

## Culture, valeurs et direction

La responsabilité économique, sociale et écologique à l'égard de l'ensemble des stakeholders représente un élément fondamental de la culture Migros. Ces principes culturels et éthiques uniques régissent la façon de penser et d'agir, ainsi que la manière de diriger le groupe Migros.

Le fondement de notre réflexion et de notre action est le cadre normatif de la stratégie de groupe Migros. Les principales tâches des cadres comprennent l'application au quotidien des valeurs éthiques et culturelles, l'orientation de l'action en fonction des avantages promis aux groupes auxquels Migros s'adresse, la poursuite de la **vision "Migros – vivre mieux au quotidien"** et un engagement actif pour atteindre les objectifs communs.

**Pour renforcer l'identité et la culture de groupe,  
nous encourageons les échanges de cadres  
entre domaines d'activité.**

---

Migros incite 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 de toute carrière au sein du groupe Migros est de promouvoir les valeurs communes et de montrer l'exemple à cet égard, ainsi que de réfléchir et d'agir dans l'optique du groupe. Pour renforcer l'identité et la culture de groupe, nous encourageons les échanges de cadres entre domaines d'activité.

À cet égard, les dirigeants du groupe Migros sont conscients de leur **responsabilité économique, sociale et écologique** envers tous les partenaires. Ces directives de conduite s'inscrivent dans l'héritage du fondateur de Migros, Gottlieb Duttweiler.

## Valeurs

Les valeurs du groupe Migros regroupent les principes suivants:

## **Idéal coopératif**

Notre identité porte la marque des idéaux qui fondent la coopérative. Cela nous permet de réinjecter les bénéfices qui ne sont pas nécessaires à la pérennisation de l'entreprise dans la qualité de vie de nos clientes et clients, de nos collaborateurs et de la société. Être une coopérative signifie aussi que de nombreux intérêts doivent être coordonnés et pris en compte. En ce sens, nous sommes aussi diversifiés que la Suisse avec sa structure fédérale de base.

## **Crédibilité**

Pour nous, être crédible et avoir le sens des responsabilités consiste, dans les 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 des tiers la réalisation effective de ce que nous énonçons. Nous nous montrons ouverts au dialogue au sein de l'entreprise comme à l'extérieur.

## **Passion du métier**

Notre ouverture d'esprit, notre curiosité et notre engagement sont axés sur l'amélioration de la qualité de vie de nos clientes et de nos clients. Nous recherchons un contact étroit avec nos clientes et clients; le souci de répondre à leurs besoins est le moteur principal de notre action. Cette préoccupation est notre source d'inspiration, et nous mettons à profit toute notre passion du métier pour les surprendre favorablement et les satisfaire grâce à des produits et services sans cesse renouvelés.

## **Sens des responsabilités**

Nous menons notre activité principale en nous montrant socialement responsables et en préservant les ressources, et ce tout au long de la chaîne de valeurs. De plus, grâce à des prestations pionnières, nous créons des plus-values uniques pour l'être humain, l'animal et l'environnement. Nous encourageons par ailleurs la santé et le bien-être de la population. Les lois constituent la base de notre action, tout comme les normes Migros volontaires qui en découlent.