiti sono stati quasi completamente raggiunti nell'anno in esame e saranno tutti implementati al più tardi entro la fine del 2020. Nel prossimo Rapporto di Sostenibilità si valuteranno quindi gli obiettivi di decarbonizzazione da raggiungere entro il 2030 e definiti nell'ambito della Science Based Targets initiative.

## Ambiente

Cosa facciamo	Stato	Obiettivi
<b>Riduzione delle emissioni di CO<sub>2</sub></b> Denner rileva le emissioni di CO <sub>2</sub> nell'intera azienda al fine di ridurle costantemente.	● Raggiunto	Riduciamo di almeno il 20 per cento le emissioni di CO <sub>2</sub> nelle centrali di distribuzione
	● Raggiunto	Dal 2017 riduciamo ogni anno di almeno 160 tonnellate le emissioni di CO <sub>2</sub> grazie a nuovi impianti di refrigerazione rispettosi del clima.
	● Raggiunto	Dal 2016 in tutta l'azienda si utilizza solo elettricità proveniente da fonti rinnovabili.
	○ In elaborazione	Denner sta elaborando obiettivi ambiziosi per il 2030 al fine di allineare il percorso di riduzione delle emissioni di CO <sub>2</sub> agli obiettivi globali stabiliti nell'accordo di Parigi. L'impegno per la Science Based Targets initiative supporta Denner nel raggiungimento degli ambiziosi obiettivi climatici e dei percorsi di riduzione delle emissioni di gas serra.
	○ In elaborazione	A partire dal 2019, i trasporti di merce saranno percorsi solo con camion conformi alla norma sui gas di scarico Euro 6 o maggiore.
	○ In elaborazione	La quota di trasporti su rotaia deve essere ulteriormente ampliata.
<b>Incremento efficienza energetica</b> Grazie a una soluzione di gestione energetica completa, Denner riduce il consumo di elettricità e incrementa costantemente l'efficienza energetica.	● Raggiunto	Incrementiamo ad almeno il 106,4 per cento (base 2013) l'efficienza energetica nelle centrali di distribuzione.
	● Raggiunto	Incrementiamo ad almeno il 111,4 per cento (base 2013) l'efficienza energetica nell'amministrazione.
	● Raggiunto	Si prevede di aumentare del 15 per cento l'efficienza energetica nelle filiali.
<b>Incremento del tasso di riciclo</b> Tutti i collaboratori Denner contribuiscono a incrementare il tasso di riciclo, destinando preziose materie prime ai centri di riciclaggio e diminuendo la quota di food waste.	● Raggiunto	Nel sistema di gestione dell'ambiente registriamo ogni anno tutte le tipologie di materiali riciclabili importanti in tonnellate.
	● Raggiunto	Dal 2016, nuovo piano di smaltimento dei rifiuti organici provenienti dalle filiali, destinati a essere rivalorizzati in impianti di biogas.
	● Raggiunto	Elaborazione di un concetto/guida di smaltimento per l'amministrazione, la logistica e la vendita.
	● Raggiunto	Formazione/sensibilizzazione dei collaboratori (in particolare Vendite e Logistica) per un trattamento sostenibile dei rifiuti/materiale riciclabile.
<b>Riduzione del materiale d'imballaggio</b> Grazie all'utilizzo di materiali sostenibili e alla riduzione degli imballaggi, Denner preserva le risorse naturali.	○ In elaborazione	Denner si è posta l'obiettivo di ridurre il materiale di imballaggio di almeno il 20 per cento entro il 2025. Il nuovo progetto include tutti gli obiettivi precedenti.  Per portare avanti questa promessa, Denner ha avviato un progetto unico in Svizzera insieme a sus.lab: raccogliere tutti gli imballaggi primari e secondari dell'assortimento standard (senza azioni) e registrare tutti i dati in un database. L'obiettivo del progetto è quello di identificare il potenziale di ottimizzazione e, a lungo termine, di ridurre il materiale di imballaggio per tutti i prodotti di marca propria. I primi dati saranno comunicati nell'autunno 2020.

## Assortimento

<b>Cosa facciamo</b>	<b>Stato</b>	<b>Obiettivi</b>
<b>Prodotti con label</b> I marchi creano trasparenza e aiutano i nostri clienti nelle decisioni d'acquisto. Per questo Denner amplia costantemente il numero di prodotti certificati in assortimento.	● <b>Raggiunto</b>	Il 100 per cento delle tavolette di cioccolato di marca propria e ca. l'85 per cento dei caffè di marca propria sono certificati UTZ.
	● <b>Raggiunto</b>	Denner è consapevole della propria responsabilità verso l'ambiente e si è posta degli obiettivi ambiziosi in termini di impatto ambientale dei suoi prodotti. Si punta quindi ad aumentare costantemente la quota di prodotti con label (ad es. IP-SUISSE).
	○ <b>In elaborazione</b>	Denner e WWF si impegnano congiuntamente in Svizzera per una viticoltura ottimizzata a livello ecologico. Nell'ambito di questa cooperazione, Denner si è posta l'obiettivo di ottenere entro il 2033 almeno il 25 per cento del vino svizzero da un'agricoltura ecologicamente ottimizzata e di promuovere uno standard internazionale per il vino da una coltivazione ecologicamente ottimizzata.
<b>Politica agraria</b> La coltivazione ecosostenibile dei suoli, delle foreste e delle acque è un criterio decisivo nella scelta dei prodotti da inserire nell'assortimento Denner.	● <b>Raggiunto</b>	Almeno il 95 per cento dell'assortimento di frutta, verdura, fiori e piante dispone della certificazione GlobalG.A.P. o di una certificazione equivalente.
	● <b>Raggiunto</b>	Già oggi Denner rinuncia a vendere specie ittiche e frutti di mare a rischio di estinzione. Dal 2018 Denner venderà unicamente pesce e frutti di mare provenienti da fonti sostenibili. Entro il 2020 la quota di prodotti con marchio (MSC / ASC / bio) deve salire al 62 per cento.
	● <b>Raggiunto</b>	Entro il 2019, il 100 per cento dei prodotti cartacei (carta igienica, tovaglioli, ecc.) della marca propria Denner sarà realizzato con materiale riciclato o soddisferà i criteri FSC.
	🕒 <b>In corso</b>	Il 100 per cento dell'olio di palma presente nei prodotti di marca propria Denner è certificato RSPO. Entro il 2022, nell'intero settore Food sarà utilizzato solo olio di palma certificato RSPO del livello «Segregated». Nel settore Near Food si ricorrerà entro il 2020 unicamente a olio di palma almeno del livello «Mass Balance».
<b>Benessere degli animali</b> Denner arricchisce costantemente la propria offerta di generi alimentari svizzeri e si impegna a rispettare elevati standard in materia di benessere degli animali.	● <b>Raggiunto</b>	Gli standard elvetici sulla protezione degli animali sono tra i più elevati al mondo. La quota di carne svizzera deve essere almeno dell'80 per cento.
	● <b>Raggiunto</b>	La carne di coniglio importata proviene esclusivamente da aziende che rispettano standard equivalenti a quelli svizzeri.
	● <b>Raggiunto</b>	Nell'assortimento di marca propria Denner non sono presenti uova fresche prodotte da galline allevate in gabbia né prodotti composti contenenti uova che hanno implicato questo tipo di allevamento.
<b>Standard sociali</b> Denner esige condizioni di lavoro eque lungo tutta la catena di fornitura, fino al produttore e all'agricoltore.	● <b>Raggiunto</b>	amfori-BSCI e GlobalG.A.P. GRASP verificano e garantiscono l'osservanza degli standard fino al luogo di origine, consentendo così una maggiore trasparenza lungo l'intera catena del valore. Si punta a sottoporre ad audit entro il 2022 almeno il 95 per cento dei fornitori nei paesi a rischio.
<b>Sicurezza alimentare del prodotto</b> L'osservanza di norme rigide sulla sicurezza del prodotto assicurano la costante qualità elevata dell'assortimento Denner.	● <b>Raggiunto</b>	La sicurezza alimentare è un obiettivo primario. Almeno il 97 per cento dei fornitori è certificato o è stato sottoposto ad audit secondo gli standard GFSI o standard equivalenti.
<b>GVO</b> Da Denner l'originalità e la naturalità dei prodotti rivestono un'importanza fondamentale.	● <b>Raggiunto</b>	Denner rinuncia a vendere prodotti geneticamente modificati ai sensi dell'ordinanza sugli OGM.

## Essere umano

Cosa facciamo	Stato	Obiettivi
<b>Datore di lavoro</b> Denner è il discosto leader della Svizzera e si propone come datore di lavoro attraente grazie a salari equi in linea con il mercato e condizioni d'impiego al passo con i tempi.	● Raggiunto	Denner corrisponde retribuzioni eque in linea con il mercato, oltre a prestazioni sociali – tra cui una propria cassa pensioni – di buon livello; il salario minimo versato ai dipendenti non qualificati è al di sopra della media del settore.
	● Raggiunto	Denner promuove dal 2013 una commissione del personale, costituita da rappresentanti di tutti i settori dell'azienda e delle diverse regioni linguistiche.
	● Raggiunto	I quadri e tutti i collaboratori attivi nella vendita e nella logistica beneficiano di ben sei settimane di vacanza all'anno.
<b>Cultura aziendale e conduzione (progetto «Faro»)</b> La cultura aziendale forma anche la cultura della conduzione, fondata sui tre valori base, cioè dialogo, integrazione e cooperazione nonché sui concetti centrali di capacità di sviluppo, competenza dirigenziale e orientamento al successo.	● Raggiunto	Tutti i collaboratori con funzione di quadro frequentano ogni anno almeno due giornate di formazione per il perfezionamento della competenza dirigenziale e hanno la possibilità di svolgere giornate di settore a seconda della situazione.
	● Raggiunto	Una gestione e una cultura sostenibile e orientata ai valori è la nostra base e parte integrante dell'attività quotidiana di Denner. La conservazione dei valori, la capacità di sviluppo e quella di proiezione verso il futuro sono basi fondamentali della cultura della sostenibilità di Denner.
	● Raggiunto	Sviluppo di uno stile di conduzione adattabile alle diverse situazioni, orientato alla persona e valido per l'intera azienda, a prescindere dal livello gerarchico.
<b>Formazione e perfezionamento</b> Denner assicura la sua concorrenzialità grazie a percorsi di formazione e perfezionamento continui e alla promozione mirata dei punti forti individuali dei propri collaboratori.	🕒 In corso	A tutti i livelli, il numero di giornate di formazione svolte all'interno dell'azienda aumenta di anno in anno.
	🕒 In corso	Il numero degli apprendisti sarà portato a 120 unità entro il 2020.
<b>Sicurezza e salute</b> Dipendenti sani e motivati sono alla base del nostro successo. Per far sì che questa condizione irrinunciabile sia garantita adottiamo misure preventive, ci avvaliamo di sportelli indipendenti e organizziamo regolarmente iniziative di formazione.	● Raggiunto	Istituzione di uno sportello esterno indipendente e neutrale che si occupi delle questioni sollevate dai collaboratori.
	● Raggiunto	Organizzazione di formazioni sul tema della sicurezza sul lavoro, della prevenzione degli infortuni e del riconoscimento dei pericoli; redazione di un manuale in proposito.
<b>Impegno</b> Denner si fa carico delle proprie responsabilità e prende parte a progetti pionieristici di trasformazione sociale, oltre a sostenere opere caritative in favore di organizzazioni o persone bisognose.	● Raggiunto	Denner partecipa al fondo di sostegno Engagement del Gruppo Migros con un contributo annuo pari ad almeno CHF 4 mio.
	● Raggiunto	Denner sostiene i mercati Caritas con sovvenzioni di prodotti di CHF 250 000.- a CHF 400 000.-.

# Sustainable Development Goals (SDGs)

Nel settembre 2015, le Nazioni Unite hanno adottato l'Agenda 2030, un programma d'azione globale per agire in modo responsabile. Per raggiungere questi obiettivi, sono stati creati gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (Sustainable Development Goals - SDGs) per garantire uno sviluppo sostenibile a tutti e tre i livelli di sostenibilità (economico, ambientale e sociale). In questo rapporto Denner illustra per la prima volta gli SDGs e mostra dove l'azienda sta apportando il suo contributo nell'ambito della sua strategia di sostenibilità.



**2 SCONFIGGERE LA FAME**  
Sconfiggere la fame; raggiungere la sicurezza alimentare, migliorare la nutrizione e promuovere un'agricoltura sostenibile



**3 SALUTE E BENESSERE**  
Assicurare la salute e il benessere per tutti e per tutte le età



**4 ISTRUZIONE DI QUALITÀ**  
Fornire un'educazione di qualità, equa ed inclusiva, e opportunità di apprendimento per tutti



**5 PARITÀ DI GENERE**  
Raggiungere l'uguaglianza di genere ed emancipare tutte le donne e le ragazze



**6 ACQUA PULITA E SERVIZI IGIENICO-SANTARI**  
Garantire a tutti la disponibilità e la gestione sostenibile dell'acqua e delle strutture igienico-sanitarie



**7 ENERGIA PULITA E ACCESSIBILE**  
Assicurare a tutti l'accesso a sistemi di energia economici, affidabili, sostenibili e moderni



**8 LAVORO DIGNITOSO E CRESCITA ECONOMICA**  
Incentivare una crescita economica duratura, inclusiva e sostenibile, un'occupazione piena e produttiva ed un lavoro dignitoso per tutti



**9 IMPRESE, INNOVAZIONE E INFRASTRUTTURE**  
Costruire un'infrastruttura resiliente, promuovere l'industrializzazione inclusiva e sostenibile e sostenere l'innovazione



**12 CONSUMO E PRODUZIONE RESPONSABILI**  
Garantire modelli di consumo e produzione sostenibili



**13 LOTTA CONTRO IL CAMBIAMENTO CLIMATICO**  
Adottare misure urgenti per combattere i cambiamenti climatici e le loro conseguenze



**14 VITA SOTT'ACQUA**  
Conservare e utilizzare in modo sostenibile gli oceani, i mari e le risorse marine



**15 VITA SULLA TERRA**  
Proteggere, ripristinare e promuovere l'uso sostenibile degli ecosistemi terrestri, gestire in modo sostenibile le foreste, contrastare la desertificazione, arrestare e invertire il degrado dei suoli e fermare la perdita di biodiversità

## Ambiente

Con il suo impegno a favore della Science Based Targets initiative (SBTi), Denner è stato il primo rivenditore in Svizzera a inviare un segnale forte per la riduzione delle emissioni di CO<sub>2</sub>. L'obiettivo è di ridurre le emissioni di CO<sub>2</sub> del 50 per cento entro il 2030.



## Assortimento

I prodotti ottenuti in modo sostenibile dovrebbero essere accessibili a tutti e alla portata di tutti, ed è per questo che Denner sta facendo tutto il possibile per ampliare ulteriormente l'assortimento sostenibile. Un altro obiettivo è quello di garantire un approvvigionamento responsabile lungo l'intera catena del valore.



## Essere umano

Con oltre 5000 dipendenti, Denner è uno dei più importanti datori di lavoro della Svizzera. Denner prende sul serio la sua responsabilità sociale e sostiene organizzazioni caritatevoli riconosciute come i Mercati Caritas per aiutare le persone che vivono in povertà.



➔ **MAGGIORI INFORMAZIONI SUGLI SDGs:**

scansionare il codice QR o cliccare sul link

[sdgs.un.org](https://sdgs.un.org)



# ***Ambiente***

---

*In qualità di discount attivo a livello nazionale, le decisioni di Denner hanno un impatto sul nostro ambiente. Per questo motivo vogliamo introdurre miglioramenti in tutti i settori dell'azienda e sfruttare nuove tecnologie in modo ottimale per aumentare l'efficienza. A tal fine, ci avvaliamo della nostra rete e dell'esperienza di partner esterni, assicurandoci il supporto di dipendenti, fornitori e clienti attraverso una continua sensibilizzazione al problema.*



***Denner e Greenland  
Seafood GmbH  
hanno donato  
CHF 25 000.-  
all'oeoo.***

# Sulla raccolta dei rifiuti in mare

Una conversazione con **Günther Bonin**,  
fondatore dell'organizzazione ambientalista  
*One Earth – One Ocean*.

## Come è nata la sua passione per gli oceani?

Il legame con la natura deriva di certo dal mio paese natale, perché nel Siegerland tedesco ci sono molti piccoli laghi e fiumi. Qui ho anche imparato ad andare in barca a vela, una disciplina divenuta poi una passione. A 18 anni navigavo già nel Mediterraneo, più tardi nell'Atlantico e nel Pacifico. Per me, non c'è niente come la vela. La sensazione di libertà quando si naviga è indescrivibile, il mare trasmette libertà e pace allo stesso tempo.

## Prima di One Earth – One Ocean gestiva un'azienda IT. Perché ha mollato tutto per salvare gli oceani?

Come imprenditore informatico avevo successo, mi piaceva il mio lavoro e conducevo una vita agiata. A 50 anni è scattato qualcosa in me: volevo cambiare qualcosa nella mia vita, fare qualcosa per la comunità. L'idea mi è venuta durante il viaggio in barca a vela al largo di Vancouver Island.

## In alto mare, per così dire?

Giusto (ride). Stavo navigando nell'Oceano Pacifico come skipper. Durante questo viaggio in barca a vela ho visto una piccola nave da carico che scaricava rifiuti in mare. Invece di pesci, ho visto plastica e avanzi di cibo che nuotavano nel mare.

➔ **MAGGIORI INFORMAZIONI  
SULL'ORGANIZZAZIONE AMBIENTALE  
ONE EARTH – ONE OCEAN:**  
Scansionare il codice QR o cliccare sul link  
[oneearth-oneocean.com](http://oneearth-oneocean.com)



Günther Bonin ha un grande obiettivo: liberare le acque del mondo da plastica, petrolio e prodotti chimici. Ha fondato l'organizzazione ambientale **One Earth – One Ocean (OEEO)** e ha progettato navi per raccogliere rifiuti in mare. Un anno fa Denner e il fornitore Greenland Seafood GmbH hanno deciso di sostenere questa organizzazione. Günther Bonin si è recato in Svizzera per accogliere la donazione di CHF 25 000.-. Abbiamo colto l'occasione per saperne di più sull'organizzazione.



### È stata questa la nascita di oeo?

Sì. Viaggiavamo con una barca a vela da regata, che negli anni '60 ha ospitato molti ospiti di spicco. L'idea mi è venuta nella cuccetta dove Marilyn Monroe aveva dormito. Mi ha praticamente ispirato per One Earth - One Ocean.

### Cosa è successo dopo?

Ho fondato un'associazione e ho iniziato il mio lavoro. La mia esperienza in mare è stata utile. Ho fatto ricerche e ho sviluppato le prime idee per le navi con esperti. Insieme agli ingegneri sono state create le navi «See-Hamster» «SeeKuh» e «SeeElefant». Con le donazioni di aziende e privati siamo stati in grado di realizzarle.

### Il Suo progetto è nato sotto una buona stella fin dalla prima ora.

Certo. L'idea della raccolta dei rifiuti marittimi ha convinto le aziende perché sapevano che siamo tutti parte dello stesso grande problema, che può essere risolto solo collettivamente. Le nostre acque possono essere salvate solo con molto lavoro educativo, soprattutto in Asia. Dobbiamo dimostrare alle autorità locali e alla popolazione che i rifiuti non devono finire in mare, ma essere adeguatamente suddivisi.

### La prima pulizia in Asia ha avuto luogo con la SeeKuh?

Sì, abbiamo trascorso un anno e mezzo in viaggio in Asia, soprattutto ad Hong Kong. Abbiamo mostrato alle autorità locali come fosse possibile pulire le acque con la SeeKuh. Perché la SeeKuh - come la SeeElefant - sono navi altamente innovative. Sulla SeeKuh lavorano sei o sette persone. A bordo abbiamo un laboratorio che può



In alto a sinistra: «Grandi uomini si diventa da piccoli» - per questo l'oeo si concentra anche sull'educazione nelle classi scolastiche. Il team di oeo Brasilia si è dedicato ai bambini più piccoli e ha trascorso un pomeriggio con la classe di un asilo, parlando di rifiuti plastici e della prevenzione dell'uso della plastica.

In alto a destra: La pulizia delle spiagge è una delle attività regolari svolte dal personale oeo in tutto il mondo. Lo staff di oeo Brasilia ha ripulito le spiagge dall'inquinamento da plastica durante il CleanUP Day.

esaminare immediatamente i campioni marini per verificare la presenza di plastica.

### Lavorate anche con esperti locali?

Sì, vogliamo integrare la popolazione locale nel progetto, renderla parte di questa missione, in modo che capisca cosa stiamo facendo e soprattutto perché. Il nostro approccio è quello di fornire lavoro ai residenti locali, produrre acqua pulita e mostrare loro come generare nuovo materiale riciclabile dai rifiuti.

### E funziona bene?

Sì! In Cambogia è in corso un grande progetto con la popolazione locale. Le prime quattro tonnellate di rifiuti sono state trasportate dalla Cambogia alla Sund Holding di Amburgo. Questa società utilizza i rifiuti per scopi di ricerca. Se il riciclaggio avrà successo, l'azienda aprirà una filiale in Cambogia. Ciò significa che i materiali riutilizzabili ottenuti non dovranno più essere spediti ad Amburgo, ma verranno riciclati direttamente in loco. Un progetto che darebbe lavoro alla popolazione locale, salvaguarderebbe l'ambiente e avvantaggerebbe l'economia. Una situazione win-win per tutti.

### Quando le aziende percepiscono un profitto, di solito succede qualcosa. Non è allarmante?

È così che funziona la società di oggi. Con la SeeKuh e la SeeElefant, mostriamo la possibilità di trarre profitto dai rifiuti. Il sistema è semplice: raccogliamo l'immondizia in mare con la più piccola SeeKuh. Sulla grande SeeElefant, la plastica viene pulita e riutilizzata come materiale riciclabile. È particolarmente utile per grandi città come Hong Kong,

## «Il mare trasmette libertà e pace.»

Günther Bonin,  
fondatore dell'organizzazione ambientalista  
One Earth – One Ocean

che producono quantità incredibili di rifiuti. Se i rifiuti vengono venduti a 100 euro a tonnellata, si guadagna un bel po' di soldi.

### Cosa fa l'oeoo con tutti i ricavi delle materie prime ottenute?

Il denaro del ricavato è necessario soprattutto per il lavoro educativo sul campo in Asia. Noi da soli non possiamo salvare il mondo, ma vorremmo mostrare nuovi approcci per guidare miglioramenti sostenibili. La raccolta dei rifiuti marittimi offre l'approccio ideale per smaltire i rifiuti, riciclarli e convertirli in nuovi materiali riutilizzabili, indipendentemente dal luogo e dalla posizione.

### Quanti dipendenti ha oeoo?

Tre anni fa avevamo tre dipendenti, ora siamo 20, l'anno prossimo saranno più di 50. Stiamo crescendo in un modo incredibilmente veloce. Abbiamo 500 membri e molte persone che ci sostengono pro bono.

### Siete contrari all'uso della plastica?

Non di per sé, siamo a favore di un uso sensato di questa materia prima. L'industria dovrebbe documentare tutto e mostrare le sostanze inquinanti contenute. La sfida per l'industria delle materie plastiche sarà quella di offrire soluzioni riciclabili che siano prive di sostanze chimiche dannose.

### Cosa può fare il consumatore?

I consumatori devono essere più critici nei confronti dei prodotti, consumare meno e forse vivere in modo più modesto. Se la nostra consapevolezza non si trasforma,



Sopra: Il team oeoo lavora con la gente del posto per ripulire alcuni tratti di costa a Battambang (Cambogia). La nave SeeHamster, sullo sfondo, viene utilizzata per la pulizia e la rimozione dei rifiuti.



A sinistra: Un membro dello staff di oeoo informa la gente del posto sui rifiuti in plastica e sulla raccolta differenziata dei rifiuti, mostrando loro anche come evitarli.

l'agognato cambiamento non avverrà facilmente. Viviamo in una società consumistica, questo è un dato di fatto. Il cambiamento deve avvenire sia nell'economia che in noi stessi. Non dobbiamo sconvolgere la nostra vita, ma dobbiamo stare più attenti alle materie prime e alle risorse.

### Cosa fa l'oeoo con i 25 000 franchi donati da Denner?

La donazione sostiene le nostre attività. Utilizziamo il denaro per progetti e lavori educativi.

➔ NEL VIDEO POTETE VEDERE COME FUNZIONA LA RACCOLTA DEI RIFIUTI IN MARE CON LE NAVI:

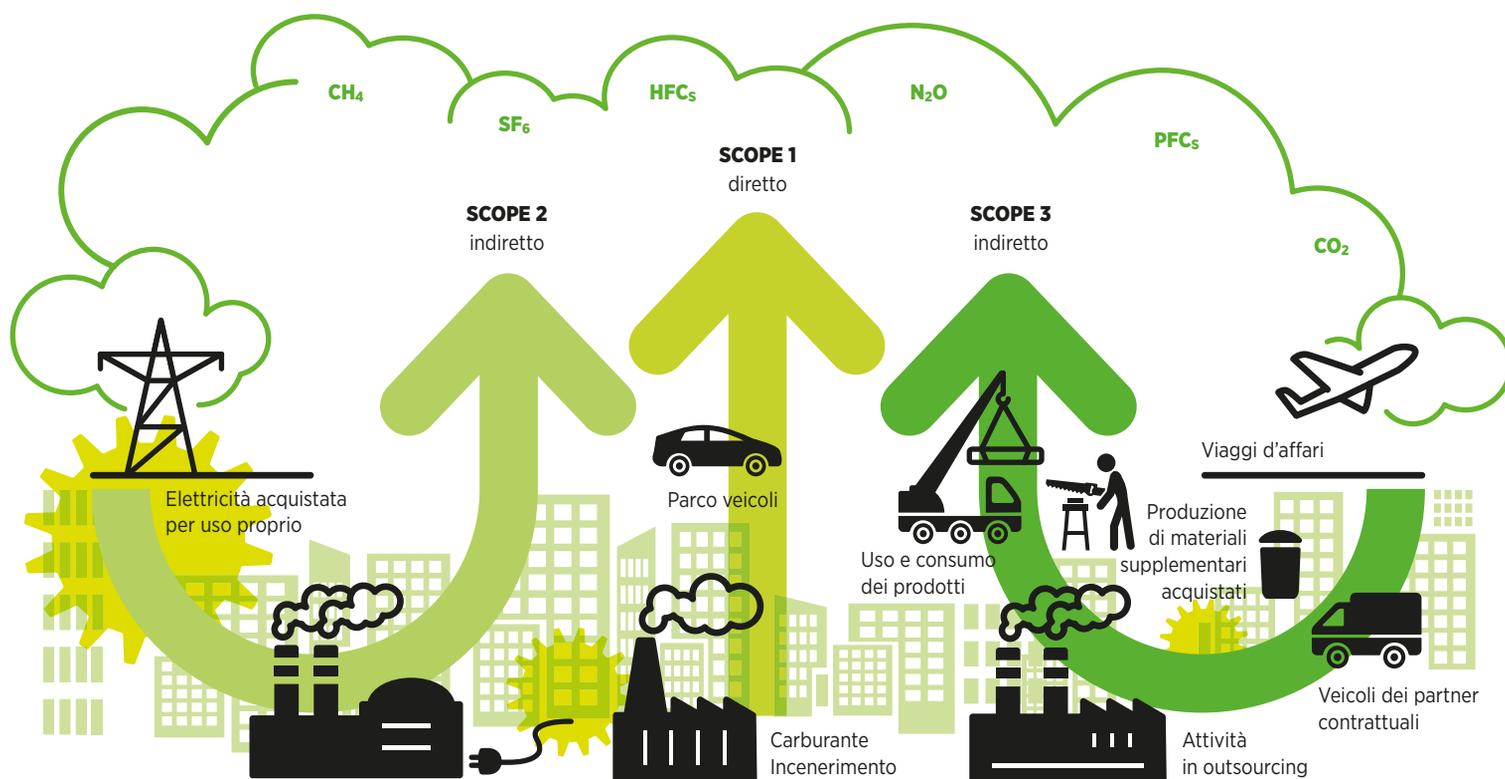
Scansionare il codice QR



EMISSIONI DI GAS SERRA

# Promuovere la decarbonizzazione

Denner sta facendo la sua parte per limitare il riscaldamento globale ad un massimo di 1,5 gradi Celsius e ha fissato ambiziosi obiettivi climatici per ridurre le emissioni di CO<sub>2</sub> del 50 per cento entro il 2030. La Science Based Targets initiative (SBTi) ha esaminato gli obiettivi presentati e approva gli ambiziosi obiettivi dell'azienda. La visione di Denner è di essere un'azienda CO<sub>2</sub> neutra entro il 2050.



## Promuovere il commercio responsabile

Nel luglio 2018 Denner è stato il primo commerciante al dettaglio in Svizzera a presentare una dichiarazione d'impegno presso la Science Based Targets initiative (SBTi), ponendosi ambiziosi obiettivi climatici per la riduzione delle emissioni di gas serra. Gli obiettivi sono stati elaborati insieme agli esperti della Federazione delle cooperative Migros e si punta a raggiungerli entro il 2030.

## Sustainable Development Goals



SBTi ha esaminato gli obiettivi presentati da Denner e approva la sua ambiziosa proposta di ridurre le emissioni di gas serra aziendali misurate nel 2018 nell'ambito degli scope 1 e 2 nelle sue filiali, nei settori della logistica e nelle sedi amministrative del 50 per cento entro il 2030 e di incoraggiare almeno 80 dei suoi maggiori fornitori ad aderire alla SBTi entro il 2024, fissando obiettivi di emissioni su base scientifica. Denner si impegna inoltre a ridurre le emissioni, nell'ambito dello

scope 3, nei settori dei trasporti, della distribuzione, dei viaggi d'affari e della mobilità dei dipendenti del 15 per cento entro il 2030 (anno di riferimento 2018). Denner pubblica annualmente nel suo Rapporto di Sostenibilità gli sviluppi del percorso intrapreso per il raggiungimento degli obiettivi SBTi.

Le misure definite nell'ambito della SBTi vengono presentate annualmente nel Rapporto di Sostenibilità.

RICICLAGGIO E RIFIUTI ALIMENTARI

# Risparmiare cibo ed evitare i rifiuti alimentari

Le misure adottate nel 2019 in ambito di riciclaggio e rifiuti alimentari hanno contribuito ad incrementare il tasso di riciclaggio dall'81 a quasi l'83 per cento. Uno dei motivi principali di questo gratificante aumento è la raccolta ottimizzata del cartone, dovuta anche alla sensibilizzazione degli stakeholder interni ed esterni che stanno spingendo questo tema nei loro rispettivi settori.

**Sustainable Development Goals**



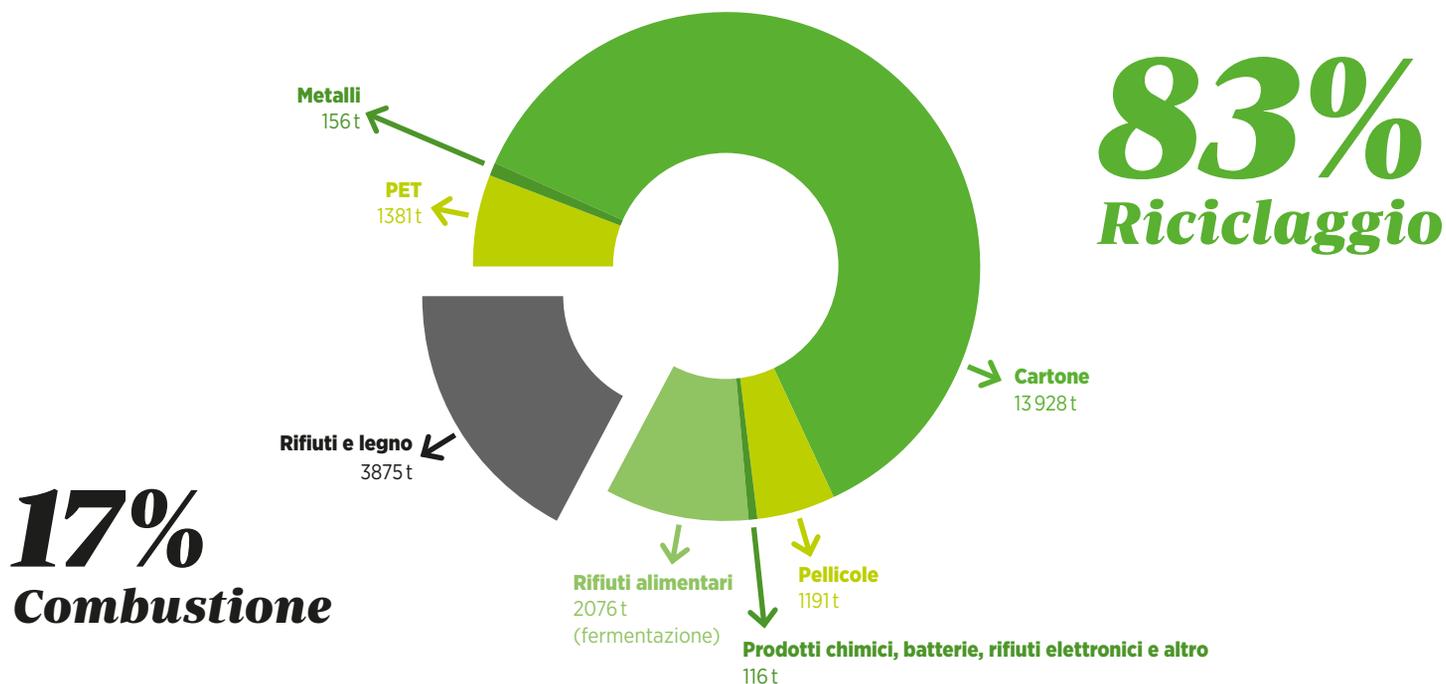
**Riciclaggio**

Con il ritiro di materiali riciclabili nella sua fitta rete di filiali, Denner fornisce un importante contributo alla salvaguardia delle risorse. Da oltre 22700 tonnellate di materiali riciclabili raccolti in tutti i settori dell'azienda, oltre 18800 tonnellate (PET, cartone, carta, pellicole, rifiuti elettronici, batterie e rifiuti organici) possono essere riciclate. Per promuovere la gestione e la consapevolezza, Denner si preoccupa di formare e sensibilizzare i propri dipendenti in merito allo smaltimento e al riciclaggio di materiali riutilizzabili.

**Food waste - Insieme forti per meno rifiuti**

La Svizzera produce il secondo maggior numero di rifiuti urbani al mondo, con oltre 700 kg a persona. La produzione di rifiuti gioca un ruolo importante in questo processo, per cui è importante contrastare questa tendenza con varie misure.

**Tasso di riciclaggio quantitativo 2019**



In caso di presenza di materiali di scarto pericolosi, si provvederà a smaltirli in modo professionale.

## Dove Denner riduce i rifiuti alimentari

**Produzione**

- Controlli campione negli impianti di produzione

**Trasformazione**

- Controlli campione nelle aziende di trasformazione

**Stock/Vendita**

- Sistemi di ordinazione flessibili supportati dall'IT per ottimizzare la disponibilità e i livelli di scorte
  - Distribuzione a prezzo ridotto o gratuita di prodotti (invendibili a causa di danni alle confezioni, ma di perfetta qualità) ai dipendenti delle centrali di distribuzione o a organizzazioni senza scopo di lucro come la Caritas.
  - Graduale riduzione del prezzo nei negozi poco prima della scadenza del prodotto. Lo sconto è contrassegnato da adesivi che indicano una riduzione del 25 per cento e del 50 per cento del prezzo. Gli adesivi riportano anche la scritta «save Food – gli alimenti sono preziosi» come ulteriore sensibilizzazione del cliente.
  - Passaggio dalle consegne dirette di pane alle postazioni di cottura in negozio, con le quali è possibile reagire in modo flessibile alla domanda quotidiana. A partire dal 2020, non più consegne dirette di pane, ma cottura al forno nei negozi al 100 per cento.
- Nel caso della marca propria Denner, le date vengono modificate ogni volta sia possibile. Invece di «consumare entro il», la scritta «da consumare preferibilmente entro il» aiuta a ridurre i rifiuti alimentari.
- Misurazione coerente degli alimenti invenduti, compresi gli obiettivi per i dipendenti di mantenere queste quantità il più basse possibile.
- Consumo**
- Espansione dei prodotti in vendita sfusa nel settore frutta, verdura e prodotti da forno
  - Sensibilizzazione dei clienti mediante l'uso di adesivi «save Food» in caso di riduzioni di prezzo al termine della durata di conservazione dei prodotti freschi.
  - Sensibilizzazione dei clienti attraverso diverse misure nell'ambito della strategia di sostenibilità. Ad esempio, oltre 40 annunci sul volantino settimanale gratuito «Settimanale Denner», che raggiunge centinaia di migliaia di famiglie. Gli annunci si concentrano sull'agire sostenibile.
  - Nell'ambito della CI Commercio al dettaglio Svizzera, sostegno finanziario di organizzazioni senza scopo di lucro come Tavolino magico e Schweizer Tafeln
- Smaltimento**
- Utilizzo ottimale dei rifiuti organici, non più utilizzabili, negli impianti di biogas

## «I rifiuti alimentari devono essere evitati sia per ragioni ambientali sia economiche»

Jennifer Zimmermann,  
responsabile delle offerte per i comuni e la formazione  
degli adulti e membro della direzione di Pusch

## Denner sostiene la Fondazione Pusch

In Svizzera, un terzo di tutti gli alimenti commestibili si perde dal campo al piatto, e gran parte delle perdite avvengono nelle abitazioni private. La Fondazione Pusch, insieme a un'ampia alleanza di organi federali, cantonali, comunali, aziendali e associativi, si è posta l'obiettivo di sensibilizzare l'opinione pubblica sul problema dello spreco alimentare e di motivare le persone a diventare «Food Ninja». Denner fa parte di questo movimento e sostiene la campagna «SAVE FOOD, FIGHT WASTE», che informa i consumatori sul problema dello spreco di cibo e fornisce semplici consigli e informazioni per evitare lo spreco alimentare nella propria sfera d'azione.



Un Food Ninja in azione contro i rifiuti alimentari.

→ **MAGGIORI INFORMAZIONI SU SAVE FOOD:**  
Scansionare il codice QR o cliccare sul link [savefood.ch](https://www.savefood.ch)



→ **MAGGIORI INFORMAZIONI SU PUSCH:**  
Scansionare il codice QR o cliccare sul link [pusch.ch](https://www.pusch.ch)



MATERIALE DI IMBALLAGGIO

# Promuovere la riduzione

*Denner si è posta l'obiettivo di agire in modo sostenibile lungo l'intera catena del valore. Un tema importante è la riduzione degli imballaggi, perché in tutta la Svizzera oltre 450 000 tonnellate di materiali da imballaggio finiscono ogni anno nei rifiuti. Entro il 2025 Denner vuole quindi ridurre di almeno il 20 per cento il materiale d'imballaggio dei prodotti di marca propria.*

## Riduzione del materiale di imballaggio

L'imballaggio alimentare è spesso criticato per l'eccesso di materiale utilizzato, anche se svolge una funzione utile e importante per la conservazione degli alimenti. Protegge, infatti, il contenuto durante il trasporto, lo stoccaggio e la conservazione in negozio da danni, deterioramento prematuro e contaminazione. L'imballaggio evita così lo spreco di cibo e consente di risparmiare energia e risorse. Per ridurre al minimo l'impatto sull'ambiente, ogni imballaggio dovrebbe avere un buon bilancio ecologico.

Per ottimizzare il confezionamento dei prodotti e produrre in modo più sostenibile, negli incontri con i fornitori si cercano soluzioni alternative. I primi provvedimenti sono già stati attuati con successo. L'obiettivo è quello di garantire che gli imballaggi della marca propria richiedano meno risorse e meno energia nella produzione e di ridurre il volume complessivo dei rifiuti mantenendo gli imballaggi al minimo necessario.

## Lavoro pionieristico nel campo dell'imballaggio

I commercianti al dettaglio ambiscono a risparmiare materiale da imballaggio, promuovere il riciclaggio e agire, di conseguenza, in modo responsabile. Denner lancia un segnale forte nella primavera del 2019 e avvia una collaborazione innovativa con sus.lab – un'iniziativa della cattedra di sostenibilità e

Sustainable Development Goals



L'imballaggio protegge il contenuto. La continua riduzione degli imballaggi protegge anche l'ambiente.

A destra: **Sotto la direzione del sus.lab del Politecnico di Zurigo, una collaboratrice scientifica ha visitato le centrali di distribuzione Denner e raccolto tutti i dati sugli imballaggi primari e secondari della marca propria Denner. Per l'elaborazione dei dati si è disimballato tutto, rimossi ogni singola striscia adesiva, ogni etichetta, ogni cartone esterno. È stato tutto pesato, misurato e registrato nel database.**



tecnologia del Politecnico federale di Zurigo. Tutti i dati relativi all'imballaggio primario e secondario dell'assortimento standard di Denner (escluse le promozioni) vengono raccolti e registrati in un database. L'obiettivo del progetto è quello di identificare il potenziale di ottimizzazione e, a lungo

termine, di ridurre il materiale di imballaggio di tutta la gamma dei prodotti di marca propria. I dati raccolti indicheranno dove si potrebbe risparmiare materiale per le confezioni. I risultati di questa indagine saranno disponibili a fine estate e presentati nel prossimo Rapporto di Sostenibilità.

Denner è il primo rivenditore in Svizzera a realizzare un progetto così esaustivo e a raccogliere dati in modo così dettagliato. Il discount crea, così, la base per identificare e quantificare il risparmio di materiale.

## In una nuova confezione

Sotto la guida della capoprogetto Yolande Martini, viene ottimizzato il packaging della marca propria Denner. Questi esempi mostrano come Denner abbia già ridotto o rivisto i materiali di imballaggio:



### Confezione della carne

La bistecca di collo di maiale IP-SUISSE ora si presenta con il 70 per cento di plastica in meno.



### Banane con fascia

Per le banane confezionate, il reparto frutta e verdura esamina l'utilizzo di fascette, invece che di sacchetti di plastica. Le banane con fascette vengono testate nelle nostre filiali dal mese di agosto.

### Confezione del pesce

Nel caso del Pesce al forno surgelato, la confezione e il bilancio ecologico del prodotto sono stati migliorati. Invece di una teglia in alluminio, la teglia è ora costituita principalmente da cartone. La pellicola alimentare che ricopriva la teglia è stata eliminata del tutto, perché la scatola pieghevole certificata FSC protegge sufficientemente il prodotto.

Un effetto collaterale positivo: per ogni confezione venduta, cinque centesimi vengono donati all'organizzazione ambientale One Earth - One Ocean, impegnata a ripulire gli oceani.



### Meno pellicole di plastica

Sono in corso accertamenti anche nel settore della logistica per portare avanti la riduzione dei materiali di imballaggio. La situazione odierna è attualmente in fase di analisi con l'obiettivo di ridurre in futuro la quantità di pellicola di plastica utilizzata per la pallettizzazione, non solo nelle centrali di distribuzione di Denner, ma anche nei siti dei fornitori. Il lead manager è Janine Stalder, Coordinamento Operazioni Logistica, che lavora in questo reparto da quattro anni e mezzo ed è responsabile della gestione delle azioni. Una prima mossa: la distribuzione ottimizzata del Settimanale Denner.

### Bottiglie d'acqua minerale Tavina

Dal 2015 tutte le bottiglie in PET di Tavina sono diventate più sottili e i tappi più bassi.

Tavina presta attenzione anche alla riduzione del materiale d'imballaggio durante il trasporto.

L'azienda risparmia così un totale di 179 tonnellate di plastica all'anno.



### Settimanale Denner nelle filiali

Dal 2018 l'assegnazione del Settimanale Denner per filiale è stata ottimizzata. La quantità di volantini è in fase di revisione e riduzione. Tale misura consente di risparmiare 3864 000 volantini, che corrispondono a un peso totale di oltre 127 tonnellate.

Yolande Martini,  
Capoprogetto Comunica-  
zione marketing

*Vogliamo arrivare a risparmiare almeno il 20 per cento del materiale da imballaggio per la nostra marca propria entro il 2025. Motivo per cui stiamo esaminando nuove tecnologie e materiali con i nostri fornitori, che potrebbero aiutarci a raggiungere l'obiettivo. Oltre alla riduzione del materiale, anche la compatibilità ambientale delle materie prime utilizzate gioca un ruolo importante nella scelta dell'imballaggio ottimale.*

**20 per cento  
in meno di mate-  
riale da imballag-  
gio entro il 2025  
per la marca  
propria Denner.**

TRASPORTI

## Mezzi di trasporto alternativi

*La scelta della modalità di trasporto influenza l'impronta ecologica di un prodotto. Denner esamina e utilizza possibilità alternative per ridurre l'inquinamento ambientale causato dai trasporti.*

### Trasporto ferroviario

Il passaggio dalla strada alla ferrovia viene ulteriormente promosso. Insieme ai nostri fornitori, stiamo esaminando dove il trasporto su rotaia può essere implementato come alternativa sensata al trasporto su strada e dove offre un vantaggio ecologico. Ad esempio, 33 600 pallet di prodotti Kimberly-Clark sono stati trasportati su rotaia nei centri di distribuzione di Frauenfeld e Mägenwil, risparmiando 1050 consegne di camion e 146 tonnellate di CO<sub>2</sub>.

### Mobilità elettrica per i dipendenti

I collaboratori della sede centrale di Denner a Zurigo hanno a disposizione da anni un'auto elettrica per gli appuntamenti di lavoro durante l'orario d'ufficio e per uso privato al di fuori dell'orario di lavoro. Nell'anno in esame, il veicolo finora usato è stato sostituito da una Renault Zoe di ultima generazione. Ai dipendenti è stata inoltre data la possibilità di acquistare una Renault Zoe a prezzo scontato per uso privato.



Ambasciatore verde per la mobilità elettrica. La Renault Zoe è a disposizione di tutti i dipendenti.



**«Sosteniamo i nostri partner nello spostamento dei trasporti dalla strada alla rotaia. Insieme a Denner abbiamo già dirottato una parte considerevole del flusso di merci e stiamo quindi migliorando l'impronta ecologica dei nostri prodotti.»**

Hugo ter Braak,  
Country Manager Kimberly-Clark

EFFICIENZA ENERGETICA

# Ottimizzare le spese e i ricavi

Con l'utilizzo di tecnologie avanzate, l'obiettivo è quello di ottenere un significativo e sostenibile aumento dell'efficienza in tutti i settori dell'amministrazione, della logistica e dei punti vendita dell'azienda, grazie al quale è possibile salvaguardare le risorse e ridurre i costi allo stesso tempo.

## illuminazione a LED

Il passaggio alle luci a LED prosegue. Alla fine del 2019, circa il 99 per cento delle aree di vendita totali erano dotate di luci a LED.

## Sistemi di refrigerazione naturale

Da quattro anni ormai, in tutti gli impianti nuovi e sostitutivi della rete di filiali Denner vengono utilizzati refrigeranti naturali ecocompatibili. Alla fine del 2019 sono stati convertiti 31 negozi, il che corrisponde a un risparmio di CO<sub>2</sub> di 310 tonnellate. L'obiettivo di Denner nella sua strategia sui refrigeranti è di utilizzare il 100 per cento di refrigeranti naturali nella propria rete di filiali entro il 2030.

## Elettricità

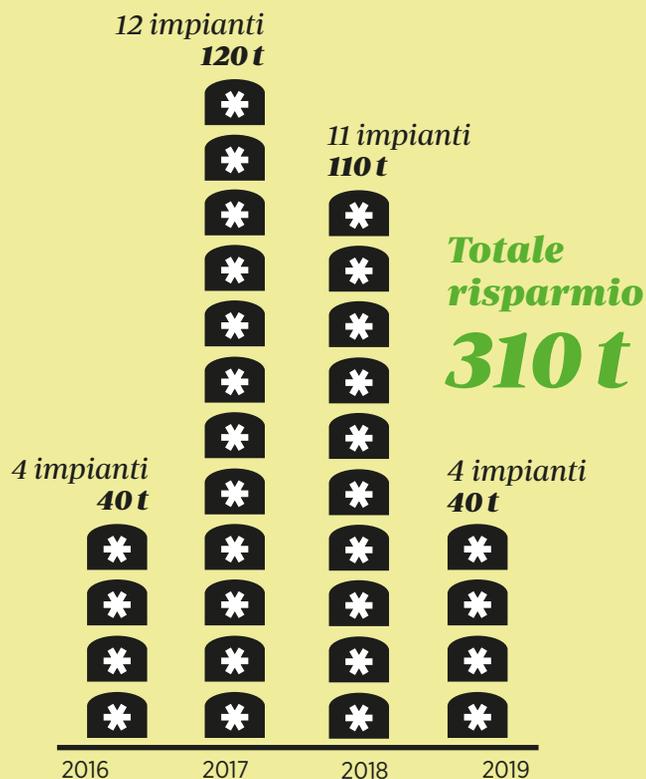
Interpretare la sostenibilità nel commercio, significa prendere decisioni lungimiranti. Per questo motivo Denner ha continuato a coprire il 100 per cento del suo consumo energetico nel 2019 con energia sostenibile proveniente dalla regione alpina. La potenza dell'acqua fornisce elettricità pulita per le nostre oltre 600 sedi (escluse le Aziende Partner di Denner).

### Sustainable Development Goals



**Nel 2019 Denner ha migliorato ancora una volta il suo bilancio ambientale e ha risparmiato complessivamente 310 tonnellate di emissioni di CO<sub>2</sub>.**

### Risparmio di CO<sub>2</sub> grazie alla sostituzione dei sistemi di refrigerazione

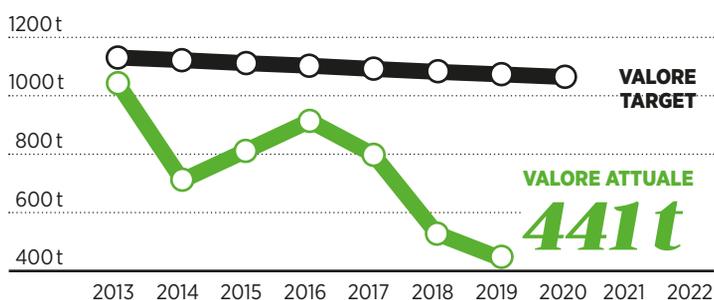


Vengono calcolati solo i sistemi sostitutivi e non i nuovi sistemi, perché solo i sistemi sostitutivi consentono di risparmiare. Per ogni sistema sostitutivo, la cifra è di 10 tonnellate.

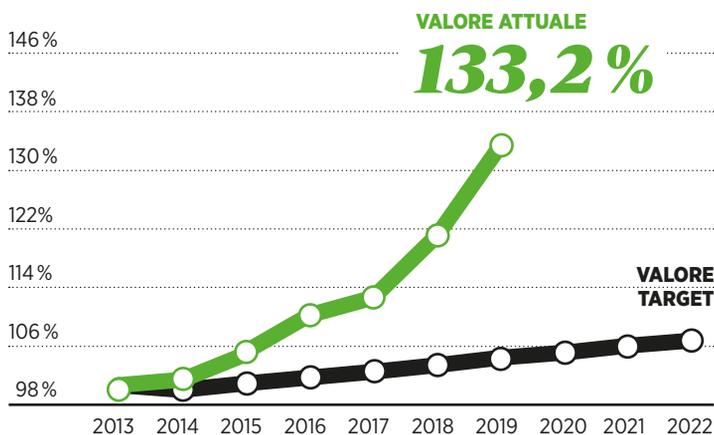
## Risultati degli accordi sugli obiettivi

### Per le cinque centrali di distribuzione

**Obiettivo di emissione** (tonnellate CO<sub>2</sub>-eq)



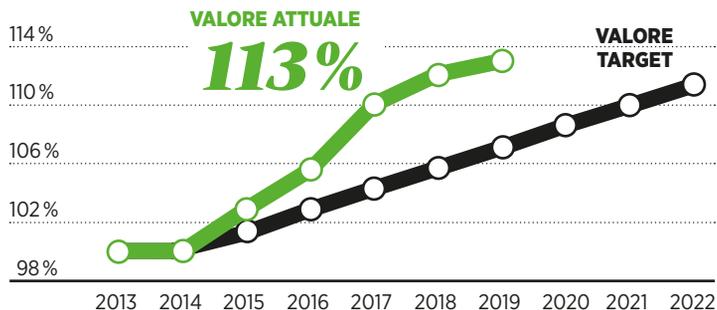
**Efficienza energetica** (in percentuale)



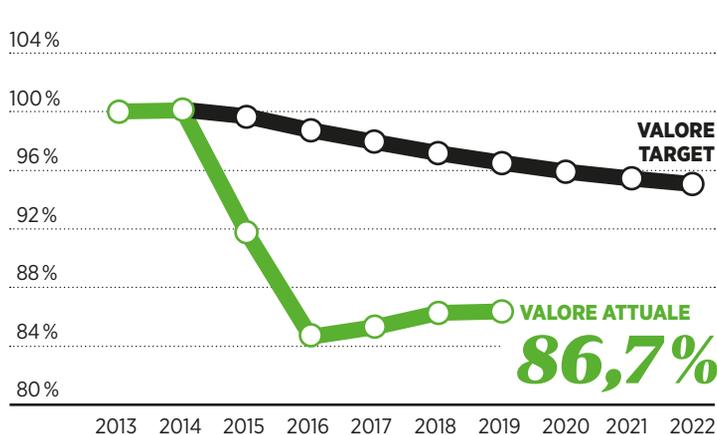
In collaborazione con l'Agenzia dell'energia per l'economia (AEnEC), sono state sviluppate misure per aumentare l'efficienza energetica e ridurre le emissioni di CO<sub>2</sub>. I due grafici mostrano l'impegno sostenibile nelle centrali di distribuzione.

### Per la sede dell'amministrazione

**Efficienza energetica** (in percentuale)



**Intensità di CO<sub>2</sub>** (in percentuale)



Le nuove possibilità tecnologiche permettono di adottare una vasta gamma di misure per ridurre il consumo di energia elettrica in tutti i settori dell'azienda. Il miglioramento dell'efficienza energetica protegge l'ambiente e riduce anche i costi energetici a lungo termine. Una situazione ecologica ed economica vantaggiosa per tutti.

# ***Assortimento***

---

*L'assortimento di Denner riflette le esigenze della nostra clientela. Al fine di soddisfarle tutte e di offrire sempre il miglior rapporto qualità-prezzo, la composizione della gamma degli articoli viene continuamente rivista e, se necessario, adeguata. Negli ultimi anni Denner ha risposto ai bisogni in trasformazione della clientela ampliando il suo assortimento di prodotti freschi e di prodotti a marchio certificato, promuovendo così un'alimentazione consapevole ed equilibrata.*

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 bunches of bananas are hanging from the top of the frame, partially obscuring the background. The man is looking directly at the camera with a slight smile. A green circular graphic is overlaid on the left side of the image, containing white text.

***Negli anni '90,  
Chiquita è stata la  
prima azienda a  
ricevere la certifica-  
zione Rainforest  
Alliance per le sue  
aziende agricole.***

# Pioniere giallo della sostenibilità

*Chiquita è presente sul mercato da oltre 150 anni e si è affermata in tutto il mondo attraverso un brand distintivo. **Raul Cutait**, Director of Sales, parla dell'impegno per la sostenibilità di Chiquita.*

## **Chiquita esiste dal 1870, quale pensa sia il segreto del suo successo?**

Chiquita è la marca di banane più famosa al mondo. Da quando l'azienda è stata fondata nel 1870, le sue radici affondano nell'industria delle banane. Da 150 anni coltiviamo, trasportiamo e vendiamo banane di qualità e sviluppiamo il nostro know-how in questi settori in stretta collaborazione con esperti e autorità locali.

## **Che cosa rappresenta il brand Chiquita?**

Qualità e affidabilità. I consumatori di tutto il mondo apprezzano le banane Chiquita per la loro alta qualità e il loro ottimo gusto. Questa coerenza è anche un importante fattore di successo nella collaborazione con i nostri partner commerciali. Per mantenere ottimi rapporti con clienti e partner, Chiquita continua a investire nella qualità e nei servizi.

## **Con l'ingresso di label sostenibili come Max Havelaar, la «discussione sul commercio equo e solidale» è diventata popolare. Che cosa ha fatto Chiquita per aiutare le persone a comprendere il suo impegno in ambito di sostenibilità?**

Chiquita si è impegnata a favore della sostenibilità già molti anni prima dell'introduzione del relativo label. Ad esempio, abbiamo sviluppato già nel 1870 varietà resistenti alle malattie con l'aiuto di scienziati e ricercatori in America Latina, e negli anni '90 siamo stati i primi ad ottenere la certificazione Rainforest Alliance per

### **➔ ULTERIORI INFORMAZIONI SU CHIQUITA:**

Scansionare il codice QR o cliccare sul link

[chiquita.com](http://chiquita.com)



L'azienda **Chiquita** è stata fondata 150 anni fa e da allora è diventata un marchio internazionale. La sede europea della società è in Svizzera a Etoy e dà lavoro a 100 persone. Oltre 20.000 dipendenti lavorano per l'azienda in tutto il mondo. La sede principale di Chiquita è a Etoy (Svizzera).

le nostre aziende agricole. Oggi condividiamo il nostro approccio «Behind the Blue Sticker» sia internamente che nelle discussioni con i gruppi di interesse, in occasione di mostre, eventi e attraverso tutti i canali digitali disponibili. Vogliamo riempire di vita il nostro impegno per la sostenibilità. Un buon esempio è stato lo Shazam Blue Sticker, che ha permesso ai consumatori di Chiquita in tutto il mondo di esplorare virtualmente le aziende agricole di banane ai tropici e di conoscere meglio le attività di Chiquita attraverso un'esperienza di realtà aumentata: dalla coltivazione, raccolta e imballaggio fino alla spedizione delle banane.

**Il vostro rapporto sulla sostenibilità afferma che viene effettuata una gestione sostenibile ed efficiente lungo l'intera catena del valore. Come lo garantite nei paesi del Sud e Centro America?**

Chiquita è presente ai tropici da oltre 150 anni. Fin dall'inizio degli anni Novanta, Chiquita si è impegnata a realizzare un cambiamento a carattere sostenibile nelle regioni in cui investe, adottando un approccio che noi chiamiamo «principled embeddedness». Questo è l'impegno di Chiquita ad aderire ai principi della responsabilità aziendale in tutto il mondo, dando allo stesso tempo a tutte le filiali un'indipendenza sufficiente per divenire parte dell'economia locale.

In questo modo, Chiquita apporta valore a lungo termine alla società locale e alla sua economia, aiutandola a crescere attraverso il trasferimento di conoscenza e tecnologia e l'espansione delle opportunità economiche. Chiquita è in questo modo in linea con gli Obiettivi per lo Sviluppo Sostenibile (Sustainable Development Goals SDGs) delle Nazioni Unite, i quali mirano a porre fine alla povertà e a risolvere le sfide globali per l'ambiente e la salute umana.

**In che modo Chiquita si assume la responsabilità per gli agricoltori locali? Si sta svolgendo attività di informazione nel campo della sostenibilità?**

Chiquita è forse il più grande produttore di banane del mondo. Questa posizione chiave nel settore porta con sé la responsabilità di affrontare le sfide della sostenibilità

**«Dall'inizio degli anni '90, Chiquita si è impegnata per apportare cambiamenti a livello di sostenibilità.»**

Raul Cutait, Director of Sales

A destra: «Il nostro programma di ringiovanimento e reingegnerizzazione delle fattorie durerà fino al 2022, in quanto si tratta di una parte essenziale della produzione sostenibile di banane. Questo permette al terreno di rigenerarsi e di migliorare la qualità. Tale processo ci permette di analizzare sistematicamente il suolo, un aspetto ecologico importante.»

Hugo Leonel Aroche Morales, Global Quality Director



con altri partner di mercato. L'industria delle banane di oggi è minacciata dalla malattia di Tropical Race 4 (TR4), con un potenziale impatto su 400 milioni di persone in 135 paesi. Molte di queste microimprese familiari dipendono dalle banane per il reddito e il cibo. Attraverso il nostro ruolo nel comitato direttivo del World Banana Forum, dare informazioni e offrire assistenza nella lotta contro questa malattia potenzialmente devastante.

**Nel 2018 Denner ha dato un chiaro segnale per la riduzione delle emissioni di gas serra ed è stato il primo rivenditore in Svizzera a firmare la Science Based Target initiative (SBTi). Quali sono gli obiettivi di Chiquita per la decarbonizzazione?**

Nel 2012, Chiquita ha commissionato al MIT (Massachusetts Institute of Technology) di mostrare l'impronta di carbonio delle banane Chiquita. Da allora abbiamo lavorato intensamente sulle strategie di riduzione per le nostre aziende. Ad esempio, il 73 per cento di tutti i container Chiquita è stato convertito in modelli ad alta efficienza energetica entro la fine del 2018. Questo ha portato a un risparmio di 3,5 milioni di litri di carburante solo nel 2018.

Esiste un chiaro obiettivo a livello globale ed è quello di limitare l'aumento della temperatura a 1,5 gradi rispetto ai livelli preindustriali. Per capire come Chiquita può contribuire a raggiungere tale obiettivo, all'inizio di quest'anno



***Behind the Blue Sticker*** si definisce attraverso tre pilastri:

**The Farmers Code** che si concentra sulle aziende agricole, incluso il loro rinnovamento, il risparmio di energia e di acqua, la riduzione di prodotti chimici, ecc.

**Being a Good Neighbour**, un buon vicino, basandosi sul rapporto tra Chiquita e le comunità locali e sul concetto di «Embeddedness».

**For the Greater Good**, per il grande bene, spiegando la lotta leader del settore di Chiquita contro il TR4. Una malattia delle banane che minaccia il sostentamento di 400 milioni di persone.

Sopra: «**Ci sforziamo di ridurre il consumo di acqua e di garantirne la qualità. Ciò si basa su studi indipendenti del World Wildlife Fund (WWF) sul tema dell'impronta idrica e della gestione dell'acqua. Con questo abbiamo migliorato significativamente la nostra impronta idrica.**»

Raul Cutait,  
Director of Sales

è stato commissionato uno studio completo sulla CO<sub>2</sub> per determinare il bilancio ambientale della nostra catena di fornitura. Allo stesso tempo, abbiamo realizzato un catalogo di misure di riduzione dei gas serra con cui intendiamo raggiungere la riduzione desiderata. L'obiettivo è che SBTi riconosca questo impegno.

**Cosa sta facendo Chiquita per promuovere le questioni ambientali tra i suoi dipendenti?**

Chiquita coglie ogni opportunità di dialogo interno ed esterno sulla sostenibilità. Da Chiquita, siamo agricoltori nel cuore, e la nostra attenzione si concentra sulla gestione delle aziende agricole dove lavoriamo costantemente per insegnare ai nostri dipendenti i processi aziendali. Attraverso canali interni ed eventi condividiamo contenuti e organizziamo visite alle nostre aziende agricole. Utilizziamo canali digitali come LinkedIn con un ampio raggio d'azione per diffondere i nostri messaggi.

**Qual è la visione di Chiquita nel campo della sostenibilità?**

In linea con la nostra missione, vogliamo influenzare positivamente le generazioni future. Per questo motivo ci impegniamo per un ruolo di leader nel nostro settore e coinvolgiamo i nostri partner lungo l'intera catena di fornitura. La visione di Chiquita per la sostenibilità è rappresentata dall'approccio «Behind the Blue Sticker», che descrive le



pratiche innovative che ci hanno permesso di assumere un ruolo guida nel settore a partire dagli anni Novanta. Tale approccio si trova in tutte le parti dell'organizzazione e si basa su partnership con le principali organizzazioni ed è sostenuto dai numerosi standard e accreditamenti di Chiquita. Ha avuto inizio nel 1994 con la certificazione Rainforest Alliance delle nostre aziende agricole e ora comprende anche le certificazioni SA8000 e GlobalG.A.P.

#### Quali altre misure avete adottato?

Per quasi 20 anni, Chiquita è stata l'unica azienda del settore ad avere accordi quadro a livello mondiale con organizzazioni sindacali internazionali come IUF e COLSIBA. Entrambe le parti hanno numerosi vantaggi. La Chiquita può fare riferimento a rapporti che mostrano che anche le fasce salariali più basse superano il salario minimo del 30 per cento (come definito dalla SA8000).

Nuovi metodi hanno migliorato la qualità delle piante di banane e ridotto la percentuale di banane che non possono essere esportate o consumate localmente.

La biodiversità è fondamentale per Chiquita: l'azienda è stata pioniera nella prevenzione della deforestazione.

Sopra: **Chiquita sostiene i principi di protezione e promozione dei diritti dei bambini attraverso l'UNICEF, il Global Compact delle Nazioni Unite e di Save the Children.**

L'azienda è impegnata inoltre nella protezione e nel rimboschimento delle foreste e degli ecosistemi vitali. Le Good Agricultural Practices sono utilizzate per limitare l'impatto delle aziende agricole sulla biodiversità; esempi sono la rotazione dei prodotti e l'agricoltura di precisione integrata con la gestione dei parassiti.

Chiquita è anche una pioniera nella promozione dei diritti delle donne e dei bambini. Proteggiamo i diritti delle donne e lavoriamo per eliminare i divari retributivi tra i sessi, insieme a una politica di tolleranza zero sulla violenza, la discriminazione e le molestie sessuali. Siamo stati la prima azienda a condurre una valutazione sviluppata dall'UNICEF sui diritti dei bambini in Costa Rica e a Panama. Chiquita è inserita nelle comunità che sostengono le sue aziende agricole e si impegna non solo per la sicurezza e il benessere dei suoi dipendenti, ma ha anche adottato severe misure per prevenire il mobbing e per proteggere i whistleblower.

#### Da quando Chiquita vende banane a Denner?

Chiquita e Denner sono partner strategici da decenni. Dal 2017, Chiquita fornisce ad ogni filiale Denner le categorie complete di banane, vale a dire sia la marca Premium Chiquita sia il private label di Denner.



### Come arrivano al rivenditore svizzero le banane dei tropici? Cosa rende così delicato il trasporto delle banane?

Le banane sono molto sensibili e hanno bisogno di molte cure. Subito dopo il confezionamento, le casse di banane vengono caricate nelle aziende agricole in container refrigerati, che garantiscono, grazie all'atmosfera controllata, la continuità della catena del freddo fino all'arrivo. Utilizziamo una flotta di navi moderne per trasportarle attraverso l'oceano.

### Le emissioni di CO<sub>2</sub> causate dal trasporto delle banane sono compensate?

Chiquita utilizza la migliore tecnologia possibile per il risparmio energetico. Le banane arrivano in Europa nei loro container attraverso le nostre navi. Sulle nostre navi abbiamo recentemente investito in componenti High Voltage Shore Connection (HVSC). Una fornitura di elettricità da terra (AMP) con un risparmio di 1150 tonnellate di emissioni di CO<sub>2</sub>. Dal 2015, 10 000 container sono stati sostituiti da modelli più recenti. Chiquita è anche pioniera nella maturazione delle banane in impianti a emissioni zero. Ciò si traduce in un livello molto basso di emissioni e la compensazione delle emissioni inevitabili viene effettuata attraverso

Sopra: **Sotto una nuova gestione, Chiquita è all'avanguardia nell'implementazione delle più recenti tecnologie di risparmio energetico. Questo vale per l'imballaggio, la protezione delle nostre banane durante il trasporto, i contenitori, le navi e il processo di maturazione.**

A sinistra: **«Consentiamo ai nostri dipendenti, uomini e donne, di esprimersi e di segnalare qualsiasi comportamento inappropriato nelle nostre aziende agricole. È fondamentale che i dipendenti si sentano sicuri e godano delle migliori condizioni di lavoro possibili.»**

Raúl Gigena Pazos,  
Human Resources  
Director

## «Insieme a Denner, all'inizio del 2019 abbiamo deciso di passare dai sacchetti di plastica alle fascette di cartone.»

Raúl Cutait

un programma di CO<sub>2</sub> assegnato. Inoltre, stiamo conducendo uno studio sulla CO<sub>2</sub> per valutare le possibili opzioni per aumentare la nostra compensazione per il trasporto.

### Da quando esattamente le banane Chiquita vengono confezionate per Denner con le fascette di cartone invece che in sacchetti di plastica?

Insieme a Denner, all'inizio del 2019 abbiamo deciso di passare dai sacchetti di plastica alle fascette di cartone. Dopo il successo dei test svolti, le prime banane sono state vendute così da Denner nella primavera del 2019.

### Come è nata l'idea?

L'idea è nata dalla stretta collaborazione tra Chiquita e Denner, sostenuta da una comunicazione costante e dal nostro obiettivo comune di fornire ai clienti le banane di loro scelta, migliorando al contempo l'equilibrio ambientale ogni volta che è possibile.

### Per il trasporto, tuttavia, le banane sono ancora imballate in scatole di cartone spesse e pellicola di plastica. Non c'è un'alternativa più ecologica?

Utilizziamo scatole di cartone e plastica per proteggere le banane durante il trasporto ed evitare così lo spreco di cibo. Si tratta di un atto di equilibrio tra l'evitare l'imballaggio e i rifiuti alimentari, dove l'impatto sull'ambiente sarebbe maggiore rispetto alla plastica attualmente in uso. Tuttavia, Chiquita ricerca e sviluppa alternative e dà la preferenza all'uso ottimale dei materiali e alla loro riciclabilità. Ad esempio, l'uso di fascette di plastica è stato ridotto con un risparmio di 390 tonnellate di materiale all'anno.

QUALITÀ E SICUREZZA

## Garantire gli standard di qualità

La vasta gamma di prodotti Denner comprende prodotti di marca e private label per l'uso quotidiano. I prodotti dei private label Denner rappresentano circa un quarto dell'assortimento. Grazie ai rapporti di lunga data con i fornitori e alle strutture aziendali snelle, le marche proprie Denner offrono un convincente rapporto qualità-prezzo e un'alternativa economica agli articoli di marca del nostro assortimento.

### Per clienti soddisfatti

La soddisfazione del cliente ha priorità assoluta da Denner. Sia il feedback dei consumatori che i nostri test sono indicatori della gestione della qualità Denner. Essi consentono di trarre conclusioni sulla conformità di un prodotto ai requisiti di qualità e ai gusti dei nostri clienti. Se Denner individua una necessità di intervento, gli adeguamenti vengono effettuati sulla base di test sensoriali e analitici in stretta collaborazione con i fornitori. I nostri private label coprono circa un quarto della gamma di prodotti. Denner definisce gli ingredienti e le ricette, che vengono combinati con grande cura dal reparto di Gestione della qualità interno. In questo modo si garantisce che i propri requisiti di qualità e gli standard legali siano sempre rispettati.

Grazie a queste misure di garanzia della qualità, i private label Denner ottengono regolarmente un buon punteggio nei test indipendenti e nei sondaggi presso i clienti, fornendo una prova determinante che la qualità non deve essere necessariamente costosa.

### Sustainable Development Goals



### Prodotti premiati



**K-Tipp 18/2019**  
del 20 novembre 2019  
Risultato «ottimo»



**K-Tipp 12/2019**  
del 2 agosto 2019  
Risultato «buono»  
Vincitore del test



**K-Tipp 16/2019**  
del 10 ottobre 2019  
Risultato «buono»  
2° classificato



**K-Tipp 10/2019**  
del 22 maggio 2019  
Risultato «buono»  
2° classificato

Da anni i prodotti Denner si posizionano ai vertici delle classifiche nei test di qualità e nei test comparativi nelle trasmissioni o nelle riviste per i consumatori. Il che dimostra ancora una volta che la buona qualità non deve essere necessariamente costosa.

PRODOTTI CON LABEL

# Ampliamento dei prodotti certificati

Denner è consapevole della propria responsabilità sociale e verso l'ambiente e si è posta degli obiettivi ambiziosi in termini di sostenibilità nella produzione. I label di qualità creano trasparenza e sostengono le nostre clienti e i nostri clienti nelle decisioni di acquisto. Per questo motivo Denner amplia costantemente la sua gamma di prodotti certificati. Oltre alla produzione, anche l'origine e la freschezza degli alimenti sono fattori chiave con cui Denner promuove acquisti consapevoli.



## Gusto sostenibile per tutti

Il nostro slogan «Uno per tutti» vale anche per la produzione sostenibile. La possibilità di acquistare prodotti ecologici non deve essere una questione di reddito. Per questo motivo dal 2016 è in corso una partnership strategica con IP-SUISSE, i cui alimenti provengono dall'agricoltura svizzera. Prodotti naturali e rispettosi del benessere degli animali. Il simpatico logo della coccinella

## Sustainable Development Goals



decora 138 prodotti, dalla frutta e verdura ai latticini, alla carne e ai prodotti da forno.

## Ampliamento dei prodotti certificati

Con il marchio enerBIO, Denner amplia ulteriormente la sua gamma di alimenti certificati. Il label indica che viene volutamente evitato l'uso di additivi, pesticidi e fertilizzanti chimici di sintesi e offre alimenti prodotti con ingre-

dienti biologici adatti ad ogni pasto della giornata. La gamma comprende ad esempio latte di mandorla, caffè, muesli o risotto in qualità biologica. Con l'introduzione di enerBIO, Denner amplia ulteriormente la sua collaborazione con la catena di drogherie-profumerie tedesche Rossmann. Il convincente rapporto qualità-prezzo di Rossmann offre ai nostri clienti una scelta conveniente tra alimenti prodotti in



La pasta per il pane viene presa dal congelatore.



I croissant vengono cotti nel forno del negozio.



Venti minuti dopo, sono pronti.



Dopo essersi raffreddati, i croissant vengono esposti sullo scaffale da Yani Koller e Paolo Leoci.

**280**  
filiali offrono solo  
pane appena sfornato  
in negozio.\*

\* stato gennaio 2019

modo convenzionale e quelli sostenibili, completando perfettamente l'attuale gamma IP-SUISSE con alimenti che non possono essere acquistati presso l'azienda svizzera della coccinella.

**Ampliamento dei prodotti freschi – per più frutta e verdura in assortimento e pane fresco fino all'ora di chiusura**

Chi mangia con consapevolezza presta attenzione anche alla freschezza dei prodotti durante la spesa. La freschezza è, infatti, un'indicazione della breve distanza che gli alimenti hanno percorso dal fornitore al negozio e una garanzia di stagionalità. Per poter soddisfare ancora meglio questa esigenza della clientela, Denner amplia costantemente sia le proprie competenze in tale ambito

sia la propria gamma di prodotti freschi. Ciò vale non solo per la frutta e la verdura, ma il 95 per cento dei nostri prodotti da forno proviene anche dalla Svizzera e viene cotto in forno in loco, nei nostri punti vendita.

**Ampliamento dei prodotti vegetariani e vegani**

Nell'ambito della partnership con il WWF Svizzera sono stati concordati diversi obiettivi ambientali, uno dei quali è l'espansione dei prodotti sostitutivi del latte e della carne. Nell'anno in esame, l'assortimento Denner comprende 63 prodotti vegetariani e vegani. L'offerta viene costantemente ampliata per offrire ai nostri clienti una scelta maggiore.



**Denner ha nel suo assortimento 63 prodotti vegetariani e vegani, di marca propria.**



PANORAMICA DEI PRODOTTI CON LABEL

# Ampliare i prodotti sostenibili e agire in modo responsabile

Denner offre un'ampia gamma di label nel suo assortimento che si distinguono per caratteristiche come produzione ecologica, origine locale o alimentazione senza carne. I prodotti certificati offrono un orientamento durante l'acquisto e forniscono alla nostra clientela informazioni sull'origine, la produzione o gli ingredienti in modo chiaro e comprensibile. La percentuale di prodotti certificati sarà continuamente incrementata.

Label		Numero di prodotti nell'assortimento
	<b>MSC, Marine Stewardship Council</b>	<b>58 prodotti</b>
	<b>ASC, Aquaculture Stewardship Council</b>	<b>27 prodotti</b>
	<b>FSC, Forest Stewardship Council</b>	<b>69 prodotti</b>
	<b>UTZ, Better Farming</b>	<b>114 prodotti</b>
	<b>IP-SUISSE</b>	<b>138 prodotti</b>
	<b>Bio Suisse, prodotti bio svizzeri</b>	<b>19 prodotti</b>
	<b>Prodotti bio (UE)</b>	<b>75 prodotti</b>
	<b>Rainforest Alliance</b>	<b>12 prodotti</b>

Label		Numero di prodotti nell'assortimento
	<b>Label V</b>	<b>63 prodotti</b>
	<b>Prodotti senza glutine</b>	<b>33 prodotti</b>
	<b>Prodotti senza lattosio</b>	<b>16 prodotti</b>

## INFORMAZIONI SUPPLEMENTARI SUI LABEL:

Scansionare il codice QR o cliccare sul link [denner.ch/label](https://denner.ch/label)



Annika Flocke,  
Product Manager  
Prodotti freschi

*Annika Flocke, nella sua funzione, è in stretto contatto con i fornitori ed è coinvolta nello sviluppo di prodotti a private label. Ha dato l'impulso ad avviare un progetto comune per combattere l'inquinamento della plastica nelle acque. Per ogni confezione venduta di Bastoncini di pesce Denner o Pesce alla bordolese, il fornitore Greenland Seafood Europe GmbH e Denner donano 5 centesimi a One Earth - One Ocean, una ONG che rimuove la plastica dai mari e dai fiumi e la lavora. Per dare il buon esempio, l'imballaggio dei due prodotti certificati provenienti da pesca selvatica sostenibile è ora anche privo di alluminio e plastica.*

**Agire in modo responsabile non è importante per me solo nel mio lavoro, ma anche nella mia vita privata. Mi impegno ogni giorno per l'ambiente.**



BUONA PRATICA AGRARIA/SALVAGUARDIA DELLE RISORSE

# Produzione responsabile

*Gli effetti delle nostre decisioni non finiscono al confine svizzero. In qualità di azienda responsabile, Denner prende misure atte a garantire che la nostra politica di acquisto sia in linea con le buone pratiche agricole e tenga conto sia della protezione delle risorse naturali sia del rispetto di condizioni di lavoro eque.*

## Responsabilità sociale

Per poter rifornire Denner, i fornitori di private label e di marca devono obbligatoriamente sottoscrivere il Codice di condotta per la conformità alle linee guida amfori BSCI o conformarsi a standard equivalenti. La Business Social Compliance Initiative (amfori BSCI) è una piattaforma di riferimento a disposizione delle aziende commerciali per il monitoraggio e la qualifica della loro filiera e punta al miglioramento degli standard sociali. L'obiettivo è quello di lavorare solo con amfori BSCI o fornitori equivalenti sottoposti ad audit nei paesi a rischio. Denner esclude l'acquisto di prodotti provenienti da paesi a rischio senza amfori BSCI o auditing analoghi.

## Buona pratica agraria

GlobalG.A.P. (Good Agriculture Practices) è l'acronimo di buona pratica agricola ed è lo standard più importante nel settore alimentare. Contiene i requisiti di base per i fornitori di prodotti agricoli e comprende anche criteri ambientali (almeno il 95 percento dell'assortimento di frutta e verdura, fiori e piante è certificato GlobalG.A.P. o equivalente). Per i prodotti agricoli prove-

## Sustainable Development Goals



nienti da paesi a rischio Denner richiede una rigorosa conformità con GlobalG.A.P., GRASP (GlobalG.A.P. Risk Assessment on Social Practice), un modulo aggiuntivo a GlobalG.A.P. che si concentra sulle pratiche sociali come la sicurezza sul lavoro, la salute e gli aspetti sociali dei lavoratori nelle aziende agricole. La buona pratica agricola tiene conto non solo dei prodotti ma anche delle persone coinvolte nel processo di produzione. In particolare nel caso di prodotti provenienti da paesi a rischio, si assicura che nessun prodotto venga importato senza la certificazione GRASP (o certificazione equivalente secondo le linee guida di approvvigionamento). amfori BSCI e GlobalG.A.P. GRASP controllano e garantiscono il rispetto delle linee guida fino al punto di origine, assicurando così una catena del valore trasparente. Sostengono inoltre gli standard di sicurezza internazionali. Per gli alimenti di produzione svizzera si applica lo standard SwissGAP, un sistema su misura per la Svizzera e riconosciuto da GlobalGAP.

**Raggiunto nel 2019:**  
**100% SwissGAP**  
**97% GlobalG.A.P.**  
**per F&V**  
**100% GlobalG.A.P.**  
**per fiori**  
**e piante**

BENESSERE DEGLI ANIMALI

## Nel rispetto degli animali

*Le pratiche di detenzione e allevamento degli animali e la produzione rispettosa dell'ambiente rispondono a un'esigenza diffusa della clientela. Con l'offerta IP-SUISSE, Denner offre un'alternativa ai prodotti a base di carne di produzione convenzionale e consente ai suoi clienti di sostenere consapevolmente le aziende agricole svizzere che soddisfano elevati requisiti di benessere degli animali.*

### Promozione della carne svizzera

La gamma di prodotti a base di carne certificati IP-SUISSE viene costantemente ampliata. I clienti possono riconoscere gli alimenti svizzeri prodotti in modo ecologico e nel rispetto degli animali grazie al logo accattivante della coccinella di IP-SUISSE. Oggi l'86 per cento dei prodotti a base di carne venduti da Denner proviene già dalla Svizzera e la tendenza è in crescita. I prodotti ittici importati sono conformi a rigorose linee guida per quanto riguarda il benessere degli animali, gli additivi per mangimi o medicinali, la produzione e il trasporto. Sono considerati fornitori solo coloro che possono presentare i certificati richiesti.

### Pesce

Denner richiede una pesca sostenibile e, dal 2018, ha iniziato a includere nell'assortimento solo pesce e frutti di mare provenienti da fonti sostenibili. Uno degli obiettivi ambientali concordati con il WWF è stato così raggiunto. Nell'anno in esame, il 74 per cento di tutti i prodotti ittici è già certificato MSC o ASC. Il resto viene valutato e classificato via Naturland. L'obiettivo per il 2020 concordato con il WWF per quanto riguarda la quota di label (MSC/ASC) è stata già superata nel 2018.

### Sustainable Development Goals



**L'86 per cento dei prodotti di carne venduti da Denner proviene dalla Svizzera.**

# ***Essere umano***

---

*Nonostante una struttura decentralizzata con centinaia di filiali, cinque centrali di distribuzione e tre sedi amministrative, la famiglia Denner coltiva una cultura vivace e condivisa. I valori aziendali sono vissuti con convinzione, perché promuovono la cooperazione reciproca e il successo comune. Lo sviluppo individuale è importante tanto quanto lo sviluppo collettivo. Denner sostiene i collaboratori nell'ampliamento dei propri orizzonti professionali e offre un'ampia gamma di opportunità di avanzamento attraverso numerosi corsi di formazione e perfezionamento.*



# Rimanere fedeli ai principi per salvare l'ambiente

Un colloquio con **Ursula Nold**, presidente in carica di Migros, sull'importanza dello sviluppo sostenibile e dell'agire in modo responsabile nel Gruppo Migros.

**Dal 2012 Denner ha contribuito al fondo di sostegno Engagement con oltre 30 milioni di franchi.**

## La sostenibilità è all'ordine del giorno. Quali sono le priorità di Migros?

Pensare e agire in modo sostenibile non sono un'invenzione moderna, ma sono sempre stati alla base di un successo completo e a lungo termine. Per il Gruppo Migros, con i suoi campi di attività estremamente eterogenei, ciò significa definire e adottare una strategia di sostenibilità vincolante e aggiornata per tutte le aziende, le affiliate e le cooperative. È quanto abbiamo fatto questa primavera, quando abbiamo definito i seguenti quattro temi chiave che riguardano l'intera Comunità Migros: l'impegno per la coesione sociale, la chiusura del ciclo per temi scottanti come il riciclaggio o la plastica, la protezione del clima, le energie rinnovabili e infine l'ampliamento della nostra gamma di prodotti sostenibili, già superiore alla media. Crediamo e siamo convinti che sia in questi settori che possiamo non solo ottenere il massimo, ma che ci sia anche più necessità di agire.

## Quali sono gli obiettivi concreti da raggiungere e quali sono le ambizioni a lungo termine di Migros?

La strategia Migros si basa sugli obiettivi dell'Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile delle Nazioni Unite. Con un impegno congiunto e coordinato a favore della sostenibilità come associazione di imprese e cooperative, possiamo porci obiettivi ambi-

### ➔ ULTERIORI INFORMAZIONI SUL FONDO DI SOSTEGNO:

scansionare il codice QR o cliccare sul link [engagement-migros.ch](https://engagement-migros.ch)



**Il Fondo di sostegno** è stato lanciato nel 2012 da diverse aziende del Dipartimento Commercio del Gruppo Migros. Engagement Migros integra le attività di promozione del Percorso culturale Migros con un approccio di sostegno indipendente.

ziosi e raggiungerli. Per esempio nella protezione del clima: qui abbiamo risparmiato circa il doppio dei gas serra dal 2010 rispetto a quanto la Svizzera si è prefissata di fare. Nel nostro core business, ovvero il commercio al dettaglio, ci impegniamo in modo misurabile per un consumo responsabile e una produzione sostenibile. Questo è uno dei motivi per cui Migros è stata più volte nominata il rivenditore al dettaglio più sostenibile del mondo. Un esempio concreto è l'uso coerente di contenitori riutilizzabili per il trasporto di merci. Migros risparmia così più di 90 000 tonnellate di cartone all'anno. Inoltre, non solo offriamo una gamma di prodotti sostenibili superiore alla media, ma obblighiamo anche i nostri fornitori in tutto il mondo a rispettare standard sociali minimi.

### **Perché la sostenibilità è così importante per il Gruppo Migros?**

Agire in modo responsabile, un ampio impegno per il bene comune e il rispetto dei principi fondamentali della sostenibilità sono da sempre parte della cultura Migros. In qualità di maggiore commerciante al dettaglio della Svizzera, che tra l'altro adempie al mandato di approvvigionamento della popolazione del paese, prendiamo particolarmente sul serio la nostra responsabilità nei confronti dell'ambiente, delle persone e degli animali. I nostri clienti lo sanno e quindi si fidano di noi.

### **Quanto è importante la questione della sostenibilità per i clienti?**

Sta diventando sempre più importante. Nel frattempo una richiesta online su tre riguarda il tema della sostenibilità. Ad esempio, i clienti vogliono sapere cosa stiamo facendo per combattere le inondazioni di plastica o gli sprechi

---

**«In termini di protezione del clima, dal 2010 abbiamo risparmiato circa il doppio dei gas serra rispetto a quanto si è prefissata la Svizzera.»**

*Ursula Nold, presidente Migros*

## **Progetti Engagement Migros**



L'app Swiss Climate Challenge aiuta a capire e ridurre l'impronta ecologica della propria mobilità.

---

## **Swiss Climate Challenge**

La mobilità causa un terzo delle emissioni di CO<sub>2</sub> dei residenti in Svizzera. Traffico aereo compreso. È lei quindi la principale responsabile dell'aggravamento del cambiamento climatico. Se vogliamo lasciare alle future generazioni un ambiente inalterato, dobbiamo contribuire a ridurre le emissioni. Ma come fa una persona che vive in Svizzera a diminuire i propri consumi in maniera intelligente?

Swiss Climate Challenge mette a disposizione della popolazione svizzera e delle imprese sul territorio un semplice strumento per dare una risposta a questa domanda. Il progetto è supportato dal fondo di sostegno Engagement Migros, da Swisscom, SvizzeraEnergia e South Pole. Con un approccio ludico, la challenge permette ai partecipanti di comprendere il proprio comportamento in termini di mobilità e di migliorarlo di conseguenza.

Per favorirne una rapida diffusione è stata sviluppata una cosiddetta «piggyback app», che può essere integrata nelle applicazioni già esistenti di altri fornitori come «Blick» o Bluewin. Il progetto segue quindi nuove piste e invoglia le persone a ridurre la loro impronta ecologica con azioni semplici e quindi a influire in modo positivo sui cambiamenti climatici.

Swiss Climate Challenge ha potuto sviluppare il suo tool nel 2019 e integrarlo nell'app «Blick», raggiungendo migliaia di utenti.



Gli SINGApreneurs della filiale di Zurigo in un workshop.

## SINGA Factory

Molti rifugiati hanno un background imprenditoriale, ma non riescono a trovare un lavoro qualificato in Svizzera. Prendendo le mosse da questa considerazione, il progetto pionieristico SINGA Factory – Innovation Through Diversity supporta persone con e senza una storia di fuga che vogliono avviare un'azienda nel settore tecnologico in Svizzera. Nel programma semestrale di start-up reso possibile da Engagement Migros, i partecipanti lavorano intensamente su un'idea commerciale. Essi beneficiano di workshop e di coaching individuale e testano le loro idee con investitori, partner e potenziali clienti. Grazie alla loro fresca visione della società svizzera, i rifugiati possono individuare nuovi settori di attività, riconoscendo al tempo stesso le opportunità di mercato nella propria comunità. In questo modo, SINGA Factory non solo promuove il potenziale imprenditoriale dei rifugiati, ma innesca anche innovazioni tecnologiche e sociali e fornisce nuovi impulsi alla Svizzera come piazza economica.

Nel 2019 SINGA Factory ha aperto una seconda sede a Ginevra dopo Zurigo e affianca i rifugiati nel lancio della loro idea imprenditoriale.

➔ [singaswitzerland.ch](http://singaswitzerland.ch)



Un frigorifero Madame Frigo a Berna.

## Madame Frigo

In Svizzera, un terzo dei prodotti alimentari, circa 2,8 milioni di tonnellate, finisce ogni anno nella spazzatura. Quasi la metà di tale valore riguarda i nuclei domestici. È da qui che partono due giovani donne con il loro progetto pioniere Madame Frigo: ognuno può mettere gratuitamente a disposizione di altri, in frigoriferi comunitari pubblici, gli alimenti commestibili che non consuma. Con questa offerta vicina al quotidiano, i nuclei domestici hanno la possibilità di dare un contributo positivo alla riduzione degli scarti alimentari. Per far apprezzare i prodotti alimentari anche dai giovani, Madame Frigo propone inoltre offerte di mediazione, come moduli di apprendimento e workshop.

Lanciata con successo a Berna, con il sostegno di Engagement Migros, l'offerta viene estesa ad altri luoghi in tutta la Svizzera.

Nel 2019 Madame Frigo ha aperto, tra l'altro, sedi ad Aarau, Interlaken, Lucerna, Spiez, Zermatt e Zurigo.

➔ [madamefrigo.ch](http://madamefrigo.ch)



Nella AgriAccademia le alunne e gli alunni della scuola elementare imparano con le proprie mani da dove provengono le verdure dei nostri piatti.

## AgriAccademia

A volte si corre il rischio di dimenticare, in un mondo basato sulla divisione del lavoro, che l'uomo è parte della natura. L'iniziativa formativa indipendente AgriAccademia rafforza questa consapevolezza con il sostegno del fondo Engagement Migros. Il progetto è stato fondato in Germania e ora è presente anche in Svizzera.

Esso prevede che nelle scuole elementari in tutto il paese nascano campi agricoli per verdure. Sul campo i bambini imparano a piantare in maniera corretta i piantoni, a curare o a estirpare un'aiuola di ortaggi. Le classi vengono accompagnate dai loro insegnanti e dagli aiutanti della AgriAccademia.

Successivamente, le conoscenze e le competenze apprese vengono approfondite a lezione. A tale scopo, l'associazione di pubblica utilità AgriAccademia Svizzera mette a disposizione una gamma di servizi nel settore della formazione per lo sviluppo sostenibile, in breve FSS, come una piattaforma digitale delle conoscenze, impulsi per lezioni a contatto con la natura, corsi di formazione per insegnanti e in pratica: sementi. Se i bambini conoscono la catena di creazione di valore aggiunto dei prodotti alimentari, dal seme alla vendita, svilupperanno una comprensione più profonda per il consumo quotidiano. Tale comprensione promuove uno stile di vita sano per una generazione che sa che cosa mangia.

Nel 2019 è iniziata in Svizzera la fase di sviluppo AgriAccademia. In quell'anno il progetto, con il sostegno di Engagement Migros, era già iniziato con 12 classi scolastiche e circa 300 bambini.

➔ [gemueseackerdemie.ch](http://gemueseackerdemie.ch)

alimentari, o per la protezione dell'ambiente in generale. Come azienda, abbiamo un dovere in questo caso tanto quanto i consumatori, che fanno la loro parte. Per inciso, ciò coincide con la nostra concezione della moderna cittadinanza d'impresa, secondo la quale le aziende sono sempre più percepite come parte della società, in cui tutti i membri sono interdipendenti e lavorano insieme per trovare soluzioni sostenibili.

### In che modo Migros promuove il consumo sostenibile?

Innanzitutto grazie al numero sempre crescente di beni e servizi prodotti in modo sostenibile e adatti a uno stile di vita sano. Allo stesso tempo offriamo informazioni e spiegazioni attraverso canali come Migros-Magazin, il podcast sulla sostenibilità «Chrut und Rüebl» o direttamente nei nostri negozi. Ecco due esempi: i prodotti che arrivano a noi per via aerea vengono etichettati come «by air» perché hanno un bilancio di CO<sub>2</sub> nettamente superiore a quello dei prodotti che raggiungono le filiali Migros via terra. Lì offriamo le Veggie-Bag riutilizzabili a prezzi molto ragionevoli, il che rende più facile evitare i sacchetti di plastica per frutta e verdura.

### Qual è l'obiettivo del Fondo di sostegno di Migros?

Alla base del nostro impegno sociale volontario c'è l'idea che Migros non solo debba soddisfare le esigenze di consumatrici e consumatori, ma anche adoperarsi per promuovere la coesione sociale. Insieme al Percento culturale Migros e al Fondo di sostegno Migros, il Fondo di sostegno Engagement di Migros avvia, accompagna e sostiene numerosi progetti nei settori della cultura, della società, della formazione, del tempo libero e dell'economia. Solo attraverso il Percento culturale, Migros ha finora investito volontariamente oltre 4,8 miliardi di franchi svizzeri in progetti per il bene comune in Svizzera.

### Come (o dove) percepisce l'impegno di Denner per la sostenibilità?

In qualità di azienda del Gruppo Migros, Denner fornisce un importante contributo al raggiungimento dei nostri ambiziosi obiettivi e dimostra che discount e sostenibilità non si escludono a vicenda. Un'altra cosa positiva che mi ha colpito è che Denner vuole dimezzare le sue emissioni di CO<sub>2</sub> entro il 2030. La sostenibilità da Denner è dimostrata anche dal fatto che a organizzazioni caritatevoli come Caritas Svizzera, Schweizer Tafel e Tavolino magico o ad altri progetti di aiuto locali vengono distribuiti alimenti ancora commestibili e in perfetto stato. Per me, tali attività sono espressione di un'azione sostenibile e responsabile.

### Come definisce la sostenibilità?

Per me, sostenibilità significa che dobbiamo trattare il nostro spazio vitale con cura, usare le risorse disponibili nel modo più efficiente possibile e fare della giustizia



Il progetto Stop Hate Speech è stato lanciato all'inizio del 2019 dall'organizzazione ombrello femminile Alliance F - la foto mostra Sophie Achermann, la direttrice di Alliance F.

## Stop Hate Speech

La libertà di formarsi un'opinione e un dibattito aperto sono tra i valori fondamentali di una società libera. A tale scopo, occorrono discussioni intense e, allo stesso tempo, obiettive. Tuttavia, i media sociali e le funzioni per i commenti sulle piattaforme delle news hanno abbassato la barriera inibitoria per il clima ostile su internet. Spesso, questo fenomeno colpisce oltre la media le donne e i giovani.

Con il sostegno del fondo Engagement Migros, il progetto Stop Hate Speech svolge un lavoro pioniere nell'ambito di questo nuovo fenomeno. Grazie a un algoritmo, esso mira a individuare lo Hate Speech in rete. Allo stesso tempo, viene creato un punto di contatto digitale dove le persone interessate possano informarsi. In tale contesto, delle checklist aiutano a valutare il superamento dei limiti, a definire i concetti e a riconoscere le opzioni di intervento. Ciò rafforza la competenza mediale e contribuisce a migliorare la sensibilizzazione della popolazione.

Il progetto pioniere va incontro a un problema propriamente digitale correlato ad approcci tecnici e della società civile. Grazie alla realizzazione di una comunità di volontari interlinguistica si entra direttamente nelle discussioni intrise di Hate Speech.

Stop Hate Speech è stato lanciato nel 2019 con il sostegno di Engagement Migros.



Al Laufmeter vengono presentate le collezioni di designer svizzeri\* – qui nella città vecchia di Berna.

## Laufmeter

Indossare più a lungo gli abiti di qualità, acquistare a livello regionale e in maniera equa: Slow Fashion è il movimento contrario alla Fast Fashion. Si impegna a favore di un approccio consapevole verso le risorse, anche nell'armadio dei vestiti. Infatti, non soltanto nell'alimentazione ma anche nella moda, gli acquirenti e i consumatori prestano sempre più attenzione alla sostenibilità, alle condizioni di produzione e all'origine. Il progetto pioniero Laufmeter crea per la moda svizzera un posto fisso nella percezione pubblica.

A tale scopo, le sfilate di moda «uf dr Gass» («nei vicoli»), come quelle che da anni si svolgono con successo a Berna, verranno estese ad altre città svizzere. Il progetto testa anche un sistema di franchising sociale. Inoltre, il pubblico ha accesso diretto alla moda locale tramite i saloni di moda, gli showroom mobili e un e-shop. Una presenza online permanente informa e rende trasparenti le condizioni di produzione.

Laufmeter mostra quanta gioia può regalare la moda regionale e sostenibile. Inoltre il progetto esorta tutti gli interessati ad essere da esempio contro la moda dell'usa e getta.

➔ [shop.laufmeter.ch](https://shop.laufmeter.ch)



Questo spazio di coworking a Samedan (GR) fa parte della rete di VillageOffice.

## VillageOffice

La cooperativa VillageOffice riporta il lavoro dove viviamo. In questo modo si riducono i flussi di traffico, si rafforzano le comunità locali e si creano ambienti di lavoro moderni.

Grazie alla digitalizzazione e alle nuove tecnologie informatiche, oggi possiamo lavorare sempre più in maniera decentrata. VillageOffice sfrutta questo potenziale: con il sostegno di Engagement Migros, la cooperativa sta costruendo in tutta la Svizzera una rete di coworking space locali, raggiungibili dalla propria abitazione entro 15 minuti con i mezzi pubblici o una bicicletta. Non si tratta della sostituzione del posto di lavoro tradizionale, ma di un'utile integrazione di cui beneficino datore di lavoro e dipendente, ambiente e società.

Il periodo di finanziamento del VillageOffice si è concluso nel 2019. La cooperativa dispone ora di una solida base per rafforzare il suo modello e diffonderlo in tutta la Svizzera.

➔ [villageoffice.ch](https://villageoffice.ch)

sociale un dovere nei nostri rapporti con tutti i membri della società. Solo così possiamo lasciare ai nostri figli e ai loro discendenti una terra sana e vivibile.

### Come rende personalmente sostenibile la sua vita quotidiana?

Con varie misure, a volte diverse, che insieme fanno una vera differenza. Per esempio, utilizzo i mezzi pubblici per il mio lavoro ogni volta che è possibile. Quando faccio acquisti, preferisco scegliere prodotti stagionali e regionali – qui apprezzo i numerosi prodotti IP-SUISSE di Denner – e a casa proviamo sempre più spesso le ricette vegetariane di Migusto, ad esempio. I miei figli si assicurano che io vada a fare la spesa con sacchetti riciclabili e che non usi sacchetti di plastica e ci aiutano ad evitare sprechi alimentari. Per questo a volte c'è una cena a base di avanzi. Per non parlare del fatto che: noi facciamo la raccolta differenziata dei nostri rifiuti in modo coerente. Ciò significa che il sabato mattina le bottiglie di PET e di latte, le batterie, il vetro o l'umido devono essere smaltiti separatamente.

**«L'impiego coerente di contenitori riutilizzabili nel trasporto di merci consente a Migros di risparmiare ogni anno oltre 90 000 tonnellate di cartone.»**

Ursula Nold

LEADERSHIP E CULTURA AZIENDALE

# Vivere i valori

Da Denner sono rappresentate oltre 70 nazionalità. Nelle filiali, nelle centrali di distribuzione e in amministrazione, culture diverse si fondono in un'unica cultura attraverso l'integrazione, il dialogo e la cooperazione. Per questo motivo Denner investe molto nella formazione e nel perfezionamento di tutti i collaboratori, non solo per stimolarli e incoraggiarli professionalmente, ma anche per vivere quotidianamente con loro la cultura aziendale Denner.

## Cultura aziendale «Faro»

Il «faro» simboleggia i valori nei quali tutti i dipendenti Denner si riconoscono. La cultura aziendale vissuta crea una sensazione di unione e costituisce il comune denominatore della famiglia Denner, composta da collaboratori con le più diverse caratteristiche culturali e linguistiche. La leadership ha un ruolo speciale da svolgere, ed è per questo che i dirigenti sono continuamente in formazione, per aiutare ad ancorare la cultura aziendale e la cultura dirigenziale.

## Sustainable Development Goals



## Integrazione

Molti collaboratori Denner hanno radici culturali che non sono in Svizzera. Il modo di vivere nell'ambiente familiare a volte differisce molto dagli usi e costumi di questo paese. Molti dipendenti, quindi, gestiscono ogni giorno l'equilibrio tra le diverse culture. Denner promuove l'integrazione attraverso la formazione interna ed esterna per avvicinare la nuova cultura nazionale a tutti. Ma per quanto mista sia la famiglia Denner, abbiamo tutti una cosa in comune: vogliamo clienti soddisfatti che abbiano piacere di fare acquisti da noi.

## I dipendenti di oltre 70 nazioni lavorano per Denner. L'integrazione è parte integrante della cultura Denner e dei «valori del faro».



**HOUSSEIN CHEKEIR**  
Collaboratore di filiale,  
DD 648 Ibach  
Nazionalità: Libano  
In Svizzera dal: 2016

«Percepisco gli svizzeri come molto aperti e comunicativi. Vedo differenze soprattutto nel cibo. Abbiamo molte prelibatezze diverse in tavola, gli svizzeri mangiano da un unico piatto.»



**ZITA OLTÍ**  
Addetta al commissionamento,  
CD Lyss  
Nazionalità: Ungheria  
In Svizzera dal: 2014

«Ho avuto molti lavori in Svizzera. Nel novembre 2018 sono entrata a far parte della famiglia Denner a Lyss, dove mi sento integrata e a casa.»



**HABEM EFREM**  
Apprendista di commercio al dettaglio,  
DD 431 Wädenswil,  
Nazionalità: Eritrea  
In Svizzera dal: 2015

«Sono venuto in Svizzera per mantenere la mia famiglia in Eritrea e qui ho trovato la mia fortuna. Per questo sono grato.»



**Promuovere il dialogo**

La nuova app per la comunicazione è in uso per tutti i collaboratori Denner dal luglio 2019: Beekeeper. Ora è possibile condividere i successi con tutto il team o semplicemente scrivere un messaggio in chat ai singoli colleghi di lavoro, perché Beekeeper è una combinazione fra WhatsApp e Facebook – per le aziende.

Con la nuova piattaforma di comunicazione Beekeeper, Denner non solo utilizza un moderno strumento di comunicazione, ma promuove anche il dialogo tra i collaboratori dell'amministrazione, delle centrali di distribuzione e delle filiali sparse in tutta la Svizzera. La piattaforma è aperta a tutti, tutti possono partecipare attivamente su Beekeeper e presentare progetti, affrontare problemi o contribuire con nuove idee.

Per Denner, una comunicazione aperta, onesta e trasparente è importante perché fa parte della nostra cultura aziendale.



**«Con Beekeeper sono sempre aggiornata.»**

Anica Cacija,  
responsabile di filiale,  
DD 1401 Zurigo



**«Mi piace che Beekeeper mi faccia sapere cosa fanno gli altri collaboratori Denner di tutta la Svizzera.»**

Minire Ibrahim,  
vice responsabile di filiale,  
DD 303 Zurigo

CONDIZIONI DI IMPIEGO

# Condizioni di lavoro moderne

*Le ottime condizioni di lavoro sono state ulteriormente migliorate negli ultimi anni. Nell'ultimo decennio il salario minimo è passato da CHF 3500.- a CHF 4025.- (x13), un importo superiore alla media del settore. Con sei settimane di ferie e dieci giorni lavorativi di congedo di paternità retribuito, Denner è uno dei datori di lavoro più attraenti nel commercio al dettaglio.*

Denner offre condizioni di lavoro che si adattano ai modelli di vita odierni e promuovono la compatibilità degli obblighi familiari e professionali. I modelli di orario di lavoro flessibile contribuiscono a ciò tanto quanto l'estensione del congedo di paternità dai due giorni precedenti ai dieci attuali. Le moderne condizioni d'impiego si riflettono anche in un salario minimo nettamente superiore alla media del commercio al dettaglio svizzero. La parola dei nostri dipendenti ha un peso non solo nella app interna Beekeeper, ma anche nella forma di una commissione del personale composta da rappresentanti di

**Sustainable Development Goals**



tutti i settori dell'azienda che scambiano regolarmente informazioni con la direzione aziendale. Tutti i collaboratori Denner sono membri della cassa pensioni aziendale, che ha un solido grado di copertura.

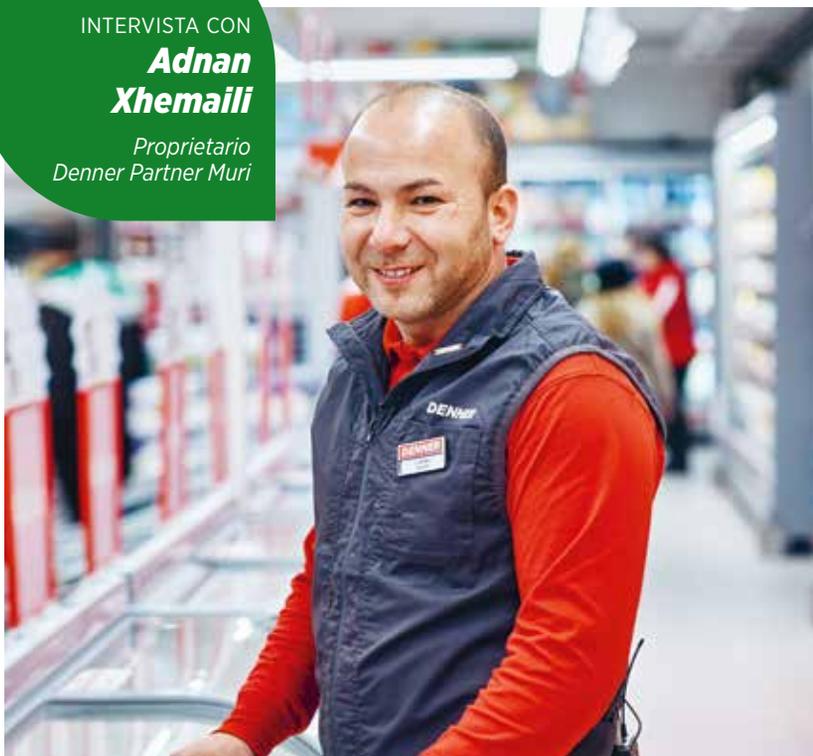
**Promozione dell'indipendenza dei dipendenti**

I dipendenti delle filiali Denner conoscono i punti vendita dentro e fuori e sanno cosa è importante nella vita lavorativa quotidiana, conoscono le esigenze dei clienti e sanno dove si trova il sassolino nella scarpa. Per questo motivo Denner sostiene i collaboratori

che vogliono intraprendere un'attività autonoma e rendere possibile il sogno di un proprio negozio.

Con un concetto appositamente studiato, l'azienda offre ai dipendenti motivati e ben addestrati la possibilità di diventare capi di se stessi. Una situazione win-win per tutti. L'esempio di Adnan Xhemaili a pagina 58 mostra come funziona il concetto in modo semplice e con successo.

INTERVISTA CON

**Adnan  
Xhemaili**Proprietario  
Denner Partner Muri

## Da ausiliario a proprietario

*Adnan Xhemaili ha avuto una carriera impressionante nelle vendite alla Denner. Ha iniziato come collaboratore ausiliario e ha fatto tutto il percorso per diventare un formatore per futuri responsabili di filiale. Dall'autunno 2018 gestisce la propria Azienda Partner di Denner a Muri (AG) ed è il capo di se stesso.*

### **Adnan Xhemaili, è un venditore nato?**

Si può dire così. Ma di formazione sono carrozziere verniciatore.

### **Perché è passato alle vendite?**

Le vendite mi hanno sempre affascinato, per questo mi sono candidato spontaneamente da Denner per un lavoro e poco dopo ho potuto iniziare a lavorare come ausiliario. È stato 14 anni fa.

**«Sono molto felice di aver fatto il passo verso l'indipendenza.»**

*Adnan Xhemaili*

### **Oggi non è solo un responsabile di filiale, ma anche un formatore, come è successo?**

Ho sempre sentito di essere bravo in quello che facevo e volevo fare carriera. Presto mi è stato permesso di dimostrare le mie capacità come vice responsabile di filiale. Il passo successivo importante è stata la mia prima posizione come responsabile di filiale. In seguito ho gestito diverse filiali e ho continuato la mia formazione professionale. In un secondo tempo ho anche potuto formare personalmente apprendisti e futuri responsabili di filiale e ho tenuto corsi di cassa, formazioni in materia di alcolici e FIZ.

### **Ma il passo successivo è stato nuovo anche per lei: il suo negozio!**

È fantastico. Ci ho messo un po' a crederci io stesso. Ma sono molto felice di aver fatto il passo verso l'indipendenza.

### **È sempre stato un suo sogno?**

Sì, il pensiero di avere un negozio tutto mio mi ha spesso attraversato la mente. Ma finora il capitale di partenza era un ostacolo troppo grande. Quando ho saputo che Denner offriva nuovi modelli di finanziamento con il concetto C+, mi è stato chiaro: ora farò avverare il mio sogno!

### **Cosa l'ha convinta?**

Nessuno deve spiegarmi come funzionano le vendite, quindi penso che sia fantastico che come proprietario di un Denner Partner abbia la libertà di realizzare le mie idee. Allo stesso tempo, ricevo sostegno in molti settori in cui sono inesperto.

### **Dove è stato contento di ricevere sostegno?**

È di grande aiuto, ad esempio, il fatto che Denner offra una propria soluzione di amministrazione fiduciaria. In questo team, specialisti assoluti nel loro campo mi consigliano e mi sollevano dal lavoro amministrativo al quale altrimenti dovrei dedicare molto tempo. Preferisco utilizzare questo tempo nell'area di vendita.

### **Non ha mai avuto dubbi sul fatto di mettersi per conto suo?**

All'inizio avevo ogni tanto una strana sensazione di disagio. Le conversazioni con Denner, però, mi hanno aiutato molto in questo senso. Mi hanno dato la certezza che non ero solo, ma che avevo Denner al mio fianco, un partner esperto e forte che aveva il mio stesso obiettivo: un negozio Denner Partner di successo.

Simon Rünzler,  
responsabile Aziende  
Partner di Denner

*Le circa 270 Aziende Partner di Denner sono gestite da imprenditori indipendenti, compresi ex dipendenti Denner. Se interessati, Denner sostiene responsabili esperti nel loro percorso verso l'indipendenza e offre ai giovani imprenditori assistenza amministrativa, ad esempio sotto forma di una soluzione fiduciaria. Il programma di sviluppo del modello di successo C+, che offre ai dipendenti di lunga esperienza una prospettiva di indipendenza professionale e grazie alla quale l'azienda conserva un prezioso know-how.*

***A sei dipendenti è stata data l'opportunità di diventare lavoratori autonomi con il concetto Denner. Un successo per tutti gli interessati.***

FORMAZIONE E PERFEZIONAMENTO

## Supporto individuale

*Che si tratti di pianificazione delle risorse, ordinazioni o lavoro d'ufficio – nella filiale degli apprendisti, i giovani svolgono autonomamente per un mese tutti i compiti che gli si presentano. Quello che è iniziato come progetto pilota è ora per molti apprendisti un punto culminante del loro apprendistato e parte integrante della loro formazione commerciale. Esigere e incoraggiare gli apprendisti – questo è il credo dell'azienda.*

Denner promuove la formazione continua e il perfezionamento professionale. Tutti i collaboratori di Denner hanno accesso a un'ampia offerta di corsi: sia Denner che la sua casa madre, la Federazione delle cooperative Migros, offrono una grande varietà di contenuti, grazie ai quali i collaboratori possono svilupparsi sia a livello professionale che personale. Denner offre inoltre apprendisti in tutti i settori dell'azienda, nell'amministrazione, nell'informatica, nella logistica e nelle vendite, dove si forma la più alta percentuale di giovani. Gli apprendisti nel settore vendite hanno anche l'opportunità di proporsi per la filiale degli apprendisti, che si svolge due volte all'anno in diverse sedi. Lì trascorrono quattro settimane a gestire autonomamente una filiale insieme ad altri apprendisti e acquisiscono una preziosa esperienza che sarà di grande utilità per loro anche dopo il periodo di apprendistato. Come il programma di formazione e perfezionamento, anche l'apprendistato è un modello di successo: viene dimostrato ogni estate, quando più del 70 per cento degli apprendisti decide di continuare la propria carriera da Denner.

### Sustainable Development Goals



Erano nella squadra della filiale degli apprendisti ad Abtwil: Patricia Schönenberger, Bertina Rami, Dilay Dikilitas, Kevin Jonscher e Agnieszka Potaczek.



Ogni apprendista ha una funzione diversa nella filiale degli apprendisti. Nel primo anno sono assegnati al settore cassa.

SICUREZZA E SALUTE SUL LAVORO

# Sensibilizzare e formare

La sicurezza sul lavoro nelle centrali di distribuzione Denner ha la massima priorità. Per questo motivo, i dipendenti ricevono regolarmente formazioni, per garantire condizioni di lavoro sane. I veicoli orizzontali gialli per il commissionamento sono stati introdotti in tutte le centrali di distribuzione nell'anno in esame come strumenti di supporto al lavoro. I nuovi macchinari non solo rendono il lavoro più efficiente, ma rendono anche la vita molto più facile a tutti.



Guida agilmente il veicolo orizzontale per il commissionamento attraverso la CD Dietlikon: addetto al commissionamento, Kosalan Yogeswaran.

## Lavoro agevolato

I dipendenti della centrale di distribuzione di Dietlikon elaborano gli ordini delle filiali e caricano i rollcontainer (RCT) – fino a 750 pezzi al giorno. Sebbene Dietlikon sia la più piccola delle cinque centrali di distribuzione Denner in termini di superficie, rifornisce circa la metà dei negozi Denner con prodotti freschi come latte, formaggio o carne. Qui il processo di commissionamento è in qualche modo diverso. I dipendenti non si muovono a piedi all'interno dei

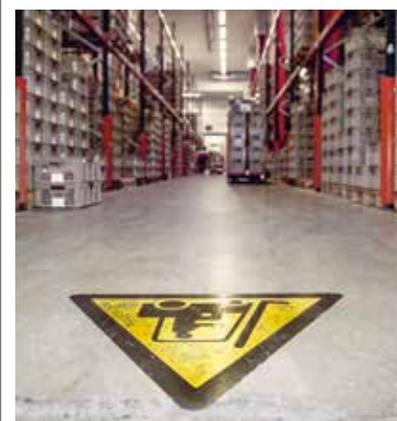
due capannoni della centrale, ma su veicoli gialli, utilizzando un veicolo orizzontale per il commissionamento, come viene chiamato dagli esperti.

La nuova attrezzatura rende molto più facile la raccolta degli ordini, perché il nuovo veicolo ha un vantaggio decisivo: il lavoro è più ergonomico e meno faticoso. Inoltre, grazie al veicolo elettrico, un dipendente può prelevare contemporaneamente due rollcontainer (RCT). In questo modo si risparmia anche mol-

## Sustainable Development Goals



Sopra: Ricaricare la batteria durante la notte o durante la pausa: ogni dispositivo ha la sua propria stazione di ricarica.



Sotto: Lavorare con i nuovi veicoli è più ergonomico e meno faticoso.

to tempo ai dipendenti, perché i processi diventano più efficienti. Per ogni veicolo viene ancora elaborato un solo ordine di filiale. Tuttavia, con il nuovo software sarà presto possibile scegliere due RCT per veicolo, che saranno consegnati a due filiali diverse. Ciò è particolarmente vantaggioso per piccole quantità di ordini e consegne frequenti. Per garantire che una filiale possa essere rifornita di prodotti freschi fino a sei volte alla settimana, la CD Dietlikon è in funzione dal lunedì al sabato.



IMPEGNO SOCIALE

## Mostrare solidarietà

*Nell'anno in esame Denner festeggia il suo decimo anniversario con i mercati Caritas. In questo contesto, i nuovi prodotti vengono messi a disposizione dei mercati Caritas a prezzi più bassi. Nell'anno del suo anniversario, l'azienda fa un passo avanti e mette a disposizione anche prodotti sostenibili. La collaborazione con i mercati Caritas è un impegno fatto col cuore, che continuerà anche in futuro.*

### Prodotti sostenibili per tutti

Denner si impegna per prodotti sostenibili e alla portata di tutti. Agire in ottica sostenibile significa anche restituire alla società un po' di quello che ci è stato donato. Per questo motivo, nell'anno in esame Denner ha donato cibo dei marchi IP-SUISSE ed enerBIO ai mercati Caritas.

Dal 2009 Denner sostiene i mercati Caritas con un contributo annuo di oltre 250 000 franchi sotto forma di sponsorizzazione di prodotti. Nell'anno in esame il contributo è stato aumentato a circa 400 000 franchi. Le merci consegnate sono prodotti nuovi che possono essere venduti dai mercati Caritas a prezzi molto bassi.

Nello spirito della sostenibilità, Denner ha ampliato la sponsorizzazione della Caritas con prodotti sostenibili. 15 articoli della marca IP-SUISSE ed enerBIO sono offerti nei negozi a prezzi bassi. In questo modo l'azienda restituisce qualcosa alla società e sostiene le persone colpite dalla povertà.



**«Denner ci sostiene da 10 anni – si tratta di donazioni di prodotti per un valore di circa 3 milioni di franchi.»**

*Thomas Künzler,  
direttore mercati Caritas*



**I prodotti sostenibili dovrebbero essere alla portata di tutti. Questo è il credo di Denner. Per questo motivo i prodotti IP-SUISSE ed enerBIO sono stati messi a disposizione dei mercati Caritas.**

### Hand für Afrika

**Nell'ambito dei lavori di ristrutturazione della sede centrale di Denner a Zurigo sono stati sostituiti numerosi mobili per ufficio. I tavoli e i sideboard non più utilizzati hanno trovato una nuova casa grazie alla collaborazione con l'organizzazione «Hand für Afrika». Nella città senegalese di Thiès, la nuova università è stata dotata di tavoli e sideboard ancora impeccabili. Denner non solo ha donato i mobili per l'ufficio, ma ha anche pagato le spese di trasporto. Per garantire che i container potessero essere riempiti in modo ottimale con i mobili per il trasporto in Senegal, Denner ha lanciato un appello per le donazioni tra il suo personale amministrativo ed è stato in grado di fornire all'organizzazione «Hand for Africa», oltre ai mobili per l'ufficio, anche altro, come abbigliamento e materiale scolastico. Oltre alle donazioni materiali, Denner ha sostenuto «Hand für Afrika» con altri 5000 franchi, che saranno utilizzati per un altro progetto scolastico in Senegal.**



**Dare nuova vita ai mobili per ufficio ben conservati. L'attrezzatura per l'ufficio è andata dalla Grubenstrasse direttamente in Africa nelle scuole.**

**Indicatori**

**Partner commerciali**

IP-SUISSE  
WWF

**Certificato di prova**  
**In merito a**  
**questo rapporto**

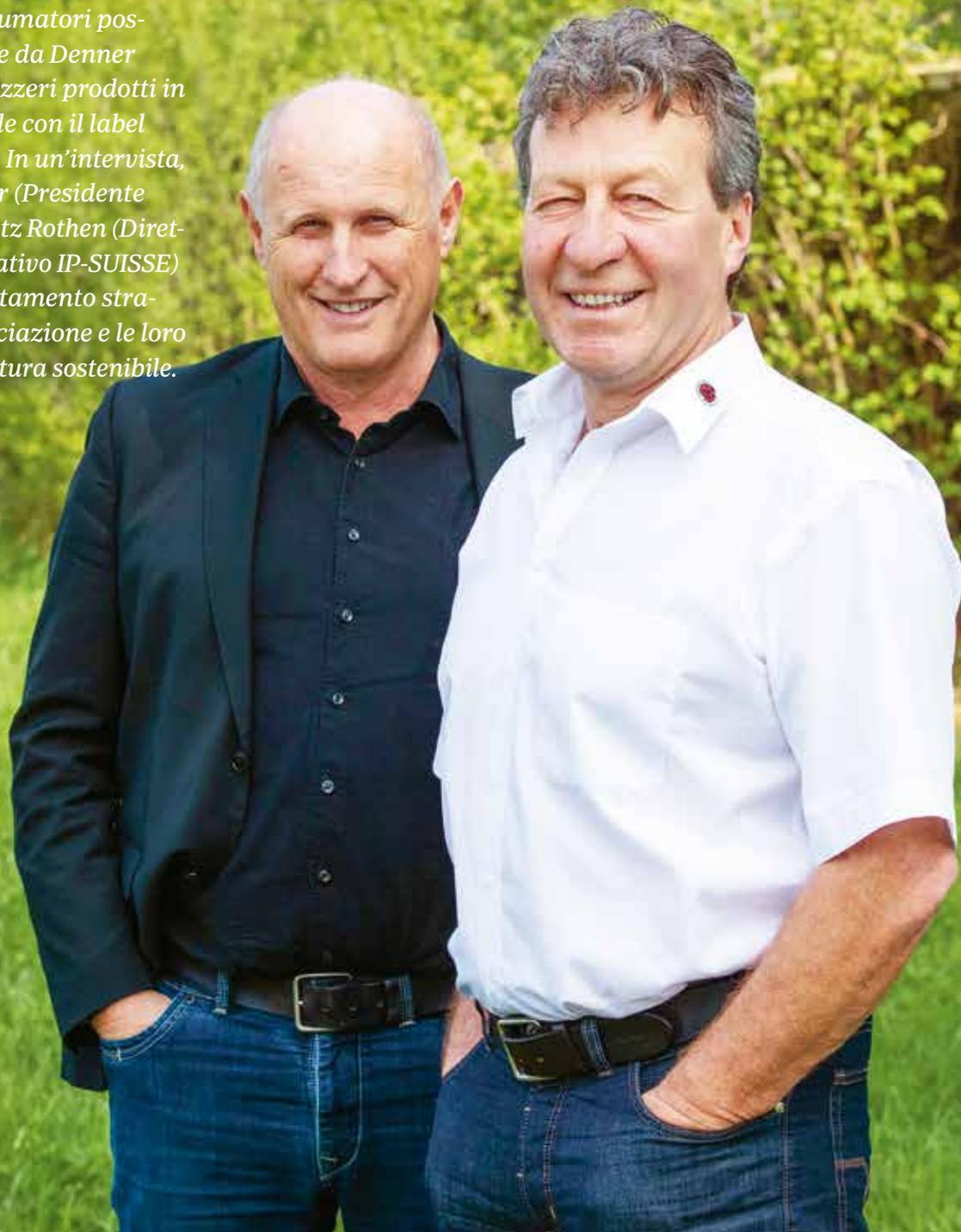
**Tavola dei**  
**contenuti GRI**



PARTNER: IP-SUISSE

## ***La coccinella vola alta***

*Il numero di prodotti IP-SUISSE nei punti vendita Denner aumenta ogni anno. Nell'anno in esame i consumatori possono già trovare da Denner 138 alimenti svizzeri prodotti in modo sostenibile con il label della coccinella. In un'intervista, Andreas Stalder (Presidente IP-SUISSE) e Fritz Rothen (Direttore amministrativo IP-SUISSE) rivelano l'orientamento strategico dell'associazione e le loro idee sull'agricoltura sostenibile.*



**Il partenariato con Denner è in corso da quattro anni e il numero di prodotti nei negozi è nel frattempo quasi triplicato. Soddisfatti dei risultati ottenuti finora?**

**Andreas Stalder:** Molto! La collaborazione con Denner è stata per noi un colpo di fortuna e ci ha aperto le porte ad altre collaborazioni. Negli ultimi anni, l'onda verde della sostenibilità ha travolto la Svizzera. IP-SUISSE ha seguito questa strada fin dalla sua fondazione, è ben posizionata e pronta ad affrontare le sfide che ci attendono.

**Ciononostante, molti membri di IP-SUISSE hanno inizialmente valutato in modo critico la collaborazione con Denner.**

**Fritz Rothen:** Questo è vero, ma è anche comprensibile. Molte persone non hanno vissuto in prima persona il cambiamento di Denner negli ultimi anni e non conoscevano bene l'azienda. L'immagine del discount come fornitore a basso costo è stata fortemente impressa nella mente delle persone, ma Denner è un fornitore locale per le esigenze quotidiane che non solo offre buoni prodotti a basso prezzo, ma vuole anche rendere i prodotti ottenuti in modo sostenibile alla portata di tutti. La nostra partnership è nata da questo obiettivo comune e la crescente domanda nei negozi Denner dimostra che i clienti apprezzano i prodotti IP-SUISSE.

**E dopo quattro anni, l'accettazione è ora anche tra i membri di IP-SUISSE?**

**Fritz Rothen:** (ride) Certo! Numerosi membri fanno ora regolarmente acquisti nei negozi Denner e sono orgogliosi di trovare ogni volta i numerosi prodotti IP-SUISSE sugli scaffali.

**Andreas Stalder:** La coccinella è volata nelle filiali di Denner e ci ha portato fortuna!

**La coccinella esiste da 30 anni e l'organizzazione lavora per l'ambiente da 30 anni. A cosa si può attribuire il successo di IP-SUISSE?**

**Andreas Stalder:** All'amore per la natura e gli animali. La sostenibilità è una questione di cuore per i produttori di IP-SUISSE. Prendiamo ad esempio la biodiversità. I nostri agricoltori hanno attuato volontariamente il 40 per cento di misure in più del necessario perché sanno quanto sia importante la biodiversità per l'ecosistema. Se siete cresciuti in campagna e avete sperimentato la bellezza della natura, allora sapete quanto sia preziosa e che dovete prendervene cura.

**Fritz Rothen:** A mio parere, questo successo è dovuto anche alla crescente sensibilità dei nostri simili alle questioni ambientali. I consumatori di oggi vogliono sapere da dove vengono i prodotti che finiscono sulla tavola e se il benessere degli animali è stato preso in considerazione.



Sopra: **L'allevamento responsabile degli animali è una priorità assoluta per gli agricoltori IP-SUISSE. Tutti gli animali vivono a contatto con la natura e nel rispetto del loro benessere.**

Le etichette sostenibili come IP-SUISSE sono più richieste che mai perché sono sinonimo di azione responsabile e rispetto per la natura.

**Come pensa che si svilupperà l'agricoltura nei prossimi anni?**

**Andreas Stalder:** Nei prossimi anni, importanti questioni politiche saranno all'ordine del giorno e saranno fondamentali per l'agricoltura. Con la politica agricola del 2022 (PA22+) abbiamo l'opportunità di migliorare la nostra impronta ecologica e allo stesso tempo creare valore aggiunto per l'agricoltura. Continueremo a lavorare per un'agricoltura sostenibile e a guidare l'innovazione. La perseveranza è essenziale se si vuole ottenere un cambiamento.

**Fritz Rothen:** Sono d'accordo. IP-SUISSE ha ottenuto molto negli ultimi anni e si è distinta per innovazione e lungimiranza. E la collaborazione con i partner è importante per sviluppare nuove idee e portare avanti progetti pionieristici.

**Può farci un esempio?**

**Fritz Rothen:** Da 30 anni collaboriamo con la Delley Samen und Pflanzen AG (DSP) per coltivare varietà di grano che siano ben adattate alle condizioni climatiche locali, abbiano una bassa suscettibilità alle malattie e siano di alta qualità. Insieme abbiamo svolto un lavoro pionieristico in questo settore in tutta Europa e abbiamo fornito molte alternative per i cereali svizzeri.

➔ **ULTERIORI INFORMAZIONI SULLA POLITICA AGRICOLA A PARTIRE DAL 2022 (PA22+):**

Scansionare il codice QR



### Ogni pagnotta di pane è pura e buona dall'inizio...

**Fritz Rothen:** Si può dire così. Dal seme al raccolto, il grano viene prodotto in modo sostenibile, perché tutti gli agricoltori IP-SUISSE aderiscono a rigide normative sulla protezione del suolo e delle piante e sulla fertilizzazione. I regolatori della crescita, gli insetticidi e i fungicidi sono vietati. Stiamo lavorando per rendere i cereali IP-SUISSE privi di pesticidi.

### In che modo IP-SUISSE contribuisce a ridurre le emissioni di CO<sub>2</sub>?

**Andreas Stalder:** La riduzione delle emissioni di gas serra è fondamentalmente una delle sfide più importanti del nostro tempo e dovrebbe interessare tutti noi, non solo IP-SUISSE come organizzazione. Con una quota di circa

Sotto: **Con passione e per convinzione. Per l'amore della natura, l'agricoltore di IP-SUISSE Christian Schürch si dedica alla sua vocazione: fare il contadino.**



il 13 per cento, l'agricoltura contribuisce in modo significativo alle emissioni di gas serra (EGS) della Svizzera. Allo stesso tempo, gli agricoltori sono anche direttamente interessati dagli impatti climatici. Abbiamo un obiettivo ambizioso: insieme, vogliamo ridurre le emissioni di gas serra in tutte le nostre aziende del 10 per cento rispetto al punto di partenza del 2016 con misure adeguate e senza ridurre la produzione.

### E come vorrebbe raggiungere questo obiettivo?

**Andreas Stalder:** Negli ultimi quattro anni, le misure per la protezione del clima e delle risorse sono state implementate e valutate in un test pilota su circa 30 aziende agricole IP-SUISSE. Ma la sostenibilità è qualcosa di più di un semplice rispetto per l'ambiente e per gli animali. Gli aspetti dell'efficienza economica e della compatibilità sociale sono altrettanto importanti per la sostenibilità globale delle aziende agricole. Per questo motivo stiamo anche lavorando ad un programma di misure in questo settore con un'istituzione specializzata.

### Il benessere degli animali è una preoccupazione importante per molti consumatori, in particolare l'allevamento intensivo non è più accettato. Cosa fa IP-SUISSE a questo proposito?

**Fritz Rothen:** IP-SUISSE sta facendo molto in questo settore. Per sviluppare e rafforzare la propria credibilità, IP-SUISSE sta intensificando e riorientando i controlli, ad esempio sugli allevatori di suini, con ispezioni senza preavviso da parte della Protezione Svizzera degli Animali a partire dal 2021. Viene aumentata anche la superficie totale minima per suino. Ciò vale per le nuove aziende agricole a partire dal 1.1.2021, ma vale anche per le aziende preesistenti, dove i suini avranno progressivamente più spazio nelle nuove costruzioni e nelle ristrutturazioni.

### Cosa desidera IP-SUISSE per il futuro?

**Fritz Rothen:** Ci auguriamo che Denner continui ad avere successo nel mettere i nostri valori e i nostri prodotti a disposizione di una vasta gamma di clienti, offrendo così ai nostri soci prospettive professionali e un acquirente affidabile per i loro prodotti.

### ➔ VIDEO SUI PRODUTTORI DI IP-SUISSE:

Scansionare il codice QR o cliccare sul link [www.denner.ch/it/ip-suisse](http://www.denner.ch/it/ip-suisse)



PARTNER: WWF

# Sviluppare obiettivi ambientali in un partenariato

*Denner è partner del WWF Svizzera da tre anni. Insieme all'organizzazione ambientalista sono stati sviluppati obiettivi ambientali. Gli obiettivi climatici sono stati riconosciuti dalla Science Based Targets initiative (SBTi). Sylvia Meyer, Senior Manager Sustainable Markets WWF Svizzera, parla in un'intervista della collaborazione con il discount e dell'ulteriore sviluppo dell'azienda.*

## **Denner è uno dei vincitori del rating del commercio al dettaglio del WWF 2019. Questa scalata l'ha sorpresa?**

È uno sviluppo piacevole, ma non inaspettato. Denner ha adottato misure importanti per ottimizzare la gestione della sostenibilità. I brevi processi decisionali e un chiaro impegno da parte della direzione aziendale hanno dato i loro frutti.

## **Il WWF Svizzera ha convinto Denner a fare un passo importante verso la riduzione delle emissioni di CO<sub>2</sub>. Come è nato questo progetto?**

Abbiamo avuto modo di conoscere Denner come un partner dinamico e decisivo. Quindi non avevamo dubbi sul fatto di proporre di sviluppare obiettivi climatici basati a livello scientifico. Il WWF ha dato un piccolo aiuto per l'avvio, Denner ha fatto il resto. Sono lieto che gli obiettivi siano stati accettati dall'indipendente Science Based Targets initiative al primo tentativo. Il team di progetto ha svolto un lavoro sensazionale ed è giustamente un pioniere del settore.

## **Quanto è importante la promozione intrinseca di temi sostenibili in aziende come Denner?**

Il commercio al dettaglio tira i fili: decide il design della gamma di pro-

dotti, le specifiche dei prodotti, i requisiti per i fornitori e la presentazione e la promozione per i clienti. Se questa responsabilità viene percepita come un dovere gravoso, può avere un effetto deprimente. Se viene vista come un'opportunità, è fonte di ispirazione. Abbiamo bisogno di aziende motivate che siano felici di cogliere le opportunità. Altrimenti, la sostenibilità rimane pura gestione del rischio e non è sufficiente.

## **Dove vede i principali problemi di sostenibilità nei prossimi cinque anni?**

Lo sviluppo di obiettivi basati sui limiti della resilienza del pianeta è solo all'inizio. Per quanto il clima sia importante oggi, i temi della biodiversità e dell'acqua saranno altrettanto importanti in futuro. I metodi corrispondenti sono attualmente in fase di sviluppo. Poiché i maggiori impatti ambientali nella vendita al dettaglio di prodotti alimentari si verificano durante la produzione, in futuro dovremo concentrarci ancora di più sulle catene di fornitura. Purtroppo la deforestazione rimane un problema perenne davanti al quale non possiamo chiudere gli occhi. L'offerta di alternative alla carne e di prodotti agricoli più sostenibili rimane importante in Svizzera.



**«Poiché i maggiori impatti ambientali nella vendita al dettaglio di prodotti alimentari si verificano durante la produzione, in futuro dovremo concentrarci ancora di più sulle catene di fornitura.»**

*Sylvia Meyer, Senior Manager Sustainable Markets WWF Svizzera*



### Quali misure sarebbero rilevanti?

Abbiamo offerto dei suggerimenti al settore del commercio al dettaglio – abbiamo bisogno – in linea di massima – di una maggiore trasparenza nelle catene di fornitura e abbiamo bisogno di un fermo impegno per un chiaro miglioramento della produzione. È quindi estremamente gratificante che Denner, in qualità di importante cliente e fornitore, si impegni così chiaramente a favore di una maggiore sostenibilità nella viticoltura svizzera. La biodiversità e l'uso di pesticidi potrebbero essere chiaramente migliorati in questo caso. Il fatto che Denner agisca fuori dagli schemi e si impegni anche a livello internazionale in ambito enologico è coerente.

### Quanto è importante per un'azienda essere socialmente e politicamente attiva?

Per un'azienda ecologicamente responsabile è un obbligo essere socialmente e politicamente attiva. Non è più sufficiente volersi differenziare solo attraverso vari aspetti della sostenibilità. La complessità delle questioni ambientali nelle catene di fornitura globali richiede alle aziende di cercare soluzioni in tutti i settori e le industrie e di realizzare insieme progetti concreti – nelle proprie catene di valore e non solo.

### Che cosa si augura per il futuro da Denner?

Da Denner spero che la voglia di innovare non si esaurisca e per Denner spero che i progetti che ha avviato abbiano successo.

## Codice di condotta per i commercianti di vino svizzeri

*In qualità di uno dei maggiori rivenditori di vino svizzeri, Denner ha una responsabilità particolare nei confronti dei consumatori e dei produttori di vino. Per questo motivo Denner si è posta l'obiettivo di promuovere un'agricoltura rispettosa dell'ambiente in Svizzera e di contribuire attivamente, insieme ai suoi partner commerciali, a ridurre l'impatto ambientale della viticoltura.*

Un effetto a lungo termine può essere ottenuto solo insieme a tutte le parti coinvolte lungo la catena del valore. In una prima fase è stato elaborato un codice di condotta per definire i requisiti di base che i partner commerciali devono soddisfare in materia di gestione aziendale e di tutela dell'ambiente, integrando così l'attuale codice di condotta BSCI, che copre in particolare le questioni sociali. Tutti i fornitori hanno sottoscritto il codice di condotta con il quale Denner si aspetta che anche i suoi partner commerciali facciano le stesse richieste ai loro fornitori nell'ambito delle loro possibilità. Il codice di condotta si basa sulla legislazione svizzera ed è allineato agli standard internazionali come i dieci principi guida del Global Compact delle Nazioni Unite, le Linee guida dell'ONU su affari e diritti umani e le norme fondamentali del lavoro dell'ILO.

**«Con il codice di condotta stiamo creando una comprensione comune della nostra posizione attuale. Si tratta di un presupposto per promuovere la viticoltura sostenibile in Svizzera insieme ai nostri fornitori.»**

*David Jean, Acquisti Vino*



## Gli obiettivi ambientali concordati con il WWF

Tema	Obiettivo	Stato
Pesce e frutti di mare	<b>Dal 2018</b> l'assortimento Denner comprende solo pesce e frutti di mare provenienti da fonti sostenibili. Già oggi l'azienda rinuncia a vendere specie ittiche a rischio di estinzione. <i>Nota:</i> nel 2019, due specie sconsigliate sono state erroneamente introdotte sul mercato. I processi interni sono stati adeguati in modo che in futuro il processo sia ancor più ottimizzato.	
	<b>Entro il 2020</b> , almeno il 70 per cento del pesce selvatico catturato sarà certificato MSC e almeno il 47 per cento del pesce d'allevamento sarà certificato ASC. In totale, questo rappresenta il 62 per cento dell'intero assortimento di pesce.	MSC ASC Totale
Olio di palma	<b>Entro il 2022</b> , nell'intero comparto Food sarà utilizzato solo olio di palma certificato RSPO del livello «Segregated». A causa delle sfide sistemiche, dal 2017 il reporting viene effettuato per il momento in consultazione con il WWF a livello di articolo.	
	<b>Entro il 2020</b> , nel comparto Near Food (cosmetici e detersivi), il 100 per cento dei prodotti sarà a base di olio di palma certificato RSPO, che soddisfa almeno lo standard di qualità Mass Balance.	
	<b>Già oggi</b> Denner, per tutte le marche proprie, garantisce l'utilizzo esclusivo di olio di palma certificato RSPO.	
Prodotti di carta	<b>Entro il 2019</b> , il 100 per cento dei prodotti cartacei (carta igienica, tovaglioli, ecc.) della marca propria Denner sarà realizzato con materiale riciclato o soddisferà i criteri FSC. Questo obiettivo è stato rivisto con il WWF nel 2017.	
	<b>Tutti i prodotti di carta</b> Tutti i prodotti di carta ad uso aziendale (carta da lettere, stampati, ecc.) sono realizzati al 100 per cento con materiale riciclato.	
Surrogati del latte e della carne	Denner continuerà ad ampliare l'offerta di surrogati per offrire ai clienti che evitano consapevolmente i latticini e i prodotti a base di carne una maggiore scelta. <b>Nel 2018</b> sono stati introdotti nell'assortimento standard quattro prodotti di elevata qualità.	
Riduzione della CO <sub>2</sub>	<b>Entro il 2020</b> , Denner rinuncerà ai prodotti importati con il trasporto aereo. Fino ad allora, la percentuale di merci inevitabilmente trasportate per via aerea deve essere ridotta del 25 per cento all'anno. Dal 2017, il reporting viene effettuato in consultazione con il WWF solo per la frutta e la verdura.	
	<b>2017/2018</b> Elaborazione di un piano per ridurre drasticamente le emissioni di CO <sub>2</sub> . <i>Obiettivo raggiunto:</i> Denner e il WWF concordano sul fatto che Denner dovrebbe sottoscrivere la Science Based Targets initiative. Denner ha firmato la lettera d'impegno nel 2018.	



Obiettivo non ancora raggiunto



In corso



Obiettivo superato



Obiettivo raggiunto

# Bilancio di sostenibilità

## Ambiente

	2016	2017	2018	2019
<b>Consumo energia elettrica</b> (in MWh)	72 413	71 208	71 404	72 264
<b>Calore</b> (in MWh)	30 658	29 097	28 987	34 035 <sup>1</sup>
<b>Emissioni di CO<sub>2</sub> da combustibili Logistica</b> (in t) <sup>2</sup>	913	803	551	441
<b>Riduzione CO<sub>2</sub> da combustibili Logistica</b> (in percentuale, base 2010) <sup>2</sup>	27,9	36,6	56,5	65,2
<b>Riduzione CO<sub>2</sub> da impianti di refrigerazione</b> (in t)	40	160	270	310
<b>Efficienza energetica Logistica</b> (in percentuale, base 2013) <sup>2</sup>	109,8	112,1	120,3	133,2
<b>Efficienza energetica Amministrazione</b> (in percentuale, base 2013) <sup>2</sup>	105,6	111,3	112,0	113,0
<b>Consumo di energia filiali</b> (in KWh/m <sup>2</sup> )	320	311	306	307
<b>Corrente ecologica</b> (in percentuale)	100,0	100,0	100,0	100,0
<b>Numero filiali raggiungibili con basso impatto ambientale</b>	809	811	817	821
<b>Trasporti di merci</b> (in km)	8 263 258	8 668 270	9 016 222	9 615 734
<b>Quota trasporti su rotaia</b> (in km) <sup>2</sup>	775 000	871 875	379 080	380 000
<b>Sfruttamento capacità autocarri</b> (in percentuale)	98,0	98,0	95,0	95,0
<b>Trasporti di merci con veicoli conformi alla norma Euro 6</b> (in percentuale)	50,0	60,0	65,4	88,3
<b>Merchi in assortimento trasportate per via aerea</b> (numero articoli) <sup>2/3</sup>	4	4	2	1
<b>Totale rifiuti prodotti</b> (in t)	20 023	21 075	21 584	22 723
<b>Quota valorizzazione materiale</b> (in t)	15 800	16 764	17 409	18 848
<b>Quota di riciclaggio</b> (in percentuale)	78,9	79,5	80,7	83,0
<b>Riciclo materiale d'imballaggio</b> (in t)	14 881	15 217	15 678	15 119
<b>Rifiuti organici</b> (in t)	734	1 310	1 528	2 076
<b>Riciclo materiale d'imballaggio</b> (in t)	0,59	0,60	0,58	0,59

<sup>1</sup> A seguito di un nuovo calcolo di base è cambiato l'indicatore.

<sup>2</sup> A seguito di un nuovo calcolo di base sono cambiati gli indicatori (non solo nell'anno in esame).

<sup>3</sup> L'assortimento comprende frutta e verdura.

## Assortimento

	2016	2017	2018	2019
<b>Quota prodotti con label nell'assortimento di pesce e frutti di mare</b> <sup>4</sup>	48,0%	55,0%	67,0%	74,0%
<b>Quota pesce e frutti di mare provenienti da fonti sostenibili</b>	99,5%	99,2%	100,0%	99,9%
<b>Quota FSC / riciclaggio marche proprie</b>	76,0%	82,0%	93,0%	100,0%

	2016	2017	2018	2019
<b>Olio di palma sostenibile (RSPO) marche proprie</b>	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
<b>Olio di palma sostenibile (RSPO Segregated) marche proprie Food</b>	80,0%	84,0%	86,0%	97,0%
<b>Olio di palma sostenibile (RSPO Mass Balance) marche proprie Near Food</b>	91,0%	91,0%	100,0%	100,0%
<b>Caffè UTZ marche proprie</b>	85,0%	85,0%	100,0%	100,0%
<b>Tè UTZ marche proprie</b>	63,0%	58,0%	81,0%	64,0%
<b>Tavolette di cioccolato UTZ marche proprie</b>	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
<b>Trasparenza nella catena di fornitura (quota amfori-BSCI)</b>	91,0%	91,0%	91,0%	91,0%
<b>Quota fornitori certificati GlobalG.A.P. GRASP</b>	51,0%	47,0% <sup>5</sup>	69,0%	84,0%
<b>Frutta e verdura GlobalG.A.P.</b>	93,0%	95,0%	98,0%	97,0%
<b>Fiori e piante GlobalG.A.P.</b>	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
<b>Prodotti agricoli SwissGAP</b>	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
<b>Fornitori certificati GFSI</b>	97,0%	97,0%	97,0%	97,0%
<b>Nessun uovo da galline allevate in gabbia</b>	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
<b>Quota carne svizzera</b>	84,0%	85,0%	87,0%	86,0%
<b>Carne di coniglio conforme a standard svizzeri di protezione degli animali</b>	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
<b>Numero prodotti con label IP-SUISSE</b>	30	72	90	138 <sup>6</sup>
<b>Numero prodotti con altre label</b>	100	216	305	390

<sup>4</sup> Quota dei prodotti con label nel fatturato dei prodotti venduti.

<sup>5</sup> A seguito di una nuova base di calcolo, la cifra percentuale risulta peggiorata.

<sup>6</sup> Nuovo dal 2019, compresi i prodotti di marca, in precedenza solo marca propria.

## Essere umano

	2016	2017	2018	2019
<b>Numero collaboratori</b> <sup>7</sup>	4570	4817	5072	5285
<b>Numero unità di personale</b> (media annuale)	3458	3703	3900	4071
<b>Salario minimo per collaboratori non qualificati</b> (in CHF) <sup>8</sup>	4025	4025	4025	4025
<b>Numero collaboratori a tempo pieno 100 percento</b> <sup>7</sup>	1999	2171	2272	2151
<b>Numero collaboratori a tempo parziale 80-99 percento</b> <sup>7</sup>	759	811	844	863
<b>Numero collaboratori a tempo parziale &lt; 80 percento</b> <sup>7</sup>	821	849	873	1025
<b>Numero collaboratori con retribuzione oraria</b> <sup>7</sup>	992	986	1081	1246
<b>Fluttuazione</b> (in percentuale)	18,4	17,2	17,8	19,2
<b>Numero quadri</b> <sup>7</sup>	754	774	793	857
<b>Quota femminile tra i quadri</b> (in percentuale)	47,9	51,3	53,8	50,8
<b>Numero candidature ricevute</b>	49 384	46 744	46 759	39 674
<b>Numero partecipanti a percorsi di perfezionamento</b> <sup>9</sup>	4331	3435	4425	4607
<b>Totale giornate di perfezionamento</b> <sup>9</sup>	499	430	461	453,5
<b>Totale giorni di formazione per il perfezionamento</b> (partecipanti x n. giorni) <sup>9</sup>	5077	4646	5600	4892
<b>Numero apprendisti</b> <sup>7</sup>	91	97	105	103
<b>Contributo a fondo di sostegno Engagement</b> (in CHF) <sup>10</sup>	5 700 000	7 000 000	5 100 000	5 600 000
<b>Contributo a Caritas mediante sovvenzioni di prodotti</b> (in CHF) <sup>10</sup>	250 000	250 000	300 000	400 000

<sup>7</sup> Valore al 31.12.2019

<sup>8</sup> Senza impieghi <10 percento e senza lavori con limitazioni fisiche/mentali.

<sup>9</sup> A seguito di un nuovo calcolo di base, in questo caso gli indicatori sono cambiati (non solo nell'anno in esame).

<sup>10</sup> Le cifre sono arrotondate per eccesso o per difetto al centinaio di migliaia successivo.

# Tavola dei contenuti GRI



## GRI 101: Principi 2016

Informazioni generali	GRI	Descrizione	Pagina e note
<b>Profilo organizzazione</b>			
GRI 102: Informazioni generali 2016	102-1	Nome dell'organizzazione	Pag. 76
	102-2	Attività, marchi, prodotti, servizi	Pag. 6
	102-3	Sede principale dell'organizzazione	Pag. 76
	102-4	Sedi operative	Pag. 6
	102-5	Proprietà e forma giuridica	Pag. 76: In merito a questo rapporto
	102-6	Mercati serviti	Pag. 6
	102-7	Dimensioni dell'organizzazione	Pag. 6
	102-8	Informazioni sui dipendenti e altri lavoratori	Pag. 6: Numero di collaboratori 5289, di cui 54 a tempo determinato (esclusi apprendisti), di cui 1628 uomini e 3657 donne. Le informazioni si riferiscono ai collaboratori di Denner SA. Le fluttuazioni di personale sono possibili durante l'attività natalizia a causa dell'aumento delle assunzioni a tempo determinato. Sono esclusi gli autisti che sono imprenditori indipendenti. Stato: 31.12.2019
	102-9	Catena di approvvigionamento	Pag. 10/11
	102-10	Modifiche significative nell'organizzazione e nella catena d'approvvigionamento	Nessuna
	102-11	Principio o approccio prudenziale	Pag. 10/12/16
	102-12	Iniziative esterne	Pag. 20/43/44/47
	102-13	Membri di associazioni	Pag. 8/9
<b>Strategia</b>			
GRI 102: Informazioni generali 2016	102-14	Dichiarazione dell'amministratore delegato o del direttore	Pag. 3: Prefazione Beat Zahnd
<b>Etica e integrità</b>			
GRI 102: Informazioni generali 2016	102-16	Valori, principi, standard e norme comportamentali	Pag. 7
<b>Governance</b>			
GRI 102: Informazioni generali 2016	102-18	Struttura di governo dell'organizzazione	Pag. 6: Riferimento alla versione online dell'organigramma
<b>Coinvolgimento degli stakeholder</b>			
GRI 102: Informazioni generali 2016	102-40	Lista dei gruppi di stakeholder	Pag. 12/13
	102-41	Contratti collettivi	0 per cento dei dipendenti e del personale dipendente che rientra in un contratto collettivo, poiché Denner SA non è affiliata al CCL.
	102-42	Processo di identificazione degli stakeholder	Pag. 12/13
	102-43	Approccio di coinvolgimento degli stakeholder	Pag. 12/13
	102-44	Aspetti chiave emersi	Pag. 16
<b>Indicazioni specifiche del rapporto</b>			
GRI 102: Informazioni generali 2016	102-45	Entità menzionate nel bilancio	Le stesse entità valgono anche per il presente Rapporto di Sostenibilità (822 punti vendita, 1 amministrazione, 5 centrali di distribuzione, oltre 5200 collaboratori).
	102-46	Determinazione del contenuto del rapporto e delimitazione degli argomenti	Pag. 16
	102-47	Elenco delle tematiche materiali	Pag. 16
	102-48	Riformulazione delle informazioni	Non c'è stata una nuova esposizione di informazioni.
	102-49	Cambiamenti nel rapporto di Sostenibilità	Il terzo rapporto è stato costruito nello stesso modo.
	102-50	Periodo di rendicontazione del rapporto di Sostenibilità	Esercizio finanziario 2019: 01.01.2019 – 31.12.2019
	102-51	Data del presente rapporto	Ottobre 2019
	102-52	Ciclo di rendicontazione	Annuale
	102-53	Contatti e indirizzi per domande sul rapporto	Responsabile Sostenibilità, Christopher Rohrer nachhaltigkeit@denner.ch
	102-54	Dichiarazioni sulla rendicontazione secondo gli standard GRI	Il presente rapporto è stato redatto in conformità agli standards GRI: Opzione «Core».
	102-55	Tabella standard GRI	Pag. 72-74
	102-56	Revisione esterna	Tutti gli indicatori a pagina 70/71 sono stati verificati dai revisori esterni. Certificato BDO

## Ambiente

<b>Tematiche materiali</b>	<b>GRI</b>	<b>Descrizione</b>	<b>Pagina e note</b>
<b>Emissioni di gas serra e cambiamento climatico</b>			
GRI 103: Approccio gestionale 2016	103-1	Spiegazione e perimetro delle tematiche materiali	Pag. 16/21
	103-2	Modalità di gestione e sue componenti	Pag. 21/26/32/33
	103-3	Valutazione delle modalità di gestione	Pag. 33/34/70
GRI 305: Emissioni 2016	305-1	Emissioni di gas serra dirette (Scope 1)	Pag. 33/34/70: Vedi 6.2.1 riferimento bilancio CO <sub>2</sub> a) Volume lordo: CO <sub>2</sub> solo da combustibili nel settore della logistica (nel bilancio), dati su CO <sub>2</sub> da combustibili e impianti di refrigerazione nelle filiali e nei veicoli aziendali non sono esaustivi e saranno definitivi entro e non oltre il 2020 b) Gas inclusi nel calcolo: Solo CO <sub>2</sub> c) I combustibili biogenici non sono rilevanti. d) Anno di riferimento 2010 (primo anno di misurazione) e) Fonte: Fattori di emissione dell'Ufficio federale dell'ambiente (UFAM) f) Approccio di consolidamento: Il settore Logistica è controllato al 100 per cento g) Standard usato: GHG Protocol
<b>Efficienza energetica</b>			
GRI 103: Approccio gestionale 2016	103-1	Spiegazione e perimetro delle tematiche materiali	Pag. 16/21
	103-2	Modalità di gestione e sue componenti	Pag. 21/32/33
	103-3	Valutazione delle modalità di gestione	Pag. 33/34/70
GRI 302: Energia 2016	302-3	Intensità dell'energia	Pag. 33/34/70: Il calcolo dell'efficienza energetica si basa sul modello dell'Agenzia per l'energia dell'economia (AEnEC). È calcolato come segue: Efficienza energetica = (GEV + risparmio energetico) / GEV dove il GEV è il consumo energetico totale ponderato. Per calcolare il GEV, il consumo di energia elettrica viene conteggiato due volte, i combustibili fossili una volta, il teleriscaldamento dal KVA per metà e l'energia rinnovabile (= cippato di legno, legname di scarto, biogas ed energia solare) per il 10 per cento. Il consumo energetico al di fuori di Denner SA non è stato preso in considerazione.
<b>Riciclaggio</b>			
GRI 103: Approccio gestionale 2016	103-1	Spiegazione e perimetro delle tematiche materiali	Pag. 16/21
	103-2	Modalità di gestione e sue componenti	Pag. 27/29/30/31
	103-3	Valutazione delle modalità di gestione	Pag. 27/70
GRI 306: Acque reflue e rifiuti 2016	306-2	Rifiuti per tipologia e metodo di smaltimento	Pag. 27/70
<b>Spredo di prodotti alimentari (food waste)</b>			
GRI 103: Approccio gestionale 2016	103-1	Spiegazione e perimetro delle tematiche materiali	Pag. 16/21
	103-2	Modalità di gestione e sue componenti	Pag. 27/28
	103-3	Valutazione delle modalità di gestione	Pag. 27/28
GRI 306: Acque reflue e rifiuti 2016	306-2	Rifiuti per tipologia e metodo di smaltimento	Pag. 27/70
Denner CFC	D1	Quota food waste	Pag. 28/70

# Tavola dei contenuti GRI

## Assortimento

<b>Tematiche materiali</b>	<b>GRI</b>	<b>Descrizione</b>	<b>Pagina e note</b>
<b>Sicurezza qualitativa e produttiva</b>			
GRI 103: Approccio gestionale 2016	103-1	Spiegazione e perimetro delle tematiche materiali	Pag. 16/35
	103-2	Modalità di gestione e sue componenti	Pag. 42
	103-3	Valutazione delle modalità di gestione	Pag. 42/43/44/47
Denner CFC	D2	Percentuale di prodotti con label certificati, quota di richiami di prodotti, dettagli dei risultati dei test Saldo, quota di certificazione GFSI	Pag. 14 Pag. 14/45
<b>Prodotti con label</b>			
GRI 103: Approccio gestionale 2016	103-1	Spiegazione e perimetro delle tematiche materiali	Pag. 16/35
	103-2	Modalità di gestione e sue componenti	Pag. 43/44/45
	103-3	Valutazione delle modalità di gestione	Pag. 14/45/70/71
<b>Buona pratica agraria / Tutela delle risorse</b>			
GRI 103: Approccio gestionale 2016	103-1	Spiegazione e perimetro delle tematiche materiali	Pag. 16/35
	103-2	Modalità di gestione e sue componenti	Pag. 47
	103-3	Valutazione delle modalità di gestione	Pag. 45/47/71
Denner CFC	D3	Numero di prodotti con label di sostenibilità, quota GAP, prodotti con label Seafood, FSC, olio di palma	Pag. 14 Pag. 14/45/71
<b>Benessere degli animali</b>			
GRI 103: Approccio gestionale 2016	103-1	Spiegazione e perimetro delle tematiche materiali	Pag. 16/35
	103-2	Modalità di gestione e sue componenti	Pag. 48
	103-3	Valutazione delle modalità di gestione	Pag. 14/45/47/48/65/66/71
Denner CFC	D4	Percentuale di prodotti a base di carne fresca provenienti dalla Svizzera e dall'estero che rispettano almeno la legislazione svizzera in materia di protezione degli animali	Pag. 45/48/71

## Essere umano

<b>Tematiche materiali</b>	<b>GRI</b>	<b>Descrizione</b>	<b>Pagina e note</b>
<b>Condizione e cultura</b>			
GRI 103: Approccio gestionale 2016	103-1	Spiegazione e perimetro delle tematiche materiali	Pag. 16/49
	103-2	Modalità di gestione e sue componenti	Pag. 7/56/57/58
	103-3	Valutazione delle modalità di gestione	Pag. 56/58/59
Denner CFC	D5	La percentuale dei collaboratori formati in azienda nell'ambito dello stage di conduzione Faro è riportata nelle cifre sotto quota giorni di formazione specializzazione	Pag. 59/60/61/71
<b>Condizioni di assunzione / Salari</b>			
GRI 103: Approccio gestionale 2016	103-1	Spiegazione e perimetro delle tematiche materiali	Pag. 16/49
	103-2	Modalità di gestione e sue componenti	Pag. 57
	103-3	Valutazione delle modalità di gestione	Pag. 57/71
Denner CFC	D6	Salario minimo per dipendenti non qualificati	Pag. 57/71
<b>Formazione e specializzazione</b>			
GRI 103: Approccio gestionale 2016	103-1	Spiegazione e perimetro delle tematiche materiali	Pag. 16/49
	103-2	Modalità di gestione e sue componenti	Pag. 56/60
	103-3	Valutazione delle modalità di gestione	Pag. 56/57/60/61/71
GRI 404: Formazione e specializzazione 2016	404-2	Programmi per il miglioramento delle competenze dei collaboratori e per assistenza transitoria	Pag. 56/57/58/59/60/61
<b>Sicurezza sul lavoro e tutela della salute</b>			
GRI 103: Approccio gestionale 2016	103-1	Spiegazione e perimetro delle tematiche materiali	Pag. 16/49
	103-2	Modalità di gestione e sue componenti	Pag. 61
	103-3	Valutazione delle modalità di gestione	Pag. 61
GRI 403: Sicurezza sul lavoro e tutela della salute 2016	403-1	Rappresentanza dei lavoratori nei comitati formali datore di lavoro e dipendenti per la sicurezza e la tutela della salute sul lavoro	Pag. 61: I collaboratori di Denner SA sono rappresentati in tutti i settori (100 per cento) dalla Commissione del Personale (Peko). La Peko si occupa anche di questioni relative alla sicurezza e discute tali questioni con gli alti dirigenti dell'azienda. Per saperne di più sulla Commissione del Personale nel Rapporto di Sostenibilità 2018, pag. 53.

# Certificato di prova PwC



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

**Editore:**

Denner SA, Grubenstrasse 10, 8045 Zurigo  
Il proprietario di Denner SA è il Gruppo Migros.

Il presente rapporto è stato redatto in conformità agli standards GRI – opzione Core.

**Direzione di progetto:**

Grazia Grassi (responsabile Comunicazione aziendale)

**Responsabilità per i contenuti:**

Christopher Rohrer (responsabile Sostenibilità) e Grazia Grassi

**Redazione:**

Thomas Kaderli, Grazia Grassi e Lucia Bolli  
(Comunicazione aziendale Denner)

**Traduzione:** Giusy Sonia Righetto e Anna Elena Letsch-Mattioli

**Progetto/concezione/illustrazione:**

Isler Tomasi GmbH, Visuelle Kommunikation, Zurigo

**Fotografie:**

Ritratti a tutta pagina: Gian Marco Castelberg/Severin Nowacki  
Altre foto: 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

**Busta:**

Confezione Bastoncini di pesce,  
Greenland Seafood Europe GmbH

**Tiratura:** Versione italiana disponibile solo in formato digitale

**Pubblicazione:** Settembre 2020

**Contatto:**

Denner SA, Comunicazione aziendale  
Grubenstrasse 10, CH-8045 Zurigo, Telefono 044 455 11 11  
[denner.ch](http://denner.ch)



