

Editoriale

Care socie di Forum elle Care lettrici e cari lettori

Nel 2013 Monika Weber è stata ospite ben dieci volte delle sezioni Forum elle, dove ha presentato la sua relazione su Gottlieb Duttweiler: l'ex consigliera agli Stati ed ex direttrice del dipartimento Educazione e sport difende con fervore i valori del fondatore della Migros. Duttweiler applicò il principio di sostenibilità ben prima che questo concetto venisse ufficializzato nel 1983 dalle Nazioni Unite. Oggi la sostenibilità è sinonimo di una società che persegue obiettivi ecologici, economici e sociali. Con la campagna Generazione M, la Migros fa 50 promesse che dovranno essere mantenute entro il 2020 e che garantiscono una società ecologicamente, socialmente ed economicamente sana. In seno alla Migros diversi esperti si adoperano per la realizzazione di questi intenti. Tra di loro, c'è una donna che lo fa con particolare fervore: si tratta di Cornelia Diethelm, responsabile Sostenibilità, che opera con fascino, impegno e forza di persuasione.

Vi auguriamo una buona lettura e una splendida primavera!



Esther Girsberger
Presidente centrale

esther.girsberger@forum-elle.ch
www.forum-elle.ch

Sommario

02 *Forum*
Dalle sezioni

05 **Incontri**
Intervista a Cornelia
Diethelm, responsabile
Sostenibilità presso
la Migros



11 *In breve*
Segnalazioni

12 *Ritratto*
Monika Weber

14 *Sotto la lente*
E-commerce

18 *Concorso*
E-reader e buoni
in palio
Indirizzi/Impressum

Sezione Lucerna



I cupcake sono nati negli Stati Uniti.

Dolcetti mignon

Giunti da noi un paio d'anni fa dagli Stati Uniti, sono piccoli, dolci, colorati e coronati da un cappuccio cremoso. Chi sono? I cupcake. Si chiamano così perché originariamente venivano preparati nelle tazzine. Nel frattempo, i graziosi bocconcini dolci hanno conquistato anche il nostro Paese. La confettiera e blogger Katharina Steiner ha insegnato alle socie della sezione Lucerna a preparare questi dolcetti, pronti in pochissimo tempo. Una volta sfornati, i cupcake sono stati guarniti e decorati con varie glasse dai colori vivaci. Ovviamente le partecipanti hanno potuto portare a casa le loro opere d'arte.

Tour de Suisse

Sezione Basilea

Balli in linea

La line dance è perfetta per le socie del Forum elle che amano ballare ma che non hanno un partner. In effetti si balla in formazione, su una o più linee. Ai nostri corsi le partecipanti hanno modo d'imparare diverse coreografie piuttosto complicate. Ballano su musiche di vari generi, quali country, cha cha cha, walzer o boogie. Questi balli migliorano la condizione fisica, la coordinazione, la postura e la flessibilità mentale delle ballerine. In gennaio i corsi di



Le socie del Forum elle di Basilea ballano la line dance.

line dance hanno registrato un elevato numero di partecipanti, perciò intendiamo riproporli anche in futuro.

Sezione Soletta

A tutta birra!

Dal 2000 la città di Soletta ha il suo birrificio, l'Öufi. Tre gruppi di donne della sezione hanno visitato la piccola azienda che produce una dissetante bevanda, molto apprezzata nella regione, che viene preparata con acqua di Soletta, luppolo naturale amaro e aromatico di primissima qualità e lievito puro. Le visitatrici hanno trascorso la splendida serata estiva nel giardino del birrificio, spinando e degustando le quattro varietà di birre freschissime.

Sezione Sciaffusa

Gita oltre confine

La visita di un'esposizione di sculture fatte di paglia e la degustazione di prosciutto crudo e pancetta affumicata della Foresta Nera sono state le tappe salienti della gita estiva 2013, che ha portato le partecipanti a Höchenschwand, nel Sud della Foresta Nera, in Germania. Durante il viaggio di ritorno, l'allegria comitiva ha attraversato la Glottertal, conosciuta per la serie televisiva *La clinica della Foresta Nera*, in voga negli anni Ottanta.



Le sculture di paglia mettono in scena il mondo delle favole. Nella foto, la raffigurazione de *Il Tavolino Magico*.

Sezione Zurigo

Tavola condivisa

Mangiare insieme anziché da soli: questo è il senso della Tavolata. Il progetto è stato presentato in ottobre da Robert Sempach, responsabile progetti Salute presso la FCM. Il Percento culturale Migros sostiene la creazione di queste tavolate organizzate con corsi introduttivi e offre il proprio sostegno nella mediazione delle persone interessate. Due donne che hanno organizzato una tavolata hanno raccontato le loro esperienze. www.tavolata.net



Cucinare, mangiare e discutere in compagnia è molto più divertente.

Foto: Tom Haller (editoriale); René Ruis (sommario); iStockphoto, messe a disposizione (sezioni)



Suor Fidelis vive nel convento di Fahr.

Sezione Vaud

Vita da suora

Il convento benedettino barocco di Fahr, dove visse e servì fino alla sua morte, avvenuta nel 2011, la poetessa e religiosa Silja Walter, è un'enclave argoviese nella Limmattal zurighe. La sezione ha fatto visita al convento. Suor Fidelis ha raccontato alle visitatrici la vita quotidiana delle suore. Dopo il pranzo presso il ristorante del convento, il viaggio è proseguito in direzione di Dietikon per visitare il parco dell'artista svizzero Bruno Weber, noto per le sue fantastiche sculture giganti e in parte agibili.

Sezione Alto Vallese

Salute!

Dopo aver seguito un'interessante presentazione al Museo della vigna e del vino di Salgesch sul lavoro dei viticoltori in Vallese, il gruppo ha visitato il rinomato Domaine de l'Enfer, diretto da Diego e Robert Roten, dove per l'aperitivo è stato offerto un bicchiere di vino, accompagnato da uva e formaggio.



Diego Roten del Domaine de l'Enfer di Salgesch.



Per non fare solo castelli in aria: le nostre ipoteche sotto l'1,5%.

Offriamo ipoteche interessanti a condizioni vantaggiose. Sulle abitazioni rinunciamo alla maggiorazione del tasso per le ipoteche di 2° grado. Inoltre potete pagare gli interessi in due sole rate annuali. Maggiori informazioni sulla nostra vasta gamma di servizi bancari nel sito www.bancamigros.ch oppure chiamando la Service Line allo 0848 845 400.

BANCAMIGROS
Perché diversa.

«Spesso la Migros supera se stessa»

Cornelia Diethelm, responsabile Sostenibilità presso la Migros, affronta i temi della nanotecnologia, dei cambiamenti climatici e della tutela del lavoro.

Intervista Esther Girsberger Foto René Ruis

Signora Diethelm, durante una recente riunione ha confessato di voler mangiare solamente pesce proveniente da pesca sostenibile. Consuma spesso pietanze a base di pesce?

Per quanto riguarda il consumo non è cambiato nulla. Ho però eliminato dal mio menu il sushi mangiato fuori casa, perché in genere non sono in grado di dirmi se il pesce proviene da una pesca sostenibile.

Nel suo programma a favore della sostenibilità, Generazione M, la Migros s'impegna entro il 2020 a garantire che l'intera offerta di pesce provenga da fonti sostenibili. In che misura si sta mettendo in pratica la promessa?

Alla fine del 2012 avevamo già raggiunto quota 93 percento, ossia il 6 percento in più rispetto all'anno prima. Un bell'esempio dell' >





Sensazioni ed emozioni a tutto tondo

IL GRUPPO MIBELLE SVILUPPA PRODOTTI PER LA CURA DEL VISO E DEL CORPO CHE RISPONDONO ESATTAMENTE ALLE NECESSITÀ DEI MERCATI. BASANDOSI SEMPRE SULLE SCOPERTE SCIENTIFICHE PIÙ RECENTI. TENENDO SEMPRE PRESENTI I CAMBIAMENTI DEGLI IDEALI DI BELLEZZA, LE TENDENZE SOCIALI E GLI SVILUPPI DEL COMPORTAMENTO DEI CONSUMATORI.

Innovazione anti-età pionieristica di Zoé Revital – efficacia grazie alla comunicazione cellulare

I ricercatori dei laboratori Mibelle Group di Buchs adottano una nuovissima strategia per la rigenerazione basilare della cute: la comunicazione cellulare! Dotate della tecnologia di comunicazione cellulare DermCom, le formule estremamente innovative di Zoé Revital favoriscono la riduzione delle rughe e rafforzano la struttura cutanea, assicurando così una pelle soda e compatta. I cinque nuovi prodotti per la cura del viso di Zoé Revital DermCom sono disponibili in tutte le maggiori filiali Migros.

www.mibellegroup.com



Cornelia Diethelm, responsabile Sostenibilità: «Il sovrasfruttamento dei mari è un tema molto importante, verso il quale, in qualità di maggiore venditore di pesce in Svizzera, ci assumiamo una grande responsabilità.»

intenso lavoro che si cela dietro il passaggio progressivo al pesce sostenibile è il tonno rosa in scatola di marca Migros, per il quale nel 2013 abbiamo optato a favore di un metodo di pesca sostenibile. Ora il pesce viene pescato all'amo e certificato FSC. Inoltre sul posto sosteniamo un centro di formazione e d'incontro per pescatori. La pesca tradizionale e rispettosa del tonno alle Maldive può così essere potenziata offrendo nel contempo migliori prospettive di lavoro ai giovani pescatori.

Entro il 2020 avete intenzione d'introdurre gli elevati requisiti svizzeri in materia di benessere degli animali anche per tutti i prodotti provenienti dall'estero?

Si tratta di un obiettivo molto ambizioso, specie se si considera che la carne è un articolo particolarmente

sensibile al fattore prezzo. Non si tratta solamente di ambiente e di comportamento sociale, ma anche di economicità. Trovare un equilibrio tra tutti gli aspetti della sostenibilità è davvero molto complesso. D'altro canto, il benessere degli animali sta molto a cuore ai consumatori. Per questo motivo imponiamo i medesimi standard per il trattamento degli animali d'allevamento in Svizzera e all'estero. E non solo ai fornitori di prodotti a base di carne, bensì anche quelli di uova e latticini. Si tratta di un approccio molto innovativo.

Secondo quali criteri avete selezionato le 50 promesse della campagna Generazione M?

Da un lato ci siamo chiesti quanto rilevante sia la promessa da un punto di vista contenutistico e in quale misura sia possibile influenzarla. Dall'altro la promessa deve risultare idonea anche in termini di comunicazione. Riprendendo l'esempio della carne, questi criteri sono molto facili da spiegare: il sovrasfruttamento dei mari è un tema molto importante, verso il quale, in qualità di maggiore venditore di pesce in Svizzera, ci assumiamo una grande responsabilità. Nel contempo la pesca è anche un argomento molto emozionale, che ognuno può capire.

I consumatori potrebbero essere sopraffatti dalle molte promesse.

È il caso di dire meglio poche ma buone. All'interno della Migros vi sono però anche altre opinioni che hanno caratterizzato il concetto di comunicazione nella sua fase iniziale. Per fortuna le cose sono cambiate. Dal mio punto di vista l'identificazione con le promesse è maggiore se il numero delle stesse non è eccessivo. Inoltre, il rispetto dei singoli intenti richiede un intenso lavoro. >





Promettiamo a Jay di applicare entro il 2020 gli elevati standard svizzeri relativi al benessere degli animali anche ai nostri prodotti dall'estero.

La Migros s'impegna sin da oggi a favore di un approccio verso gli animali attento al loro benessere e garantisce, in collaborazione con i suoi partner, tra cui la Protezione svizzera degli animali PSA, il rispetto entro il 2020 delle severe direttive svizzere anche all'estero. **Con questa e altre numerose promesse concrete ci impegniamo per la generazione di domani.**

Di più su
generazione-m.ch

GENERAZIONE M

MIGROS
M per il Meglio.

Come ad esempio per ridurre del 10 per cento il consumo di corrente elettrica entro il 2020.

Sarà dura per la Migros rispettare questa promessa.

Sì, perché siamo consapevoli che si tratta di un obiettivo molto ambizioso, raggiungibile solamente con un grande sforzo supplementare. Da modelli di calcolo interni è risultato che è plausibile una riduzione del 9 per cento. Ma noi ci siamo prefissi di arrivare al 10 per cento. E spesso la Migros ottiene risultati migliori del previsto.

Ci sono però altre promesse che aspettano davanti al semaforo arancione anziché verde....

Per fortuna! Non sarebbe molto credibile se in tutti gli ambiti avessimo il via libera. Altrimenti ci potrebbero rimproverare d'aver tenuto volutamente bassa l'asticella e di considerare Generazione M solo una campagna di comunicazione. Il semaforo rosso o arancione è la prova inconfutabile che la Migros si adopera per obiettivi ambiziosi e che comunica apertamente attraverso i suoi progressi.

Le campagne Mania della Migros sono oggetto di continue critiche.

Ma non per una questione di sostenibilità. Si tratta piuttosto dell'aspetto etico, ossia della misura in cui un'azienda fa pubblicità attraverso i bambini. Motivo per cui la Migros ha elaborato alcune direttive per un marketing responsabile. Tuttavia, anche per le campagne Mania ci assumiamo le nostre responsabilità. Ad esempio controlliamo che le soluzioni di trasporto rispettino l'ambiente, un'ovvietà per il nostro lavoro quotidiano. Generazione M è per così dire un surplus.

Come può la clientela Migros essere sicura che le promesse siano veramente controllate?

Dietro ogni promessa si cela un obiettivo che può essere misurato e che viene controllato due volte l'anno. La revisione interna verifica che questo avvenga correttamente. Inoltre, nel corso dell'anno esperti esterni eseguono supervisioni indipendenti, che riguardano ad esempio le condizioni di lavoro. Infine tutti i fornitori sottoscrivono un codice di comportamento, in base al quale devono essere adempiti i nostri obblighi in termini di condizioni di lavoro. Ciò nonostante può accadere che qualcuno non si attenga alle direttive ed è per questo che viene attuato un monitoraggio calibrato ai rischi: a seconda del prodotto e della regione, vengono eseguite delle supervisioni più o meno frequenti. Se intercettiamo abusi o anomalie, reagiamo prendendo i dovuti provvedimenti. Solamente in questo modo possiamo confermare la nostra credibilità. •

Cornelia Diethelm, responsabile Sostenibilità: «Da alcuni modelli di calcolo risulta plausibile una riduzione del consumo di corrente del 9 per cento. Ciò nonostante noi ci siamo prefissi di arrivare al 10 per cento.»



Il nostro manzo irlandese. Sulla sua preparazione si può discutere, ma non sulla sua qualità!



MIGROS Sélection

Ricette invitanti e consigli dei nostri esperti su www.selection.migros.ch

MIGROS
M per il Meglio.

Notizie

Giornata internazionale della donna

Parità dei diritti

In tutto il mondo, l'8 marzo le associazioni femminili festeggiano la Giornata internazionale della donna (International Women's Day), istituita all'epoca della prima guerra mondiale dalle donne in lotta per la parità, le pari opportunità e il diritto di votare e di essere elette. In Svizzera, la Festa della donna sarà celebrata anche quest'anno in varie città, con diverse iniziative di rilievo.

Partecipazione al voto

Donne meno assidue alle urne



Nel 1971, l'anno in cui venne concesso per la prima volta il diritto di voto alle donne, la partecipazione al voto calò dal 65,7 per cento (1967) al 56,9 per cento. All'epoca la differenza tra i due sessi era del 24 per cento, mentre nel 2011 si era ridotta al 5 per cento. La partecipazione alle urne delle donne che all'introduzione del voto femminile avevano più di 20 anni è tuttavia rimasta molto bassa.

Foto: Keystone, Laurent de Senarclens

I 150 anni del Club alpino svizzero

Una donna in vetta



Da 150 anni il CAS lavora affinché gli svizzeri possano godersi le loro belle montagne in tutta sicurezza. Nell'anno del giubileo, per la prima volta il club è presieduto da una donna, la friburghese Françoise Jaquet (foto). Per festeggiare l'evento, fino a dicembre 2014 il Museo alpino di Berna si trasforma in una capanna di montagna ricca di storia. Attraversando la sala comune, la cucina e il dormitorio, l'esposizione racconta ai visitatori la vita e la storia delle capanne del CAS. > www.alpinesmuseum.ch

Rifugiati

Giardinaggio per l'integrazione

L'Aiuto delle chiese evangeliche svizzere HEKS affitta in vari cantoni delle parcelle negli orti familiari pubblici e le mette a disposizione delle donne rifugiate. I lavori di giardinaggio sostengono il processo d'integrazione sociale, permettendo alle donne di occupare le loro giornate in modo utile e di comunicare nella lingua locale.

Women's Expo Switzerland

25.5.2014

Dopo il successo del 2013, anche quest'anno l'associazione Frauenunternehmen ha deciso di organizzare un'esposizione dedicata alla donna, che si svolgerà il 25 maggio 2014 presso la Fiera di Zurigo e darà la possibilità alle imprenditrici di presentare le loro aziende e i loro prodotti.

www.frauenmesse.ch

«A casa si parlava molto del Dutti»

Nel 2013 Gottlieb Duttweiler avrebbe compiuto 125 anni. Monika Weber ha invece spento 70 candeline. La conferenza dell'ex politica sul fondatore della Migros ha entusiasmato i partecipanti.

Testo Esther Girsberger

Lo scorso anno Monika Weber ha tenuto ben 16 conferenze nella Svizzera tedesca e romana su Gottlieb Duttweiler, il fondatore della Migros. Di fronte a tutte le sezioni di Forum elle che l'avevano invitata, la signora Weber ha parlato del suo padre politico adottivo con eleganza, senso dell'umorismo e cognizione di causa. «A casa, in famiglia, si parlava molto del Dutti», racconta l'ex parlamentare federale e consigliera municipale zurighese. «I discorsi erano incentrati sulla sua visione di fornire prodotti di buona qualità a prezzi onesti anche alle famiglie meno abbienti. Ma anche sul suo coraggio di opporsi ai potenti del paese.»

Non stupisce quindi che già all'età di 20 anni Monika Weber si sia schierata con l'Anello degli Indipendenti, il partito fondato proprio da Gottlieb Duttweiler. Partito a cui è rimasta fedele fino al suo scioglimento nel 1999, rifiutando gli inviti delle altre formazioni politiche di aderire ai loro programmi. Fino alle

sue dimissioni da direttrice del dipartimento Educazione e sport della città di Zurigo nel 2006, la Weber ha fatto politica in maniera indipendente da ogni partito.

L'impegno nel volontariato

Le frasi di Gottlieb Duttweiler che sino a oggi hanno segnato la nostra zurighese sono due: «Il più forte c'è per i più deboli» e «La libera volontà è il prezzo della libertà». Anche nei suoi intensi 35 anni di attività politica, Monika Weber si è sempre impegnata nel volontariato. Sia quale presidente del Forum per i consumatori, sia quale relatrice al di fuori dei suoi incarichi politici, la sera, in seno a organizzazioni di pubblica utilità. «Lo Stato non può e non deve farsi carico di tutto. È pertanto oltremodo importante che ci si impegni nel lavoro benevolo», dichiara convinta Monika Weber.

E dopo essersi ritirata dalla scena politica, Monika Weber si è consacrata ancor più al volontariato, accogliendo l'anziana madre in casa e

occupandosi di lei. «Voglio che abbia la possibilità di rimanere a casa fino alla fine.»

Monika Weber ha assunto anche la presidenza del Soccorso d'inverno e della Fondazione Zürcher Kinder- und Jugendheime. Inoltre, è stata presidente della Commissione federale del cinema. L'anno scorso, all'età di 70 anni, Monika ha rinunciato a tutti i mandati, pur continuando ad adoperarsi a favore della filosofa ginevrina Jeanne Hersch, presso la quale aveva studiato in passato. Ha così fondato la Jeanne-Hersch-Gesellschaft, organizzato un circolo letterario e scritto un libro su questa donna contestata, che «non ha avuto vita facile».

Il discorso pubblico politico sta particolarmente a cuore a Monika Weber. Negli incontri tra ex parlamentari non vuole che ci si limiti a bere e a mangiare. «Continuiamo a essere cittadini interessati e vogliamo essere informati». Motivo per cui ha contattato il capo dell'esercito André Blattmann, che ha colto l'invito e ha organizzato un incontro informativo in zona Caserma a Berna.

Anche tenere conferenze sulla politica sociale è sempre piaciuto a Monika Weber. «Durante la mia vita professionale ho tenuto sicuramente in media una cinquantina di conferenze l'anno», afferma. Il ruolo di relatrice sembra non volerlo lasciare neppure oggi, a beneficio della società e anche di Forum elle. L'Alta scuola pedagogica di Zurigo ha altresì ingaggiato la signora Weber come relatrice, con sua grande gioia: «Quest'anno potrò esordire ben tre volte come insegnante e parlare del significato della democrazia». •

Foto: Tanja Demarmels



*Nel 1971, anno in cui fu riconosciuto il diritto di voto alle donne a livello nazionale, **Monika Weber** veniva eletta in seno al Gran Consiglio di Zurigo come rappresentante dell'Anello degli Indipendenti, partito a cui rimase fedele fino al suo scioglimento, nel 1999. Dal 1983 al 1986 Monika Weber ha rivestito la funzione di consigliera nazionale, dopodiché, fino al 1998 ha rappresentato il cantone nelle vesti di consigliera agli Stati. Nubile, dal 1998 al 2006 la Weber ha diretto il dipartimento Educazione e sport della città di Zurigo.*

Acquistare dal salotto di casa

L'e-commerce indica il commercio elettronico. In altre parole, si tratta dell'ordinazione online di prodotti e servizi, una modalità apprezzata soprattutto dalle donne.

Testo Esther Girsberger

L'idea di Gottlieb Duttweiler era semplice e logica: «Vado dove si trova la cliente.» Una visione che concretizzò con i famosi camion di vendita Migros, che portavano la merce nei quartieri dove vivevano le consumatrici. I camion fanno ormai parte del passato, ma l'idea di «recarsi dalla clientela» è più che mai attuale: oggi i clienti ordinano via computer o altri dispositivi mobili quali tablet o smartphone e, se lo desiderano, si fanno recapitare direttamente a domicilio generi alimentari, libri o CD.

Durante il primo semestre del 2013, LeShop.ch, il maggior supermercato online svizzero che fa parte del Gruppo Migros, ha venduto via internet prodotti alimentari per 82 milioni di franchi, per un totale di oltre 330 000 ordinazioni. E questa tendenza è fortemente al rialzo. Rispetto al primo semestre del 2012, i nuovi clienti sono aumentati del 36 per cento.

Il canale elettronico è sempre più gettonato, non solamente per quanto

riguarda le ordinazioni. Permette infatti di ottenere informazioni con facilità e in tempi più brevi rispetto alle filiali. Prendiamo ad esempio la gelatina di mele cotogne: se il raccolto del proprio albero in giardino non è sufficiente o se non si sa come prepararla, basta consultare il sito di LeShop per diventare esperti nell'arte della marmellata. Qui viene spiegato come si raccolgono i frutti, come vanno puliti e come si cucinano.

Informarsi con un clic

Oltre alla descrizione precisa degli ingredienti e alle indicazioni che riguardano i valori nutrizionali – perfettamente leggibili, visto che il testo non è stampato su un'etichetta piccolissima – gli interessati trovano anche le informazioni inerenti la durata di conservazione del prodotto. Le azioni sono presentate in modo chiaro. Lo stesso vale anche per i prezzi dei prodotti, il che non è sempre il caso nei negozi. Tutte queste informazioni creano trasparenza e quindi anche fiducia.



Illustrazioni: Daniel Balzer



Oggi non sono più soltanto i giovani a informarsi e ordinare attraverso il canale elettronico. Il cliente LeShop tipico è donna, esercita una professione, ha figli piccoli e conduce uno stile di vita urbano. Ma sono sempre più numerose anche le ultra 60enni che dispongono di un collegamento internet e che utilizzano la rete a scopo informativo, per poi recarsi nella filiale più vicina a casa, anche soltanto per l'aspetto sociale: in ogni caso sanno già cosa vogliono acquistare.

«Stimiamo che, entro la fine del 2015, il 50 per cento dei nostri clienti ricorrerà alla multicanalità per effettuare i propri acquisti», afferma Dominique Locher, direttore di LeShop, disegnando nel modo seguente la giornata del futuro della famiglia moderna: la prima ordinazione a colazione, perché sono terminati i cereali; giunta al lavoro, la moglie telefona al marito per ricordargli di acquistare i Pampers. E siccome lui non ha né il tempo né la voglia di recarsi alla Migros,

e si sta comunque spostando con i mezzi di trasporto pubblici, passa alla stazione a ritirare la merce ordinata con lo smartphone.

Filiali mobili

Già oggi la Migros dispone di sportelli pick-up e di armadietti a codice presso le stazioni di Zurigo, Berna e Losanna. Grazie al servizio LeShop.ch Rail, il cliente può ordinare gli articoli entro le 10 e ritirarli a partire dalle 16.30 direttamente dall'armadietto o allo sportello. Gli automobilisti scelgono il servizio LeShop.ch Drive. Questa soluzione è utilizzata

soprattutto durante i fine settimana oppure la sera, tornando a casa dopo il lavoro. La merce ordinata viene ritirata come presso un McDrive, senza dover scendere dall'auto.

Libri al telefono

Il concetto *cross-channel*, così viene chiamato questo servizio che permette di ordinare e acquistare la merce attraverso vari canali, viene applicato con grande successo anche da Ex Libris, azienda appartenente al Gruppo Migros. Il cliente può scegliere da casa ciò che desidera tra gli otto milioni di articoli proposti. Le ordinazioni vengono effettuate direttamente per telefono presso una delle 89 filiali attraverso una hotline oppure online tramite computer, tablet o smartphone. In collaborazione con la Samsung, azienda

leader nel settore della tecnica digitale, Ex Libris ha inoltre sviluppato un'app per i televisori Samsung, che permette di ordinare i propri articoli attraverso il ricevitore TV,

utilizzando semplicemente il telecomando. Il cliente deciderà poi se farsi inviare a casa il film desiderato oppure se ritirarlo presso la filiale di sua scelta.

Sono soprattutto le donne che utilizzano con regolarità la hotline per le ordinazioni e in seguito ritirano gli articoli presso la loro filiale. Esse scelgono la hotline per evitare di dover comunicare i loro dati. Anche se la protezione dei dati è una priorità assoluta sia per LeShop.ch sia per Ex Libris: entrambe le aziende non trasmettono alcuna informazione e i dati registrati vengono utilizzati esclusivamente per migliorare la

propria offerta. Anche tra gli scaffali dei negozi le donne sono più numerose rispetto agli uomini. Si lasciano sedurre dagli articoli esposti e chiedono informazioni direttamente sul posto. Gli uomini sono invece tendenzialmente acquirenti mirati, che sanno già cosa vogliono acquistare. Ex Libris pensa di riuscire a superare la soglia del 50 per cento di acquisti online entro la metà del 2014.

Formare il personale

Il 23 per cento della clientela che ordina online attraverso i vari canali si fa inviare gli articoli presso una filiale Ex Libris per poi andare a ritirarli. Anche questa tendenza è in aumento. Il timore per la chiusura dei negozi è quindi ingiustificato. Il futuro per Daniel Röhlin, direttore di Ex Libris, sta piuttosto nella ristrutturazione delle filiali. «Vogliamo dare visibilità al concetto di cross-channel anche presso i nostri negozi, poiché non sottrarrà clienti alle filiali. Al contrario, li farà aumentare». I negozi si ridimensioneranno, ma saranno molto più funzionali e visibili. Una grande sfida consiste nella formazione del personale. I collaboratori devono saper spiegare i diversi canali in modo semplice e comprensibile a tutte le generazioni. «Stiamo già iniziando con la formazione dei nostri venditori. Non vogliamo assolutamente perderli.»

Concorso

Tra tutte le soluzioni corrette verranno sorteggiati:

un e-reader del valore di circa 150 franchi
un buono LeShop del valore di 100 franchi
un buono LeShop del valore di 50 franchi

Ecco le domande:

1. Qual'è la differenza di età tra Monika Weber, ex politica, e Gottlieb Duttweiler?
S 50 anni **T** 55 anni **I** 60 anni
2. Quante promesse ha fatto la Migros nell'ambito della campagna Generazione M (stato a fine 2013)?
I 40 **S** 45 **O** 50
3. Quante sono le filiali Ex Libris (stato a fine 2013)?
E 82 **R** 85 **P** 89

Soluzione

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1	2	3

Termine d'invio/condizioni di partecipazione:

inviate la soluzione via e-mail a info@forum-elle.ch, indicando nome, cognome e indirizzo.

Termine d'invio: 31 maggio 2014

I nomi delle vincitrici saranno pubblicati nel prossimo bollettino.

Le vincitrici saranno sorteggiate e informate per iscritto. Il premio non sarà corrisposto in denaro. Sono escluse le vie legali. Non si tiene alcuna corrispondenza in merito al sorteggio. Chi non è socia di Forum elle non può partecipare al concorso. Troverete la soluzione nella prossima edizione del bollettino Forum elle (settembre 2014).

Concorso Forum elle 2.13
Vincitrice e soluzione

Relax e montagna nei Grigioni



La vincitrice dell'ultimo concorso si chiama Geneviève Repond e vive a Friburgo. Ha vinto un buono per due pernottamenti in camera doppia con prima colazione a

buffet presso l'Hotel Danilo di Savognin, nei Grigioni, e due ingressi per lo stabilimento termale Alvanu Bad.

Valore: 460 franchi.

La soluzione era: LEI

Impressum

Editore Forum elle, www.forum-elle.ch, organo della Migros non statuario, apolitico e aconfessionale

Totale responsabilità dei contenuti

Esther Girsberger, presidente centrale di Forum elle

Concetto e realizzazione

Corporate Publishing, Media Migros, 8005 Zurigo

I nostri prodotti, chi li produce?



Ciò che ci sta più a cuore
lo facciamo noi stessi:
Per questo circa 10'000
dei nostri articoli sono di
nostra produzione.

**NOI FIRMIAMO.
NOI GARANTIAMO.**



MIGROS

M per Momenti unici.