

Zeitschrift: Energeia : Newsletter de l'Office fédéral de l'énergie
Herausgeber: Office fédéral de l'énergie
Band: - (2016)
Heft: [1]

Artikel: Génération M : une promesse à la Suisse
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-681896>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 14.05.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

GÉNÉRATION M – UNE PROMESSE À LA SUISSE

Prix spécial. Depuis des décennies, l'efficacité énergétique et d'autres thèmes liés au développement durable sont au cœur des préoccupations de Migros. Le jury du Watt d'Or a décidé de décerner un prix spécial 2016 au programme Génération M, dans lequel Migros promet à la génération de demain de réduire sa consommation d'électricité de 10% et ses émissions de gaz à effet de serre de 20% d'ici 2020 par rapport à 2010 (en valeurs absolues).

Gottlieb Duttweiler, fondateur de Migros, était déjà convaincu que les objectifs de son entreprise ne devaient pas se limiter aux aspects économiques, mais que la responsabilité vis-à-vis de la société et de l'environnement devait également y trouver une place. Le développement durable a donc une longue tradition chez Migros, dont le plan d'économies d'énergie établi en 1973, au moment de la crise pétrolière,

demande déjà à chaque entreprise de diminuer tous les mois sa consommation moyenne d'eau et d'énergie par tonne de produit. En 1984, Migros définit ses objectifs dans sa première charte environnementale. Selon Andreas Münch, membre de la Direction générale de la Fédération des coopératives Migros (FCM), le thème de l'efficacité énergétique est plus actuel que jamais. Il explique qu'au lieu d'être

imposées par la hiérarchie, les meilleures idées sont développées conjointement avec les collègues des dix coopératives et les dirigeants des entreprises. Cela prend parfois un peu de temps, mais la mise en œuvre puise ainsi sa force de l'intérieur. Pour Andreas Münch, il est également important de maintenir l'équilibre entre les aspects économiques, écologiques et sociaux.



De gauche à droite:
Marcus Dredge, Andreas
Münch, Andreas Moser

Objectifs ambitieux

Migros dépense actuellement près de 150 millions de francs uniquement pour le courant; sa part dans la consommation suisse totale s'élève ainsi à environ 2%. Les quelque 1,4 million de personnes qui font quotidiennement leurs courses à la Migros ne se rendent certainement pas compte de ces chiffres. Ce qu'elles peuvent en revanche retenir, c'est l'énorme engagement en faveur du développement durable, qui a d'ailleurs valu à Migros d'être qualifiée de détaillant le plus durable au monde par une agence de notation indépendante.

Migros appuie cet engagement sur sa Stratégie climatique et énergétique pour 2020, contraignante pour toutes les entreprises Migros. Dans le cadre de cette stratégie, le commerce de détail via le canal des coopératives s'est fixé l'objectif ambitieux de réduire sa consommation d'électricité de 10% et ses émissions de gaz à effet de serre de 20% entre 2010 et 2020. Le bilan provisoire pour 2014 est positif: par rapport à 2010, la consommation d'électricité a diminué de près de 5% et les émissions de gaz à effet de serre de 15%. Ce résultat est d'autant plus impressionnant que la surface des succursales a augmenté de plus de 5% pendant la même période.

Promesse à la génération de demain

Migros n'entend pas seulement se positionner en tant que modèle, mais communique également à ses clients ses prestations en matière de développement durable. D'où l'initiative Génération M, lancée en 2012, dans laquelle le géant orange formule ses objectifs sous forme de promesses à la génération de demain. Les progrès réalisés dans la mise en œuvre des 60 objectifs répartis dans les cinq domaines consommation, environnement, société, santé et collaborateurs (actuellement environ 97 000) sont éva-

lués deux fois par an et publiés sur Internet. Marcus Dredge, responsable Efficacité énergétique et protection du climat, affirme ne connaître aucune autre entreprise qui se fixe des objectifs aussi ambitieux en matière d'efficacité énergétique par site d'implantation et qui les met en œuvre et les contrôle de manière aussi conséquente que Migros.

Le travail de pionnier est gratifiant

Parfois, il faut se lancer sans pouvoir s'appuyer sur des expériences. Selon Marcus Dredge, Migros a souvent été amenée à accomplir un travail de pionnier dans le cadre de ses projets. En 2006, elle était le premier détaillant d'Europe à équiper toute une succursale avec des LED. D'autres entreprises lui ont ensuite emboîté le pas. Depuis 2013, les LED sont devenues la norme dans les supermarchés Migros et, depuis 2014, elle l'est aussi dans les marchés spécialisés. «Nous sommes également bien partis avec nos succursales Minergie. En outre, Migros est le premier détaillant suisse à équiper, depuis 2011, ses rayons réfrigérés <plus> de portes vitrées, qui permettent une économie d'électricité allant jusqu'à 45%.» Enfin, les succursales neuves ou rénovées sont en règle générale chauffées entièrement grâce à la chaleur perdue et peuvent ainsi renoncer aux combustibles fossiles.

Des toits solaires

C'est également très tôt que Migros a décidé d'utiliser ses nombreux toits pour produire de l'énergie solaire. Ses 45 installations solaires produisaient en 2014 près de 16 000 MWh d'électricité par an, ce qui correspond à la consommation d'environ 3 500 maisons individuelles. Autre première fêtée récemment à Zuzwil (SG): l'inauguration d'une succursale à énergie positive équipée d'un toit solaire dont la production d'énergie est supérieure au besoin annuel moyen de la succursale.

Migros souhaite également optimiser sa consommation d'énergie dans le domaine des transports: aujourd'hui, environ 40% des transports de marchandises sont déjà effectués par rail, ce qui fait du géant orange le principal client de CFF Cargo. Andreas Moser, responsable du projet Efficacité énergétique et protection du climat, explique en outre que Migros est le premier détaillant à investir dans des camions fonctionnant au biogaz. Le choix du modèle le plus adapté à la répartition fine est en cours d'examen. Dans ce contexte, les changements des comportements d'achat doivent également être pris en compte. L'entreprise s'attend à une hausse du nombre de petits ménages désireux de s'approvisionner en produits frais dans leur quartier.

Concurrence saine pour le développement durable

A quelques kilomètres de la nouvelle boulangerie industrielle implantée à Schafisheim par un autre lauréat du Watt d'Or (cf. p. 16), la boulangerie Jowa de Migros construit sa propre installation industrielle à Gränichen, misant également sur le chauffage au bois. «En Suisse, le développement durable est le terrain d'une concurrence saine entre grands distributeurs», explique Marcus Dredge, qui ajoute que la participation d'autres gros consommateurs d'énergie constitue un avantage, car Migros n'est pas en mesure d'atteindre seule les objectifs énergétiques et climatiques de la Suisse.

Migros effectue déjà les premières modélisations afin d'élaborer une vision à long terme pour la période après 2020, toujours en mettant l'accent sur une réduction ambitieuse de sa propre consommation d'énergie et non sur la compensation des émissions de CO₂. Cette politique s'inscrit dans la longue tradition de Migros d'accorder la priorité à l'efficacité énergétique. (bra)