

# Santé

---

Migros soutient ses clientes et clients dans l'adoption d'un style de vie actif, sain et empreint de plaisir. En 2014, elle s'est tout particulièrement engagée pour une amélioration de la composition de ses produits tout en élargissant l'offre pour les personnes aux besoins spécifiques.

Chez Migros, le thème de la santé publique s'inscrit dans une longue tradition. Le fondateur de Migros, Gottlieb Duttweiler, faisait déjà la promotion des aliments sains et s'efforçait de développer une offre de loisirs et d'activités de détente pour ses compatriotes. La santé demeure une promesse de qualité importante du groupe Migros envers ses clientes et clients. Outre l'amélioration constante de ses produits, le groupe mise sur des offres et projets qui permettent aux jeunes et moins jeunes d'approfondir leur éducation en matière de santé et d'accroître leur activité physique.

---

L'objectif de Migros est de fabriquer d'ici 2019 plus de 150 produits avec une teneur réduite en sucre, en sel et en graisses.

---

Pour se positionner comme une entreprise qui promeut la santé à tous les niveaux, Migros a décidé en 2014 d'intensifier son soutien au domaine santé au sein de l'entreprise dès 2015, tout particulièrement dans les domaines de la médecine, de l'alimentation, de l'activité physique, du bien-être et de la détente. Le programme de santé a pour objectif de promouvoir le bien-être physique, mental et social ainsi que les connaissances en matière de santé de la population suisse.

## Moins, c'est mieux – recettes améliorées

Le sel, les graisses et le sucre jouent un rôle important dans les aliments. Mais notre consommation en est souvent excessive, avec pour conséquence des maladies cardiovasculaires et des problèmes de surpoids. En 2014, Migros s'est donc fixé pour objectif de contrôler son offre d'aliments selon des critères nutritionnels et de procéder à des améliorations. La priorité a été accordée au sel, aux graisses, au sucre, aux fibres alimentaires et aux protéines. L'objectif est de fabriquer d'ici 2019 plus de 150 produits avec une teneur réduite en sucre, en sel et en graisses, mais plus élevée en fibres alimentaires et en protéines.

Au cours de l'exercice sous revue, Migros a fixé des standards pour la composition de 20 groupes d'aliments tels que les céréales de petit-déjeuner ou les plats préparés. Ces standards s'appliqueront également aux nouveaux produits. Chaque standard définit des valeurs cibles, une plage de tolérance et les mesures à prendre pour les nutriments mentionnés dans chaque catégorie de produits. A ce jour, Migros a analysé plus de 1400 produits Migros et identifié des mesures à prendre pour près de 150 articles. Au cours des prochaines années, la composition de ces produits sera améliorée progressivement. 100 produits ont déjà été optimisés à la fin 2014.

---

100 produits ont déjà été optimisés à la fin 2014.

---

Les nouvelles directives sur les valeurs nutritionnelles de Migros, développées en collaboration avec la Haute école des sciences appliquées de Zurich (Zürcher Fachhochschule für Angewandte Wissenschaften – ZHAW) à Wädenswil, serviront de base pour l'amélioration des recettes. Ces directives tiennent compte des dernières recommandations nationales et internationales en matière d'alimentation. En même temps, les modalités techniques de ces ajustements ont été contrôlées en collaboration avec M-Industrie.

## Développement de l'assortiment pour personnes allergiques

En Suisse, près de 2 millions de personnes sont touchées par des allergies alimentaires et un grand nombre d'entre elles souffrent d'intolérances alimentaires. Les personnes concernées sont souvent limitées lors des repas pris à l'extérieur.

Avec les produits aha!, Migros propose un vaste assortiment pour les personnes allergiques contenant des produits laitiers, du pain, des pâtes, des céréales, des en-cas et des produits cosmétiques. Celui-ci est contrôlé par l'organisme de certification indépendant Service Allergie Suisse SAS et soumis à des contrôles réguliers. Désormais, plus de 90

---

2 millions

---

de personnes sont touchées par des allergies alimentaires.

produits alimentaires et cosmétiques portent le label de qualité aha!. La demande en produits sans gluten et sans lactose augmente en permanence. L'objectif de Migros d'ici 2016 est d'élargir encore de 30% l'assortiment de produits pour personnes allergiques afin de répondre à cette demande croissante.

Depuis octobre 2014, Migros propose des produits certifiés du label Migros aha! dans près de 40 restaurants et Take Away Migros sélectionnés. Les clientes et clients peuvent choisir entre des menus, sandwiches, petits pains, gâteaux, muesli, sauces de salade et lait pour café sans gluten ni lactose. Au cours de l'exercice sous revue, Migros a lancé des formations pour les collaborateurs et les entreprises de restauration en collaboration avec le Centre d'Allergie Suisse aha!, afin de répondre correctement à la demande spécifique des clients. Ces formations seront élargies en 2015.

## L'alimentation comme facteur de santé

### Manger ensemble

Les contacts sociaux sont le plus important facteur de santé. C'est de ce constat qu'est né Tavolata [<http://www.tavolata.net>], un projet lancé en 2010 par le Pour-cent culturel Migros pour permettre aux personnes âgées de partager un repas ensemble, et répondre ainsi à l'évolution démographique. En plus des coopératives Migros d'Aare, de Lucerne et de Suisse orientale, Pro Senectute et Forum Elle sont des multiplicateurs très efficaces pour les plus de 200 tables communes Tavolata. En 2014, ce projet exemplaire s'est également implanté en Suisse romande.

### Mener une vie saine

Le projet Kebab+ [<http://www.kebabplus.ch/fr/>] a été lancé en 2008 en collaboration avec l'Association faitière suisse pour l'animation enfance et jeunesse en milieu ouvert (AFAJ). Ce projet a pour objectif de sensibiliser les jeunes à une alimentation équilibrée et à un mode de vie sain. Pour son projet "Jetzt nehmen Sie Platz", le centre d'animation de Kriens s'est vu décerner en mars le prix Kebab+ 2014. Les gagnants ont remporté une somme de 1'000 CHF. Trois autres projets de promotion de la santé ont été récompensés et ont reçu chacun la somme de 300 CHF.

### Que mange-t-on en Suisse?

En 2014, la chaire Gottlieb Duttweiler du commerce international de l'université de St-Gall [<http://www.irm.unisg.ch>] a réalisé pour la quatrième fois une étude sur les habitudes alimentaires en Suisse à l'attention des acteurs du marché de l'alimentation. Outre l'industrie et le commerce, ces acteurs comprennent également des institutions et des entreprises du marché de la santé. Les résultats ont été publiés début 2015.

## Centres de loisirs et centres de santé

Outre une offre d'activités physiques de plein air et de loisirs dans le cadre du Pour-cent culturel Migros [<http://www.pour-cent-culturel-migros.ch>], Migros s'efforce de promouvoir la qualité de vie et la santé publique à différents niveaux. En 2014, sept nouveaux centres ont ouvert dans le domaine fitness, wellness et santé. Migros est ainsi présente sur 96 sites dans toute la Suisse, avec des centres de fitness et de golf, des piscines et les centres de santé Medbase. Les 50 sites de l'Ecole-club Migros [<http://www.ecole-club.ch>] offrent divers cours et formations dans le domaine du sport et de la santé. Aperçu de l'offre:

96

centres de fitness et de golf, des piscines et les centres de santé Medbase

Marque	Coopérative	Nombre
Fitnessparcs	Aar, Bâle, Lucerne, Suisse orientale, Vaud, Zurich	16
Activ Fitness	Zurich (franchise Tessin/Romandie)	27
FlowerPower Fitness & Wellness	Aar	7
ONE Training	Lucerne	8
MFIT	Suisse orientale	6
Fitnesscenter	Bâle	1

Aquaparc (Bernaqua, Sântispark, Vitam)	Aar, Suisse orientale, Migros France	3
Elements (expansion en Allemagne)	Zurich	5
Centres de santé Medbase	Aar, Lucerne, Suisse orientale, Zurich	12
Parcs sportifs (Rontal-Dierikon, Pilatus-Kriens, Milandia)	Lucerne, Zurich	3
Golfparcs (y compris les Golfcampus)	Zurich, Lucerne, Suisse orientale, Aar, Vaud	8
Total 2014		96
Total 2013		86

Depuis les années 70, Migros s'engage à travers ses centres de loisirs à promouvoir un corps sain dans un esprit sain et s'est imposée comme pionnière sur le marché des loisirs et de la santé. En renforçant son engagement dans le domaine de la médecine préventive, elle exploite aujourd'hui une vaste palette d'installations vouées à la détente et à la santé. Ces offres pour la promotion de la santé publique suivent le principe "une meilleure qualité de vie pour tous au meilleur rapport qualité-prix". Le programme de santé a pour objectif de promouvoir le bien-être physique, mental et social ainsi que les connaissances en matière de santé de la population suisse. Centres fitness et wellness, aquaparc et centres de santé Medbase.

"Nous promettons à Dylan de proposer d'ici 2017 des cours de fitness et de wellness ainsi que des installations d'entraînement capables d'accueillir 10 millions de visiteurs par an."

Promesses de la Génération M

Centres fitness & wellness, aquaparc et centres de santé Medbase

En 2014, Migros a encore renforcé sa position de leader sur le marché suisse du fitness, du wellness et de la santé avec l'ouverture de sept nouveaux centres de fitness.

Son offre comprend désormais 73 centres de fitness/wellness et aquaparc. Le parc de fitness de Glattpark, à Zurich, a ouvert ses portes en novembre et propose, avec ses spa privés, une expérience de wellness exclusive. La filiale Activ Fitness a ouvert un site dans le Tessin (Losone) et en Suisse romande (Lausanne), ainsi que deux centres dans l'agglomération de Zurich. Migros Freizeit Deutschland GmbH, une filiale de la coopérative Migros Zurich, a inauguré un centre du groupe Elements à Munich et à Francfort. Ces deux centres proposent un concept intégral d'entraînement et de wellness particulièrement intéressant. En 2014, Migros a pu accueillir dans ses centres de loisirs et de santé:

- 166'981 membres annuels (+12.6% par rapport à l'année précédente)
- 9.9 mio. de visiteurs (+12.7% par rapport à l'année précédente)
- 16'908 détenteurs d'Intercity Cards (+29.9% par rapport à l'année précédente, uniquement en Suisse)

(Les chiffres concernent les 67 centres en Suisse.)

L'abonnement intégral pour l'activité physique et la santé

L'Intercity Card est aujourd'hui valable dans 58 villes et dans plus de 70 centres, soit le plus grand réseau en Suisse.

Elle représente le ticket d'entrée idéal pour les actifs qui font la navette et qui souhaitent profiter d'une offre variée de fitness, de cours et de wellness dans toute la Suisse.

Centres de santé Medbase

La société Medbase AG, partenaire compétent pour des conseils et un suivi complets dans les domaines médicaux et paramédicaux, exploite au total douze centres de santé.

Le dernier centre, d'une superficie de 1'000 mètres carrés, a été inauguré en 2014 à Abtwil.

Grâce à une collaboration de longue date avec les centres de fitness Migros, les patients bénéficient d'une offre intégrale comprenant suivi médical, thérapie et entraînement. Cette collaboration entre les centres de fitness et les centres de santé Medbase a été renforcée en 2014 avec le lancement de produits et de services communs.

Le dernier centre, d'une superficie de 1'000 mètres carrés, a été inauguré en 2014 à Abtwil.

---

#### Golfparcs Migros

"Le golf pour tous" est un principe que Migros poursuit depuis 1995. Ses six Golfparcs et deux Golfcampus contribuent largement à faire du golf un sport grand public dans toute la Suisse.

Avec un total de 180 trous, Migros est le plus grand prestataire de Suisse en matière de golfs publics. Grâce à l'ASG GolfCard Migros, plus de 14'000 golfeurs ont la possibilité de se légitimer en tant que membres d'une organisation reconnue de golfeurs indépendants. Les Golfparcs de Migros répondent ainsi à la demande importante d'une alternative à l'appartenance traditionnelle à un club. Pour susciter l'intérêt du jeune public pour le golf, une coopération a été mise en place en 2014 avec la chaîne de télévision pour jeunes JOIZ sous forme d'un reportage. L'engagement de Migros pour le golf comprend:

- 180 trous
- 14'306 titulaires d'une ASG GolfCard Migros
- 441'544 parcours de golf joués
- 21.4 millions de balles frappées sur le Driving Range
- 1'100 autorisations de parcours délivrées

#### Autres engagements pour la santé

##### La santé au travail

Des collaborateurs en bonne santé sont le moteur principal de l'entreprise. Migros a mis en place un système de gestion de la santé en entreprise dans toutes les entreprises du groupe, qui permet de diriger et d'optimiser les activités de promotion de l'aptitude au travail, de prévention des cas d'invalidité et d'amélioration de la réinsertion.

##### Fitness et relaxation

Qu'il s'agisse de suivre un entraînement ciblé ou de s'adonner à un sport au quotidien, pratiquer de l'exercice régulièrement est garant de bien-être au quotidien. Dans le cadre du programme de développement durable Génération M [<http://www.migros.ch/generation-m/fr.html>], Migros propose l'offre Fitness & relaxation avec des conseils et astuces en matière d'activité physique, de relaxation et d'alimentation. Elle s'engage en outre pour la promotion du sport dans les écoles et souhaite, en tant que partenaire principal dans le domaine du sport, inciter plus de 800'000 personnes à faire du sport d'ici 2015. Migros soutient les organisateurs des courses les plus populaires dans toute la Suisse, aussi bien avec des moyens financiers qu'avec du matériel et des services de communication. En 2014, 45 courses sportives ont bénéficié de ce soutien.

"Nous promettons à Deborah de rendre possible d'ici 2015 et chaque année l'organisation de courses pour plus de 200'000 sportifs."

---

Promesses de la Génération M

##### Délifit: une alimentation équilibrée dans les restaurants et Take Away.

Migros élargit son offre de produits Délifit [<http://delifit.ch/fr/>] équilibrés dans le domaine Take Away et dans les restaurants Migros. Délifit mise sur des produits de saison et sur des plats à base de produits frais, avec une faible teneur en graisses. Ces plats sont élaborés en étroite collaboration avec des nutritionnistes.