

# Affiliations et partenariats de Migros 2013

---

Migros travaille avec diverses organisations au niveau régional, national, international. La liste ci-après présente les principaux partenariats et affiliations de Migros, ainsi que les objectifs des organisations et la nature de la collaboration avec Migros

» [www.migros.ch/m13](http://www.migros.ch/m13)

## Corporate

En 2006, Migros a adhéré aux dix principes du **Pacte mondial de l'ONU** (UNGC). Par cette adhésion, elle s'est engagée à respecter ces principes et à établir un rapport annuel sur l'état de son engagement. Le présent rapport annuel tient lieu de rapport de suivi tel que défini par le Pacte mondial. Le GRI Content Index renseigne sur la mise en œuvre des dix principes.

Le **Global Social Compliance Programme** (GSCP) est une initiative qui réunit de multiples stakeholders et qui a pour objectif d'établir des équivalences entre les normes et les initiatives existantes dans les domaines de la responsabilité sociale et de la protection environnementale ainsi que de les harmoniser à l'échelle internationale. De plus, le GSCP mise sur la formation et la sensibilisation des fabricants et des fournisseurs. Migros a participé à la fondation de ce programme en 2006. Le GSCP est un système de référence reconnu mondialement en matière de conformité sociale et environnementale. Tous les documents de référence sont disponibles sur le site Internet du GSCP. Le GSCP propose également une plate-forme de discussion neutre destinée aux initiatives, aux entreprises ainsi qu'aux organisations gouvernementales ou non gouvernementales. Migros est représentée au sein du GSCP Board ainsi que dans des groupes de travail.

*Membres du comité : Johann Züblin, chef adjoint Issue Management & développement durable, FCM*

Le réseau suisse **Öbu** de promotion de la gestion d'entreprise responsable est un groupe de réflexion qui se penche sur les thèmes Développement durable et Gestion d'entreprise. Migros y adhère depuis de nombreuses années et participe régulièrement à des événements.

Dans le cadre du partenariat stratégique avec le **WWF Suisse**, Migros s'engage depuis 2009 pour la consommation durable, la protection du climat et la biodiversité. De plus, elle soutient les programmes du WWF destinés aux enfants et aux jeunes. En 2013, des progrès ont été réalisés en matière de réduction d'émissions de CO<sub>2</sub>, de protection des abeilles et de l'élargissement de l'assortiment de produits durables. Une attention toute particulière a été accordée à la sensibilisation des clientes et clients, ainsi que des collaborateurs. De plus, le soutien du programme de formation des enfants et des jeunes du WWF a été consolidé. L'esprit novateur et les effets de ce partenariat ont été récompensés au niveau européen par le Humagora Award.

## Politique économique

Depuis 2006, la **Communauté d'intérêt du commerce de détail suisse** (CI CDS) est engagée dans la représentation des intérêts de la branche auprès du grand public et des acteurs politiques. La CI CDS a pour thèmes principaux : la cherté de la vie en Suisse, la réforme de la T.V.A., l'optimisation des horaires des magasins et la recherche de solutions de partenariat dans les domaines de la sécurité alimentaire, de la circulation des marchandises, des ordures, de l'énergie et du recyclage. Migros est membre fondateur de la CI CDS et est représentée dans plusieurs groupes de travail.

Le **Gruppe Grosser Stromkunden** (GGS) s'engage depuis 2007 pour un approvisionnement sûr en électricité et pour un marché de l'électricité en Suisse orienté vers la concurrence. Le GGS rassemble et défend les intérêts politiques de ses membres et des consommateurs finaux de l'économie en matière d'approvisionnement en électricité auprès du législateur, des autorités, du secteur de l'électricité et du grand public. Migros a créé le GGS en vue de l'ouverture du marché de l'électricité.

*Président : Andreas Münch, membre de la direction générale de la FCM*

L'association **Interessengemeinschaft Erdgasverbraucher** (IG Erdgas) s'engage pour l'ouverture du marché du gaz en Suisse ainsi que pour une concurrence durable. Les membres d'IG Erdgas sont principalement d'importants consommateurs industriels de gaz naturel. La FCM est représentée dans le comité.

La **Communauté d'intérêt pour le secteur agro-alimentaire** (CISA) a été fondée en 2008. Il s'agit d'une vaste plate-forme de groupements paysans, d'organisations de consommateurs, de détaillants et de producteurs de denrées alimentaires. La CISA s'engage pour une agriculture durable et s'intéresse également aux différents scénarios d'ouverture de l'économie agricole et alimentaire suisse. Elle aborde également des thèmes de politique intérieure lorsque ceux-ci jouent un rôle pour la chaîne de création de valeur en vue de la possible ouverture.

La **Communauté d'intérêt pour les produits de montagne suisses** a été fondée en 2004 à l'initiative de Migros et coopère étroitement avec les représentants des zones de montagne. Son objectif est d'assurer des débouchés à long terme pour les produits de ces régions. Avec cette communauté, Migros attribue régulièrement un Prix d'innovation agricole suisse.

En adhérant à la **Stratégie qualité de l'agriculture et de la filière alimentaire suisses**, les représentants de l'économie agricole et alimentaire s'engagent pour des actions et des projets tout au long de la chaîne de création de valeur. Les membres revendiquent une production durable de denrées alimentaires de qualité et respectueuses des animaux. Actuellement, Stratégie qualité aborde la problématique de l'approvisionnement durable des aliments de protéine. Migros est représentée au sein du groupe Stratégie qualité et a signé la charte de qualité.

La **Commission fédérale de la consommation** (CFC) est un organe consultatif du Conseil fédéral et des départements dans les questions traitant de la politique de la consommation. La CFC est composée de représentants des consommateurs, de l'économie et de la science. Migros est représentée dans la commission.

**espace.mobilité** est une communauté d'intérêt rassemblant les grandes entreprises suisses du commerce de détail. Migros en est membre fondateur et participe activement à la recherche de solutions aux problèmes de mobilité que soulève la politique de l'aménagement du territoire, des transports et de l'environnement.

*Président : Markus Neukom, chef Planification Expansion à la FCM*

## Environnement

L'AEnEC (**Agence de l'énergie pour l'économie**) a été fondée en 1999 par plusieurs associations industrielles. Elle encourage les entreprises industrielles, commerciales et de services à réduire leurs émissions de CO<sub>2</sub> et à augmenter leur efficacité en matière d'énergie. En collaboration avec l'AEnEC, Migros s'est engagée volontairement auprès de la Confédération et des cantons à définir des objectifs. La poursuite de ces objectifs fait l'objet d'un suivi annuel. Ces objectifs d'efficacité énergétique et de réduction des émissions de CO<sub>2</sub> sont valables pour tous les magasins Migros et dans toutes les entreprises logistiques et industrielles, pour les bâtiments principaux d'Hotelplan, la Banque Migros, la FCM, pour les grands magasins Globus et Interio ainsi que pour 17 centres de fitness et le parc de véhicules des coopératives Migros. D'ici mi-2014, de nouveaux objectifs seront définis pour la période 2013 – 2020, respectivement 2022. Ces objectifs feront l'objet d'un audit de la Confédération et des cantons.

**Minergie** est un standard de construction destiné aux bâtiments neufs ou rénovés. La marque est soutenue par le monde économique, les cantons et la Confédération. Au centre du label figure le confort d'habitat et de travail pour les usagers du bâtiment. La consommation énergétique spécifique est une valeur de référence permettant de déterminer le degré de qualité requis pour la construction. Migros est membre depuis 2003 et est championne suisse Minergie, car elle a construit le plus de surface de bâtiment selon les normes Minergie en Suisse. Outre cela, elle a largement contribué au développement du standard Minergie pour les surfaces de vente.

L'association **Réseau pour le développement durable** en Suisse a été fondée en 2012 dans le but de promouvoir et de coordonner la construction durable en Suisse. Migros est membre fondateur de cette association. L'adhésion du groupe et sa collaboration active attestent du fort engagement de Migros dans le domaine de la construction durable. Par le biais de cette association, Migros souhaite mettre en contact les différents acteurs de la construction durable. En 2013, l'association a fêté son premier anniversaire en présence de la conseillère fédérale Doris Leuthard.

*Président : Martin Hitz, responsable Construction et immobilier de Migros Suisse orientale.*

En 2010–2012, Migros a soutenu le projet **«Zukunft urbane Mobilität»** en tant qu'un des neuf principaux acteurs. Des idées et des solutions ont été élaborées en faveur de la mobilité dans l'agglomération de Zurich. Un projet pilote de m-way est toujours en cours : avec **«eMOTION Zürich»**, des personnes privées et des entreprises partagent durant un an une voiture électrique et une station de recharge rapide avec d'autres personnes. Le projet est réalisé par m-way et bénéficie du soutien financier de Migros, du TCS, de l'EWZ et de SuisseEnergie.

*Membre du comité de direction : Andreas Münch, membre de la direction générale de la FCM*

Migros s'est associée à des partenaires économiques et des institutions publiques pour soutenir le projet **«Vision Mobilität Schweiz 2050»**. Il s'agit d'une initiative commune de l'Institut de la planification des transports et des systèmes de transport de l'EPF de Zurich et de la chaire de gestion de la logistique de l'université de Saint-Gall. L'objectif est l'élaboration d'une perspective et d'une base de planification aussi vastes qu'approfondies pour le développement à long terme de l'infrastructure des transports en Suisse. Tous les supports de transport sont concernés (route, chemin de fer, transport maritime et aérien), ainsi que tous les types de transport (personnes et marchandises).

Depuis 1998, Migros et **Mobility**, la plus grande entreprise d'autopartage en Suisse, gèrent un programme de partenariat : chaque trajet effectué avec un véhicule de la société Mobility permet d'accumuler des points Cumulus, des transporteurs Mobility sont à disposition dans 6 MParcs et plusieurs entreprises Migros utilisent les voitures Mobility pour leurs déplacements professionnels.

L'association **Velo-Lieferdienste Schweiz** (VLD), créée en juin 2013, s'engage pour la professionnalisation des divers services de livraison en vélo et pour une extension de ce mode de livraison en Suisse. En sa qualité de membre fondateur, Migros assure pendant une durée de quatre ans une aide financière. Près de 25 magasins Migros offrent un service de livraison à domicile en vélo. Ce service a été lancé en mars 2013 à Kirchberg (BE). Dans le magasin Migros de Berthoud, le service de livraison à domicile en vélo a été inauguré en novembre 2013 en collaboration avec la Fondation Intact.

Migros est représentée dans diverses **organisations d'élimination des déchets** : PET Recycling Suisse, la coopérative IGORA pour le recyclage de l'aluminium, FERRO Recycling (boîtes en acier et conserves), la Fondation Suisse pour le recyclage des sources lumineuses et luminaires, l'Organisation d'intérêt pour l'élimination des piles, la Fondation SENS (appareils électriques). Migros s'engage pour des systèmes d'élimination écologiques et économiques, ainsi que pour des taux de recyclage élevés, en assure le financement et participe à diverses activités de communication. En 2013, Migros ainsi que les deux organisations de recyclage PET-Recycling Suisse et IGORA se sont engagées contre l'introduction d'une consigne sur les emballages de boissons. Etant donné que la Suisse atteint d'ores et déjà un taux de recyclage très élevé et qu'elle fait parfaitement le poids face aux pays qui exigent une consigne sur les bouteilles, cette solution coûteuse n'aurait apporté aucun avantage supplémentaire. Bien au contraire : le nombre de points de collecte serait réduit de 90 %, ce qui engendrerait un effet négatif sur le taux de recyclage.

*Membre du comité chez PET : Christine Wiederkehr-Luther, cheffe Ecologie FCM*

La **Fondation Nature & économie** octroie son label de qualité aux entreprises favorisant un aménagement naturel de leur surface. Migros fait partie de la fondation depuis 2005. En collaboration avec la Fondation Nature & Economie, elle a fait une étude en 2013 quant à l'augmentation du potentiel d'espaces naturels sur les sites de son entreprise et de ses loisirs dont elle est propriétaire. Huit sites Migros d'une surface de 700'000 m<sup>2</sup> sont certifiés par la fondation. Jusqu'à fin 2015, Migros souhaite créer 2,5 millions de mètres carrés d'espaces naturels supplémentaires pour la faune et la flore.

Migros est partenaire et sponsor de la **Communauté d'intérêts pour un monde propre** (IGSU), une plate-forme qui combat les déchets sauvages. En 2013, Migros a participé au Forum national de l'IGSU contre les déchets sauvages. A cette occasion, des experts, des représentants des autorités et des personnes du monde politique ont débattu d'éventuelles solutions pour combattre le problème du littering. Migros a également participé à la journée nationale Clean-Up-Day au cours de laquelle les déchets ont été éliminés des places publiques.

## Consommation

La **Business Social Compliance Initiative** (BSCI) a été fondée en 2002 pour améliorer les conditions sociales le long de la chaîne de livraison. Dans ce but, elle a mis en place un code de conduite reconnu à l'échelle internationale. En tant que membre fondateur de la BSCI, Migros exige de tous ses fournisseurs le respect d'exigences sociales de base et leur apporte un soutien dans leur application. Ces dernières années, la BSCI est devenue le standard social le plus important au monde. Dans le cadre du groupe de contact national, Migros s'engage pour la promotion de la BSCI en Suisse. En 2013, la BSCI a publié un code de conduite adapté à la situation actuelle.

*Responsable du groupe de contact en Suisse: Jürg von Niederhäusern, responsable des standards FCM*

**IP-Suisse** est l'association Suisse des paysannes et paysans pratiquant la production intégrée. Migros coopère avec IP-Suisse dans le cadre de son label «TerraSuisse». Les exploitants s'engagent à fournir des services tout en respectant les règles en matière de protection des animaux et de la diversité des espèces. En contrepartie, Migros rétrocède aux agriculteurs d'IP-Suisse une partie du chiffre d'affaires pour le financement de mesures environnementales. En 2013, Migros et les producteurs IP-Suisse ont signé des contrats fermes pour les cinq prochaines années.

**Bio Suisse** est la principale organisation d'agriculture biologique en Suisse. Fondée en 1981, la marque faitière représente les intérêts de ses 5'600 entreprises agricoles et horticoles qui ont le label Bourgeon. Le contrat de licence Bourgeon regroupe 750 exploitations de commerce et de transformation. Afin de garantir le respect des directives Bio Suisse, toutes les exploitations sont régulièrement contrôlées puis certifiées par des organismes indépendants. Depuis 1995, Migros gère son propre label Migros Bio et tous les produits Bio suisses proviennent d'exploitations agricoles qui ont été certifiées selon les directives strictes de Bio Suisse. Chez Migros, l'assortiment de denrées alimentaires Bio comprend plus de 1'000 produits. En 2013, la collaboration avec Bio Suisse s'est intensifiée. Deux événements marketing ont été organisés dans des Marchés Migros avec la participation d'agricultrices de Bio Suisse, par exemple.

Le label de la **Fondation Max Havelaar** (Suisse) est octroyé depuis 1982 à des produits de qualité issus du commerce équitable. Le commerce équitable permet d'améliorer les conditions de vie et de travail des petits cultivateurs et travailleurs des plantations des régions défavorisées. Migros est partenaire de la fondation depuis 1992. Actuellement, l'assortiment de produits Max Havelaar proposé dans les magasins Migros comprend près de 190 produits, un nombre qui ne cesse d'augmenter.

**Utz Certified** est un programme de développement durable pour le café, le cacao et le thé. Ce programme encourage la culture respectueuse de l'homme et de la nature et propose des programmes de formation agricole aux exploitants. Un tel système leur permet de produire de plus grandes quantités à des coûts inférieurs, améliorant ainsi le niveau de vie des communautés agricoles. Tous les agriculteurs sont certifiés par des organismes de contrôle indépendants. En 2010, Migros a été le premier détaillant suisse à remplacer la totalité de son assortiment de café par des produits Utz Certified. Depuis fin 2013, tous les chocolats Frey et toute une série de produits à base de chocolat, comme les barres de céréales et glaces, portent le label Utz Certified. La ligne culte Ice Tea, ainsi que trois produits de la gamme Tea Time sont désormais également certifiés Utz. Migros – pionnière suisse – collabore avec le programme UTZ depuis 2009.

*Membre de l'Utz Standards Committee: Jürg von Niederhäusern, responsable des standards FCM*

Fondée en 2004, la **Round Table on Sustainable Palm Oil** (RSPO) est engagée dans la production durable de l'huile de palme. Migros et le WWF font partie des membres fondateurs de la RSPO. D'ici à fin 2015, Migros s'est fixé comme objectif que l'huile de palme utilisée par la M-Industrie sera remplacée par de l'huile de palme physiquement traçable, durable et issue de plantations certifiées RSPO. Depuis 2013, toutes les margarines Migros sont produites avec de l'huile de palme issue de plantations certifiées RSPO et portent le logo de la palme de la RSPO. Au sein de la RSPO, Migros s'engage pour des directives plus sévères, par exemple pour la protection des marais.

Parmi les membres fondateurs du **Réseau suisse pour le soja**, on compte, outre Migros, le WWF, des importateurs d'aliments pour le bétail, l'Union Suisse des Paysans et IP-Suisse. Ensemble, les membres du réseau ont pour objectif d'augmenter la part du soja durable et sans OGM dans l'alimentation animale en Suisse à 90 % d'ici à 2014. Aujourd'hui, cette part est de 70 %. En 2012, Migros a organisé avec le Réseau suisse pour le soja un événement international sur les défis et les opportunités que représente le soja dans les aliments pour le bétail. A l'échelle internationale, Migros s'engage depuis 2010 dans la **Round Table on Responsible Soy Association**. Ce comité international, qui réunit des distributeurs, fournisseurs et organisations pour la protection de l'environnement, encourage la production durable de soja dans le monde entier.

*Président: Bernhard Kammer, Développement Durabilité et Achats Produits frais/Food FCM*

En 2009, la **Better Cotton Initiative** (BCI) a été fondée entre autres par Migros et le WWF. Cette association se donne pour objectif l'optimisation à long terme de la culture traditionnelle du coton, cela parallèlement aux projets bio. L'objectif est une culture plus durable, respectueuse de l'environnement et qui assure un revenu fixe aux cultivateurs. En tant que membre de cette initiative, Migros s'est engagée à acheter de préférence le coton durable et à faciliter de la sorte l'accès au marché des producteurs affiliés. De plus, Migros s'engage avec un de ses fournisseurs indiens dans un projet concret dans la région du Goujarat, en Inde. Ainsi, elle crée une passerelle avec les producteurs. 175 petits cultivateurs sont formés à des thématiques telles que le traitement des sols, la gestion de l'eau et l'utilisation des pesticides, ainsi qu'aux conditions de travail et bénéficient d'un suivi dans l'application de ces mesures. En 2012, pour la première fois, des produits textiles fabriqués avec du coton de l'initiative Better Cotton ont fait leur entrée dans le canal de distribution de Migros. En raison de l'augmentation des coûts d'approvisionnement, le volume des ventes n'a pas pu être augmenté en 2013 comme initialement prévu.

L'**Aquaculture Stewardship Council** (ASC) a été fondé en 2011 sur l'initiative du WWF, l'objectif étant un élevage responsable des poissons et des fruits de mer. Depuis juin 2011, Migros est partenaire de l'ASC et a été, en 2012, le premier commerce de détail en Suisse à introduire des produits de la pêche certifiés ASC. En 2013, des produits ASC étaient disponibles pour la première fois à la vente au comptoir.

Le **Marine Stewardship Council (MSC)** a été fondé en 1997 par le WWF et par le géant de l'agro-alimentaire Unilever dans le but de trouver une solution au problème mondial de la surpêche. Cette organisation indépendante s'engage pour une pêche durable et responsable. Migros est le plus grand distributeur de poissons et de fruits de mer en Suisse. L'offre de poissons certifiés MSC est élargie en permanence et, en 2013, Migros était le premier commerce de détail du monde à introduire du thon rose en boîte certifié MSC. La part de poissons portant ce label dans l'assortiment des produits de la pêche sauvage était de 46 %.

Depuis 2012, Migros est membre de la fondation **International Pole and Line Foundation (IPNLF)**. Cette fondation promeut la pêche à la canne, une méthode traditionnelle et durable. Cette méthode permet d'éviter d'attraper d'autres espèces, génère de bons revenus et permet de créer des emplois. Migros est le premier commerce de détail au monde à proposer du thon rose en boîte, une espèce pêchée au large des côtes des îles Maldives par des pêcheurs locaux, selon la méthode traditionnelle de la pêche à la canne, et certifiée MSC. Une boîte sur deux consommée en Suisse provient de l'assortiment de Migros. C'est pourquoi, à fin 2013, les marques propres de thon rose en boîte ont entièrement été certifiées Pole&Line, et en partie MSC.

Le programme **Better Work** est une initiative locale créée sur la base du partenariat par l'Organisation internationale du travail (OIT). L'accent est ici porté sur la formation professionnelle et la formation continue à tous les niveaux et sur le soutien individuel des usines dans l'élimination des défaillances. En 2013, deux fournisseurs de Migros de la région stratégique Asie du Sud-Est ont été intégrés au programme. 20 entreprises de fabrication du groupe Migros doivent être intégrées au programme avant la fin 2015.

**GlobalGAP** (Bonnes pratiques agricoles) est un standard international de production agricole. Ce standard comprend des exigences en matière de sécurité des denrées alimentaires, de protection de l'environnement, de sécurité du travail, de santé sur le lieu du travail et de bien-être des animaux. Migros exige de ses fournisseurs en fruits, légumes, fleurs et plantes le respect de GlobalGAP, le SwissGAP pour la Suisse. A l'échelle internationale, Migros s'engage dans les groupes de travail Gestion de l'eau et GRASP (Risk Assessment on Social Practices).

Migros est membre fondateur de la **Global Food Safety Initiative (GFSI)**. L'objectif de la GFSI est l'amélioration de la sécurité alimentaire dans les chaînes de création de valeur, l'harmonisation des systèmes et des standards actuels et la création d'équivalences afin de réduire les contrôles. Chez Migros, la plupart des fournisseurs suisses et étrangers de denrées alimentaires transformées, ainsi que ses propres entreprises industrielles, sont certifiés selon un standard reconnu par la GFSI. Depuis des années, cette exigence est remplie par environ 95 % de ces entreprises.

## Société, santé et collaborateurs

L'Office fédéral de la santé publique a lancé en 2009 **actionsanté**, une initiative s'inscrivant dans le cadre d'un «Programme national pour l'alimentation et l'activité physique». Il s'agit d'une coopération entre la Confédération et l'économie visant à créer les conditions propres à encourager les individus à mener une vie saine. Migros s'engage dans cette initiative depuis 2009 et a formulé des promesses de réduction du sel dans le pain et les produits Convenience, de réduction de la teneur en sucre de ses yogourts et, en 2013, d'une alimentation équilibrée avec des plats Déficit dans la restauration Migros.

La fondation indépendante **aha! Le Centre d'Allergie Suisse** est un centre de compétence dans les domaines de l'allergie fondé en 2000. Avec sa gamme de produits aha!, Migros offre une large palette de plus de 80 produits de consommation quotidienne, tout particulièrement pour les personnes qui présentent une intolérance au lactose et au gluten. L'assortiment des produits aha!, est certifié et contrôlé par un organisme indépendant et élargi en permanence. En 2013, Jowa a été récompensée par l'aha! Award pour sa production de produits alimentaires exempts de gluten.

La **Fondation Offensive Acide Folique Suisse** s'engage en faveur d'une meilleure information en Suisse sur l'importance de la vitamine de la vie, l'acide folique. En 2000, Migros faisait partie des 12 membres fondateurs de l'Offensive Acide Folique. Depuis 2005, Migros vend des produits certifiés Acide folique, lesquels sont actuellement au nombre de 50 (produits Blévita, Farmer, Actilife).

La **Fondation Promotion Santé Suisse** est une institution qui lance, promeut et organise des activités en faveur de la santé. La Fondation Promotion Santé Suisse attribue le label de qualité «Friendly Work Space» pour récompenser les entreprises qui mettent en œuvre des mesures d'optimisation des conditions-cadres au sein de l'entreprise et qui considèrent la gestion de la santé comme une partie intégrante de la gestion de l'entreprise. Six coopératives régionales Migros, deux entreprises industrielles, les deux centres de distribution nationaux, la FCM, ainsi que la caisse de pension Migros arborent déjà le label «Friendly Work Space».

*Membre du comité économique : Hans-Rudolf Castell, chef Human Resources Management du groupe Migros, FCM*

**Pro Juventute** est une organisation à but non lucratif qui s'est fixé comme objectif de soutenir les enfants et les adolescents, ainsi que leurs parents, dans leur développement personnel et social. Migros entretient un partenariat stratégique avec Pro Juventute et le Club Suisse des Parents. Les membres de Famigros, le club familles de Migros, bénéficient d'une réduction de leurs frais d'adhésion annuels au Club Suisse des Parents. Dans le cadre du partenariat avec Pro Juventute, Migros a organisé pour la deuxième fois une action de collecte dans ses magasins. Entre novembre et fin décembre 2013, les clientes et clients ont fait des dons pour un total de CHF 559'515 francs; Migros a doublé ce montant et, en janvier 2014, elle a remis un montant total de CHF 1'119'030 à Pro Juventute.