



## Obiettivi pluriennali 2022 – 2026

Per il periodo 2022 – 2026 Transgourmet si è impegnata per la prima volta a raggiungere obiettivi quantitativi di sostenibilità. In tal modo è possibile misurare i progressi raggiunti e sviluppare provvedimenti in modo mirato. L'attenzione si è quindi concentrata su temi specifici in tutti e tre i pilastri della sostenibilità.



Alla scoperta delle nostre azioni  
per una maggiore sostenibilità

# 1° pilastro: Assortimento sostenibile

Puntiamo a ridurre i rischi sociali e ambientali lungo tutta la catena del nostro assortimento, aumentando allo stesso tempo l'offerta di prodotti biologici in modo costante nel rispetto degli animali e di una produzione equa.

In base a un'analisi, tra i nostri gruppi merce particolarmente a rischio e i prodotti di marca propria figurano: carne, uova, latte, frutta e verdura, caffè, cacao, olio di palma, soia (come foraggio), pesce e Seafood, nonché legno e prodotti di carta.

Obiettivi 2022 – 2026	Stato del raggiungimento degli obiettivi 2023	Provvedimenti
Offriamo trasparenza e tracciabilità lungo la catena di fornitura per almeno il 75% (uova: 90%, altro: 75%) delle materie prime critiche utilizzate nelle nostre marche proprie.	<p>37% <b>77%</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Introduzione della nuova direttiva sugli acquisti sostenibili per i fornitori con requisiti specifici per materie prime critiche nei prodotti di marca propria</li> </ul>
Mettiamo in atto standard minimi sostenibili per il 75% delle materie prime critiche utilizzate nelle nostre marche proprie, esclusi carne, latte e uova.	<p>40% <b>77%</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Formazione dei collaboratori sui requisiti rilevanti per il raggiungimento dell'obiettivo</li> <li>• <a href="#">Azione n° 1: ECO-SCORE da Transgourmet: promuoviamo la trasparenza. Sviluppo di informazioni sulla sostenibilità a livello di articoli</a></li> <li>• <a href="#">Azione n° 31: Assortimento Fairtrade: sosteniamo il commercio alimentare equo e solidale</a></li> </ul>
Garantiamo che l'85% delle materie prime critiche, a elevato rischio di deforestazione, utilizzate nelle nostre marche proprie (soia, olio di palma, caffè, cacao, carne, legno e carta) provenga da fonti non soggette a deforestazione e conversione.	<p>47% <b>58%</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Azione n° 23/24: Promuoviamo la pesca e l'acquacoltura sostenibile con prodotti certificati <a href="#">MSC</a> e <a href="#">ASC</a></li> <li>• <a href="#">Azione n° 28: Olio di palma certificato al 100% nelle nostre marche proprie (Food: min. RSPO Segregated, Non-/Near-Food: min. Mass Balance)</a></li> </ul>
Incrementiamo la cifra d'affari legata alla sostenibilità di oltre CHF 150 milioni.	<p><b>133 Mio. CHF</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="#">Azione n° 22: Con l'ampliamento di prodotti biologici, promuoviamo un'agricoltura sostenibile</a></li> </ul>

= Obiettivo nominale 2023

## 2° pilastro: Ambiente e clima

Contribuiamo attivamente alla conservazione delle risorse e dell'energia e al loro efficiente utilizzo. Grazie alle moderne tecnologie, nel trasporto e negli edifici siamo riusciti a risparmiare già molte tonnellate di CO<sub>2e</sub>.

Obiettivi 2022–2026	Stato del raggiungimento degli obiettivi 2023	Provvedimenti
<p>Riduciamo del 10% il consumo energetico specifico (calore ed elettricità) per metro quadrato utilizzato rispetto al 2021.</p>	<p>-4% -4,7%</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="#">Azione n° 6: Ritiriamo la nostra corrente al 100% da fonti energetiche povere di emissioni</a></li> <li>• <a href="#">Azione n° 7: Promuoviamo le energie rinnovabili e utilizziamo la corrente solare</a></li> </ul>
<p>Riduciamo del 21% le emissioni specifiche di CO<sub>2e</sub> per metro quadrato utilizzato rispetto al 2021.</p>	<p>-8,4% -20%</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="#">Azione n° 4: I nostri moderni sistemi di refrigerazione consumano meno elettricità</a></li> <li>• <a href="#">Azione n° 10: Consumiamo meno energia grazie alle lampadine a LED nei nostri mercati</a></li> <li>• <a href="#">Azione n° 18: Offriamo stazioni di ricarica elettriche in 16 ubicazioni in tutta la Svizzera</a></li> <li>• <a href="#">Azione n° 27: Sistema di trasferimento di energia: novità a livello mondiale</a></li> </ul>
<p>Riduciamo del 21% le emissioni specifiche di CO<sub>2e</sub> per tonnellata di merce consegnata rispetto al 2021.</p>	<p>-8,4% -16,5%</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="#">Azione n° 11: Puntiamo su trazioni alternative e ampliamo la nostra flotta di TIR elettrici</a></li> <li>• <a href="#">Azione n° 13: Guidare in modo ecologico – risparmiare carburante grazie all'utilizzo della telemetria</a></li> <li>• <a href="#">Azione n° 21: Con 10 depositi regionali siamo vicini al cliente e risparmiamo così carburante</a></li> </ul>
<p>Il 50% dei nostri fornitori di marche proprie strategicamente importanti ci conferma di adottare obiettivi climatici fondati su dati scientifici.</p>	<p>20% 53%</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="#">Azione n° 2: Riduciamo le nostre emissioni di gas serra a zero netto entro il 2050</a></li> <li>• <a href="#">Coinvolgiamo i nostri partner commerciali, conferendo loro un premio alla sostenibilità:</a></li> </ul>

 = Obiettivo nominale 2023

Obiettivi 2022–2026	Stato del raggiungimento degli obiettivi 2023	Provvedimenti
Manteniamo una percentuale di riciclaggio di materiali pari ad almeno il 75%.	 <p>75% <b>79,2%</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Raccolta mensile dei materiali riciclabili in modo differenziato e separati per ubicazione</li> <li>• Utilizzo parsimonioso delle risorse, promozione del loro riutilizzo tramite una mirata gestione dei rifiuti e un'economia circolare</li> </ul>
Evitiamo gli sprechi alimentari e garantiamo che il 99,5% dei generi alimentari nei nostri formati Food sia destinato al consumo umano.	 <p><b>99,5%</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Controllo della catena del freddo per evitare lo spreco alimentare</li> <li>• Vendita ridotta poco prima della DCM o DC</li> <li>• <a href="#">Azione n° 15: Salviamo il cibo dallo spreco alimentare grazie a una partnership con Tavolino Magico e altre istituzioni</a></li> <li>• Misurare e ridurre gli sprechi alimentari</li> </ul>
Riduciamo del 10% per tonnellata di merce il consumo di plastica degli imballaggi di marca propria rispetto al 2021.	 <p><b>-1%</b> -4%</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verifica di attuali e nuovi imballaggi per i prodotti di marca propria per individuare le possibilità di ottimizzazione ecologica</li> <li>• <a href="#">Azione n° 17: Ogni anno risparmiamo 20 tonnellate di plastica grazie all'utilizzo di stabili supporti laterali</a></li> <li>• Misurazione del consumo annuale di plastica degli imballaggi di marca propria</li> </ul>

 = Obiettivo nominale 2023

### 3° pilastro: Uomo e società

Grazie al nostro impegno nell'ambito della gastronomia, offriamo un contributo a favore di giovani leve qualitativamente forti e, sostenendo progetti sociali, apportiamo un contributo sostenibile alla società. Per tale ragione ci impegniamo attivamente per garantire che siano idonei al mercato del lavoro, sia all'interno che all'esterno e che continuino a esserlo grazie alla sicurezza sul lavoro e alla tutela della salute.

Obiettivi 2022 – 2026	Stato del raggiungimento degli obiettivi 2023	Provvedimenti
<p>Ogni anno offriamo posti di apprendistato ad almeno 80 persone. Dopo aver concluso la formazione il 50% dei nostri apprendisti resta a lavorare nella nostra azienda.</p>	<p>80 98</p> <p>50% 57%</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Condizioni di lavoro e vantaggi attraenti per gli apprendisti</li> <li>• <a href="#">Azione n° 3: Promuoviamo le giovani leve a livello professionale e formiamo circa 100 apprendisti in una formazione orientata alla prassi in 4 diverse professioni</a></li> </ul>
<p>Ogni anno tutti i collaboratori seguono come minimo un programma di formazione o perfezionamento professionale; i collaboratori quadro ne effettuano due.</p>	<p>100%</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ampia offerta di corsi di formazione interni, nonché svariati seminari e programmi di sviluppo</li> <li>• <a href="#">Azione n° 26: Svolgiamo corsi di formazione sui marchi con i nostri collaboratori</a></li> <li>• Sostegno a formazioni e perfezionamenti professionali esterni</li> </ul>
<p>Il 60% delle nostre posizioni quadro viene occupato internamente.</p>	<p>58% 60%</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="#">Azione n° 12: Gestione attiva dei talenti</a></li> </ul>
<p>Raggiungiamo il 100% del personale grazie a programmi e provvedimenti sanitari orientati alle necessità.</p>	<p>100%</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Corsi di ergonomia per i collaboratori dei mercati</li> <li>• Ergonomia sul posto di lavoro, negli uffici (p. es. scrivanie regolabili in altezza)</li> <li>• Campagne di prevenzione su larga scala</li> <li>• Punti chiave per quadrimestre – Sicurezza sul lavoro e protezione della salute</li> <li>• Frutta fresca e bevande per tutti i collaboratori</li> </ul>

= Obiettivo nominale 2023

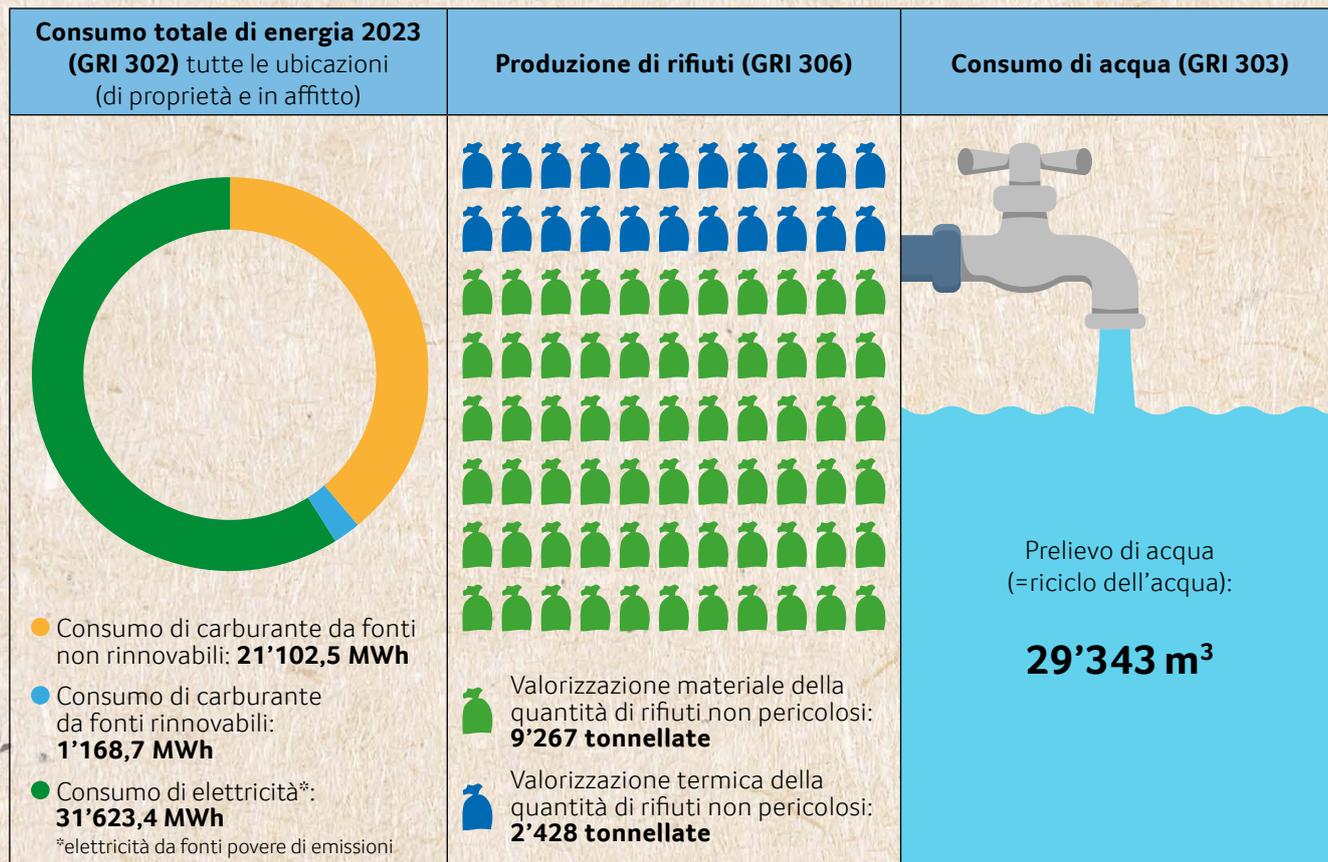
Objectifs 2022 – 2026	Statut de l'atteinte des objectifs 2023	Mesures
<p>Ogni anno mettiamo in atto programmi e iniziative per promuovere un'alimentazione sana / sostenibile.</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="#">Azione n° 19: In qualità di membro del comitato direttivo di UAW, lottiamo contro lo spreco alimentare e sosteniamo il piano d'azione dell'Ufficio federale dell'ambiente (UFAM) per ridurre gli sprechi alimentari.</a></li> <li>• <a href="#">Azione n° 1: ECO-SCORE da Transgourmet: promuoviamo la trasparenza. Sviluppo di informazioni sulla sostenibilità a livello di articoli</a></li> <li>• <a href="#">Azione n° 9: Con Natura offriamo un assortimento biologico accessibile per la gastronomia</a></li> <li>• <a href="#">Azione n° 20: Con Plant-based offriamo oltre 200 prodotti a base vegetale</a></li> </ul>

 = Obiettivo nominale 2023

## Stato effettivo 2023

La redazione del rapporto di sostenibilità è integrata nel rapporto sui progressi della casa madre Coop. Per garantire la trasparenza e una comunicazione aperta con gli stakeholder di Transgourmet Svizzera, pubblichiamo qui di seguito le nostre attuali cifre sulla sostenibilità, facendo riferimento al GRI (Global Reporting Initiative). In tal modo sia clienti, sia fornitori che tutta la comunità sono in grado di valutare meglio i nostri progressi, adottando provvedimenti e decisioni per conto proprio.

### Ambiente e clima



## Emissioni di gas serra

In base al protocollo GHG

Emissioni di CO <sub>2e</sub> in tonnellate	
Emissioni Scope (estensione) 1	5'133
Emissioni Scope (estensione) 2	3
Emissioni Scope (estensione) 3	522'598
<b>Totale</b>	<b>528'251</b>

