

Sponsoring

En 2014, un grand nombre d'événement de sponsoring a fait le bonheur des jeunes et moins jeunes. En même temps, nous avons renforcé les champs thématiques du sponsoring de Migros.

Le sponsoring Migros mobilise

En 2014, le sponsoring de Migros a été placé sous le signe du développement de la stratégie de sponsoring 2015–2019. Celle-ci se base sur les contenus existants et considère le sponsoring avant tout comme une plate-forme pour l'élaboration de scénarios marketing. Les champs thématiques ont été renforcés et se concentreront à l'avenir sur les domaines Lutte suisse, Courses populaires, Festivals et Familles et enfants. Parallèlement au développement de la stratégie, de nombreux événements de sponsoring ont été organisés et ont rassemblé des milliers de visiteurs, toutes générations confondues, et mobilisé toute la Suisse.

14.354 mio. CHF

tel a été le montant consacré en 2014 par Migros aux activités de sponsoring.

Lutte suisse

Depuis 2007, Migros est partenaire de la Fête fédérale de lutte et des jeux alpestres (AFLS). Après d'intenses négociations, nous avons reconduit au cours de l'exercice sous revue la collaboration avec l'AFLS 2016 à Estavayer.

En parallèle, l'engagement pour le "Unspunnen Schwinget", qui a lieu tous les six ans, a été scellé. Migros reste ainsi le principal sponsor de la lutte suisse. 2014 a également eu son lot de compétitions, par exemple lors des fêtes de lutte alpestres du Lac Noir, du Rigi, du Weissenstein et de Schwägalp, ainsi que la journée nationale d'initiation à la lutte suisse pour les enfants.

Courses populaires

En 2014, Migros et SportXX se sont engagés dans un grand nombre de courses sportives importantes dans toutes les régions de Suisse. Ces événements ont mobilisé plus de 230'000 coureurs.

Ainsi la promesse formulée dans le cadre du programme de développement durable Génération M de soutenir chaque année des courses rassemblant au total plus de 200'000 participants a été tenue. Avec l'initiative pour le mouvement "I'M Fit" [<http://www.migros.ch/fr/a-propos-de-migros/sponsoring>], Migros s'engage à promouvoir la course auprès des enfants: 800 classes ont participées aux courses gratuitement.

Festivals

Migros est le principal sponsor des plus grands festivals de musique en plein air de Suisse.

En 2014, une nouvelle zone M-Budget a été présentée lors des grands festivals de Saint-Gall, Frauenfeld, Gurten, Paléo, Heitere et Gampel, qui s'adressent principalement à un jeune public. Les visiteuses et visiteurs ont pu se loger et se restaurer à bas prix, tandis qu'une boutique M-Budget proposait un petit assortiment d'articles pratiques pour le festival. Outre les festivals de musique "classique" en plein air, Migros a soutenu au cours de l'exercice sous revue "Moon & Stars" et "Stars in Town" (entre autres), qui s'adressaient à un public plus âgé, principalement attiré par l'expérience musicale et le cadre de l'événement.

Familles et enfants

En 2014, Migros a soutenu les familles et les enfants avec une offre de loisirs riche et variée pour encourager une organisation des loisirs active et diversifiée.

Cette offre comprend entre autres le traditionnel [Grand Prix Migros \[http://www.gp-migros.ch/fr/accueil.html\]](http://www.gp-migros.ch/fr/accueil.html), la plus grande compétition de ski d'Europe pour enfants, les [Festivals pour enfants Lilibiggs \[http://www.lilibiggs-festivalspourenfants.ch/\]](http://www.lilibiggs-festivalspourenfants.ch/) avec des campings familiaux et les [manifestations slowUp \[http://www.slowup.ch/f/index.html\]](http://www.slowup.ch/f/index.html) pour profiter de routes sans voitures. Migros et SportXX s'engagent depuis de nombreuses années en tant que principaux sponsors nationaux pour les journées slowUp, organisées sur environ vingt dimanches et qui attirent plus de 400'000 participants. Au cours de l'exercice sous revue, la promesse de Génération M de faire de Migros le principal sponsor des journées slowUp d'ici 2017 a été tenue.

"Nous promettons à Emma de nous engager d'ici 2017 comme principal sponsor national de slowUp pour rendre possible 40 millions de kilomètres sans voitures."

Promesse de Generation M