

Voici nos trois objectifs premiers

1. Nous voulons rester le **leader incontesté du commerce de détail suisse**. Dans les autres secteurs d'activité, nous visons un **rôle clé s'agissant des segments concernés**.

Dans la tradition de Gottlieb Duttweiler, nous nous engageons à proposer le meilleur rapport qualité/prix à notre clientèle.

C'est un avantage, pour notre commerce de détail fondé sur les coopératives, d'avoir des pans importants de la chaîne de création de valeur placés sous notre propre contrôle. Dans cet esprit, nous exploitons à cet échelon des entreprises industrielles, des sociétés logistiques et des entreprises de vente au détail.

Nos entreprises industrielles propres remplissent à cet égard un rôle double: le développement et la fabrication de marques propres novatrices présentant une bonne qualité suisse à des prix appropriés ainsi que la vente à des tiers en Suisse et à l'étranger.

Cela nous aidera, notamment dans le commerce de détail fondé sur les coopératives, à nous positionner comme leader en matière de produits et à nous différencier de nos concurrents à long terme.

Les achats à l'échelon international nous permettent de profiter de prix adéquats tout en tenant compte des principes éthiques et écologiques.

2. Nous recherchons systématiquement une **croissance accrue à l'étranger** dans l'intention de consolider également les domaines d'activité existants et le groupe Migros.
3. Nous aspirons à une **croissance rentable** pour le groupe Migros dans son ensemble.

MIGROS



LA STRATÉGIE DU GROUPE MIGROS

Le groupe Migros: une voie commune vers l’avenir

La stratégie de groupe délimite un cadre d’orientation pour les domaines d’activité stratégiques de Migros. A cette stratégie sont liés des accords annuels d’objectifs et des conventions annuelles sur les rôles à remplir dont la direction générale exige la concrétisation.

Le fait de mener des initiatives stratégiques permet en outre d’exploiter des potentiels de plus-value qui ne peuvent se concrétiser que moyennant des efforts communs visant à une intégration.

Cette vision devient réalité:

Migros – vivre mieux au quotidien

Aux yeux de ses clientes et clients, auprès de ses collaboratrices et collaborateurs et dans la collectivité, Migros est reconnue comme **l’entreprise leader en matière de promotion de la qualité de vie.**

Nos produits de consommation et nos prestations couvrent les besoins de la vie quotidienne.

Notre offre s’adresse donc à toutes les couches de population et couvre leurs besoins spécifiques en termes de qualité de vie.

Voici les avantages que nous promettons

Migros est, par excellence, l’entreprise suisse qui s’engage avec enthousiasme pour la **qualité de vie de ses clientes et clients.**

Employeur modèle, nous créons pour nos collaboratrices et collaborateurs des conditions de travail motivantes et stimulantes susceptibles d’attirer les meilleurs éléments.

En tant que gardiens des intérêts de nos coopératrices et coopérateurs, nous nous engageons à créer des valeurs propres à **garantir la pérennité et l’indépendance de Migros.**

Les divers domaines d’activité et unités commerciales stratégiques de Migros sont régis conformément aux principes de l’économie d’entreprise et dans le respect de la plus grande autonomie possible. Des objectifs et des rôles clairs leur sont assignés. Les **potentiels de synergie** entre les entités **du groupe sont exploités.**

Au nom de l’économie de marché et de la libre concurrence, nous favorisons la collaboration directe avec nos fournisseurs. Nous **améliorons constamment nos produits et services** et veillons à ce que les

conditions de travail et de production respectent des normes écologiques et sociales.

Nous favorisons **l’épanouissement de l’individu** dans le sens d’une **incitation à la liberté dans la responsabilité.**

Au travers du Pour-cent culturel, nous ouvrons à la population un large **accès à la culture et à la formation** et donnons aux individus les moyens de prendre une part active aux évolutions culturelles, sociales et économiques de la société.

Nous promovons le **respect de l’environnement** et agissons en précurseurs en la matière.

Voici nos valeurs

Notre identité porte la marque des **idéaux qui fondent la coopérative** – cela nous permet d’utiliser le bénéfice qui n’est pas employé pour consolider l’entreprise à des tâches de promotion de la qualité de vie de notre clientèle, de notre effectif et de la collectivité.

Travailler sur une base coopérative signifie aussi qu’il faut coordonner les nombreux intérêts en présence et en tenir compte – sous cet angle, nous présentons une grande diversité, à l’image de la Suisse et de sa structure fédéraliste fondamentale.

Nous sommes fiers d’être une **entreprise suisse** ancrée dans une tradition et une histoire – parallèlement, nous sommes **ouverts au monde et à sa diversité.**

En tant qu’entreprise, **nous visons le rendement et la productivité**, tout en étant tenus à la promotion du **développement durable.** Cela implique pour nous de trouver un équilibre entre les contingences économiques, écologiques et sociales.

Pour nous, **être crédible** consiste, dans nos relations d’affaires, à se montrer loyal, constant et sérieux, tant au niveau des idées développées qu’à celui du discours tenu et de l’action menée. Nous sommes crédibles dans la mesure où nous contrôlons et faisons contrôler par d’autres la réalisation effective de ce que nous disons. Nous nous montrons ouverts au dialogue à l’intérieur comme à l’extérieur de l’entreprise.

Notre esprit d’ouverture et notre curiosité, nous les vouons à **l’amélioration de la qualité de la vie** de nos clientes et de nos clients. Nous recherchons un contact étroit avec eux; le souci de répondre à leurs besoins est le moteur principal de notre action; cette préoccupation est notre source d’inspiration, et toute notre passion du métier, nous l’utilisons à les surprendre favorablement et à les satisfaire avec des produits et services sans cesse nouveaux.

Avec notre structure organisationnelle, nous soutenons la mise en œuvre de la stratégie

Le groupe Migros est structuré en cinq **domaines d’activité stratégiques (DAS)**: le commerce de détail par le canal des coopératives, le commerce de marchandises, l’industrie et le commerce de gros, les services financiers et les voyages.

A chaque DAS sont assignées, au deuxième niveau de conduite, une ou plusieurs **unités commerciales (UC).**

Tous les DAS et UC sont responsables de leurs résultats.

Par la coordination de nos DAS et UC, nous créons des synergies supplémentaires en termes de coûts et de croissance.

La coordination dans le cadre du commerce de détail coopératif s’opère pour les coopératives Migros par l’intermédiaire du comité Commerce de détail Migros (ADH) au sein duquel chaque responsable de coopérative est représenté.

Et voici notre style de conduite!

Le contenu et la mise en œuvre de nos stratégies ont toujours porté et continueront à porter profondément la marque de nos cadres.

Le fondement de leur action en tant que dirigeants est le cadre normatif de la stratégie de groupe de Migros, à savoir: a) **le partage exemplaire de valeurs communes**, b) l’orientation de l’action en fonction des avantages promis aux groupes auxquels Migros s’adresse, c) la poursuite de notre vision «Migros – vivre mieux au quotidien» ainsi que d) les engagements à atteindre des objectifs convenus – telles sont les tâches premières de nos cadres!

En outre, nous incitons les cadres à mener avec succès leurs affaires, également pour le bien de la collectivité dans son ensemble en faisant montre d’un sens aigu de la **responsabilité entrepreneuriale.** La condition mise à toute carrière au sein du groupe Migros est de promouvoir nos valeurs communes et de montrer l’exemple à cet égard ainsi que de **réfléchir et d’agir dans l’optique du groupe.**

Afin de pouvoir mettre à disposition des dirigeants au profil voulu en nombre suffisant, nous assurons un **développement systématique des cadres quels que soient leurs domaines d’activité**; ce développement tient compte des potentiels et des besoins de chacun ainsi que des nécessités de l’organisation.

Pour renforcer notre identité et notre culture de groupe, nous encourageons les échanges de cadres entre domaines d’activité.