

# Migros sigue abstemio

Autor(en): **Peter, Theodora**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Panorama suizo : revista para los Suizos en el extranjero**

Band (Jahr): **49 (2022)**

Heft 4

PDF erstellt am: **16.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-1052395>

## **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

## **Haftungsausschluss**

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

## Migros sigue abstemio

Los supermercados y restaurantes de Migros seguirán sin ofrecer vino, aguardiente ni cerveza a sus clientes. Casi ocho de cada diez miembros de esta cooperativa se opusieron a la venta de bebidas alcohólicas.

THEODORA PETER

“*Oui ou non?*” Así rezaba la pregunta, ilustrada con dos marcas de cerveza: una con alcohol, la otra, sin. Y el veredicto fue claro. Las diez cooperativas Migros regionales respondieron “non”. Una clara negativa, que en algunos casos llegó al 80 %.

La cifra más baja del “no” se obtuvo en los cantones vitícolas del Valais (60 %), Tesino (55 %), Ginebra (65 %) y Vaud (69 %). A nivel nacional, más de 630 000 personas participaron en la votación: es decir, aproximadamente el 29 % de un total de 2,2 millones de cooperativistas.

### Alcohol en la tienda online

La prohibición de alcohol en los establecimientos del “gigante naranja” – así llamado por su logo en forma de “M” naranja – pronto cumplirá los 95 años. Gottfried Duttweiler (1888-1962), fundador de Migros, mandó plasmar esta prohibición en los estatutos de la cooperativa, en 1928. A pesar de que él bebía vino y fumaba, Duttweiler decidió prescindir de la lucrativa venta de estupefacientes legales en aras de la salud del pueblo. Sin embargo, Migros lleva tiempo eludiendo esta prohibición ofreciendo a sus clientes cerveza, vino y aguardiente en su tienda *online*, en los establecimientos *Migrolino* de las estaciones de tren y gasolineras, así como en sus filiales Denner. Y esto no cambiará de cara al futuro.

Esto no impide que las organizaciones de combate a las adicciones, como la Cruz Azul, saluden con alivio y satisfacción el resultado de la votación. Porque bien saben que los alcohólicos arrepentidos corren el riesgo de recaer en su adicción cuando van de compras y se topan con cerveza, aguardiente o vino.



El resultado de la votación pasa a ser una marca: la cerveza sin alcohol “Non” pronto aparecerá en los estantes de Migros. Si hubiera ganado el sí, Migros habría incluido la cerveza con alcohol “Oui” en su oferta de productos. El total de los síes solo ascendió al 24,7 por ciento. Foto ZVG

### Los valores son más importantes que los beneficios

El “Grupo por los valores M” también se comprometió contra la venta de alcohol, en torno a Herbert Bolliger, ex Director de Migros. Este hombre de 69 años se declaró satisfecho con el rotundo “no” de la votación: “Es un mensaje inequívoco de que ciertos valores son más importantes que los beneficios”.

Bolliger afirma que también se puede ganar dinero con bebidas sin alcohol, que además están muy en boga. Ciertamente, las cervezas sin

alcohol están viviendo un auténtico *boom* en Suiza. Con la cerveza “Non”, a partir de 2023 Migros pondrá una nueva marca propia en la parrilla de salida.

Para el actual Director de Migros, Fabrice Zumbunnen, la cuestión del alcohol queda resuelta, al menos “para esta generación”. El debate lo iniciaron hace un año los delegados de la Federación de cooperativas Migros. Quienes apoyaban la venta de vino, cerveza y licores veían esto como una oportunidad para incrementar el volumen de negocios. Pero resultaron ser una clara minoría.