

Migros et le dialogue

En sa qualité de leader du commerce de détail et de premier employeur privé du pays, Migros entretient des contacts permanents avec de nombreux groupes d'intérêts. Grâce à un dialogue actif avec ses stakeholders, Migros peut déceler les tendances et les préoccupations sociales à un stade précoce et réagir face aux risques.

Qu'il s'agisse de la clientèle, des collaborateurs, des coopérateurs, des fournisseurs, des ONG ou des responsables politiques, le nombre de stakeholders ayant des attentes envers Migros est élevé. Le dialogue avec ces derniers représente donc un élément central de la gestion durable de l'entreprise. A travers ses échanges avec les groupes d'intérêts, Migros fait preuve de responsabilité, entretient une culture d'entreprise ouverte et axée sur la communication et s'engage pour une gestion préventive des risques sociaux. Outre la dimension institutionnelle de cet échange par le biais des magazines vendus aux clients, des partenariats avec des ONG ou l'adhésion à des associations et initiatives, elle entretient le dialogue social avec les principaux groupes d'intérêts portés sur un échange ouvert et équitable.

Vous trouverez ici [http://m14-author.migros-report.namics.com/wp-content/uploads/2015/01/auswahl-mitgliedschaften-und-partnerschaften-der-migros_2014-final.pdf] une liste complète des affiliations et partenariats principaux.

Clients

Les clients constituent le principal groupe d'intérêts de Migros. Chaque année, elle enregistre près de 430 millions de contacts clients à la caisse. La satisfaction du client détermine la réussite à long terme de l'entreprise.

Pour anticiper les attentes de ses clients, Migros se renseigne au préalable en entretenant avec eux un dialogue ouvert. Avec sa presse écrite (Migros Magazine, Cuisine de saison, Vivai), elle touche chaque semaine plus de 3 millions de lecteurs. M-Infoline s'est avéré être un canal efficace pour dialoguer directement avec la clientèle et lui permettre d'exprimer ses avis sur les produits ou de faire part à Migros de ses préoccupations.

L'an dernier, M-Infoline a enregistré près de 142'000 contacts. Les clients ont fait des déclarations particulièrement positives sur le recyclage des bouteilles en plastique et les emballages écologiques. Pour engager un dialogue interactif avec les clients, Migros mise de plus en plus sur les réseaux sociaux tels que Facebook et Twitter. En 2014, ces canaux ont été utilisés pour échanger sur des thèmes tels que le rayon poissonnerie durable et l'interdiction de la viande de cheval. Avec Migipedia, Migros propose aux consommateurs la possibilité unique de contribuer à l'élaboration de son assortiment: les utilisateurs de Migipedia peuvent non seulement donner leur opinion sur les produits sur la plate-forme Internet, mais aussi apporter des suggestions. Depuis la création de Migipedia en 2010, les clients ont participé activement à l'élaboration de l'assortiment de Migros en développant plus de 50 produits ou en proposant des améliorations.

"Migipedia propose à ses utilisateurs diverses possibilités de dialogue et de contact, des informations variées et des divertissements – une possibilité de communication inédite, aussi bien avec l'entreprise qu'entre les clients."

maripac, utilisatrice de Migipedia

Dialogue avec les clients

Dialogue avec les clients par la biais de M-Infoline et Migros Magazine (en milliers)	2010	2011	2012	2013	2014
Demande de la clientèle M-Infoline	165	167	167	145	142
Tirage Migros Magazine ^[1]	2'156	2'163	2'160	2'162	2'173
Nombre de lecteurs de Migros Magazine	3'013	3'066	3'107	3'300	3'158

1 Migros Magazine (allemand), Migros Magazine (français) et Azione (italien)

Collaborateurs

Migros est le plus grand employeur privé de Suisse. Fin 2014, l'entreprise employait 97'456 personnes. En tant qu'employeur modèle, elle crée des conditions de travail motivantes et stimulantes susceptibles d'attirer les meilleurs éléments.

Pour fidéliser les collaborateurs à long terme, elle propose une pléiade de tâches dans des fonctions et des métiers diversifiés. De plus, elle soutient ses collaborateurs à travers une gestion de la santé en entreprise qui promeut l'aptitude au travail, la prévention des cas d'invalidité et l'amélioration de la réinsertion. Elle s'efforce également de faciliter la compatibilité entre vie familiale et vie professionnelle, notamment à travers le temps partiel.

"Migros me soutient en me proposant des conditions de travail progressistes, dont la possibilité de travailler à temps partiel."

Marco Soldera, employé à 80%,
responsable du projet Sécurité au travail et
protection de la santé, EGM

Coopérateurs

En transformant sa société par actions en coopérative en 1941, Gottlieb Duttweiler souhaitait donner l'exemple. En tant que coopérative, Migros est indépendante des intérêts des investisseurs et s'est employée à générer une croissance en harmonie avec la société, pour le bien de tous.

Fin 2014, les dix coopératives régionales Migros rassemblaient en leur sein plus de deux millions de coopérateurs, copropriétaires à part égale de leur coopérative régionale. Lors des votes de la base organisés chaque année, les membres approuvent les comptes annuels, l'utilisation du bénéfice comptable et la décharge des organes. L'élection des organes statutaires a lieu tous les quatre ans. Les membres sont informés régulièrement de l'actualité de leur région par le biais du Migros Magazine et des comités coopératifs.

"Migros est une entreprise extrêmement intéressante et admirable. La réussite économique est la garantie du fort engagement social de Migros."

Fournisseurs

Migros collabore étroitement avec les fournisseurs et les fabricants pour s'assurer que leurs marchandises sont conformes aux standards stricts de qualité et de sécurité en vigueur en Suisse et qu'elles sont produites dans des conditions de travail sûres et socialement responsables.

Elle s'engage ainsi dans divers comités pour le développement de standards sociaux, par exemple dans la Business Social Compliance Initiative (BSCI), et élabore avec ses fournisseurs des solutions visant à améliorer les conditions de travail sur leurs sites.

Migros collabore en outre avec de nombreuses associations. Dans le cadre du label "TerraSuisse", elle travaille par exemple en qualité de partenaire avec IP-Suisse, l'association suisse des agriculteurs pratiquant la production intégrée. Les denrées fournies par ces agriculteurs recèlent une plus-value en termes de bien-être assuré aux animaux et de promotion de la biodiversité. En contrepartie, Migros rétrocède aux agriculteurs d'IP-Suisse une partie du chiffre d'affaires pour le financement de mesures environnementales. En partenariat avec la Protection suisse des animaux (PSA), elle œuvre à l'application des standards suisses relatifs à la protection des animaux à tous les produits étrangers.

"Grâce à notre étroite collaboration sur place, nous avons pu réaliser de grandes avancées dans le domaine de la protection des animaux au cours des deux dernières années."

Ester Boros-Banhalmi, participante et responsable de l'élevage d'animaux vivants dans la société Gallfood, Hongrie

Organisations non gouvernementales (ONG)

Migros entretient des échanges intenses avec de nombreuses organisations non gouvernementales. Son but est de mener un dialogue constructif, de comprendre à temps quels sont les sujets qui les animent et de recueillir des idées intéressantes. En 2014, Migros a discuté entre autres avec WWF Suisse, Greenpeace Suisse, la Déclaration de Berne et l'association United Against Waste.

"Les enfants auront demain la

Ces entretiens ont eu pour thèmes principaux l'approvisionnement en matières premières et produits durables (p. ex. poisson, huile de palme), la protection des abeilles en Suisse, les conditions de travail chez nos fournisseurs au Bangladesh et la réduction des déchets alimentaires. Depuis 2009, Migros et WWF Suisse collaborent dans le cadre d'un partenariat stratégique. Cette collaboration est axée notamment sur la protection du climat, la promotion de produits durables ainsi que la sensibilisation des collaborateurs à une consommation responsable. En 2014, la priorité a été accordée à la sensibilisation des clients aux achats durables, à travers le programme Cumulus Green et le livre de cuisine Gourmet Family. Ces deux projets ont été mis en place avec le WWF. Migros a également soutenu les projets pour les enfants et la jeunesse du WWF.

LES ENFANTS AURONT GAINÉ LA charge de protéger l'environnement. Grâce au soutien de Migros, le WWF peut toucher chaque année plus de 50'000 enfants et jeunes."

Thomas Vellacott, PDG WWF Suisse

Politique

Migros mène un dialogue à plusieurs niveaux avec les responsables politiques. Elle s'engage pour une politique économique, environnementale et alimentaire d'avenir et défend aussi bien ses intérêts que ceux des consommateurs auprès des autorités, des parties et des associations de consommateurs. Elle participe directement au débat politique pour partager ses préoccupations, son savoir-faire et ses connaissances du secteur.

En coopération avec la Communauté d'intérêt du commerce de détail suisse (CI CDS), Migros soutient la révision de la Loi sur la protection de l'environnement. Le renforcement des mesures volontaires prises par le secteur privé en faveur d'une "économie verte", une utilisation mesurée des ressources et le recyclage sont des éléments essentiels du projet de révision actuel. En 2014, Migros a également concentré ses efforts sur la lutte contre les déchets sauvages. En collaboration avec les autorités, Migros Bâle a instauré la campagne "Drecksack" pour promouvoir la bonne élimination des déchets. Avec la CI CDS, elle a mené avec succès la lutte contre l'initiative Gastro, qui aurait entraîné une augmentation des prix des denrées alimentaires suite à une révision du taux de TVA. D'autre part, elle s'est engagée contre les barrières commerciales qui ont poussé les prix à la hausse et pour une harmonisation partielle des horaires d'ouverture des magasins.

"Avec sa campagne pour le développement durable Génération M, Migros montre clairement comment elle met en pratique efficacité énergétique et protection de l'environnement."

Stefan Müller-Altermatt, Conseiller national PDC