

Lignes directrices

**Groupe
Migros**

Chère lectrice, cher lecteur,

Le groupe Migros évolue actuellement dans un contexte dynamique. Pour maintenir notre position sur le marché, nous avons besoin d'une stratégie claire pour le groupe. Cette stratégie doit nous guider, créer un cadre fiable et nous aider à atteindre ensemble nos objectifs.

Nos lignes directrices constituent l'élément clé de cette stratégie et comportent trois axes: image cible, valeurs et raison d'être.

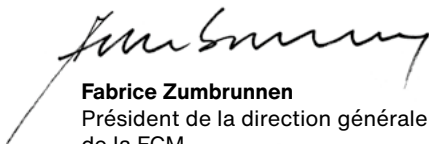
Notre image cible se décline en quatre dimensions pour 2025, année de notre centenaire. D'ici là, nous voulons atteindre cette image cible et contribuer ensemble au développement du groupe Migros sur le long terme. Nos valeurs déterminent comment et dans quel état d'esprit nous entendons collaborer au sein du groupe Migros. Enfin, nous puisons notre motivation dans notre raison d'être, qui résume ce à quoi nous aspirons jour après jour: «Nous nous engageons au quotidien avec passion pour la qualité de vie de la population et pour la société».

Nous nous réjouissons de continuer à avancer ensemble sur cette base et de contribuer au développement du groupe Migros.

Zurich, novembre 2021



Ursula Nold
Présidente de l'administration
de la FCM



Fabrice Zumbrunnen
Président de la direction générale
de la FCM

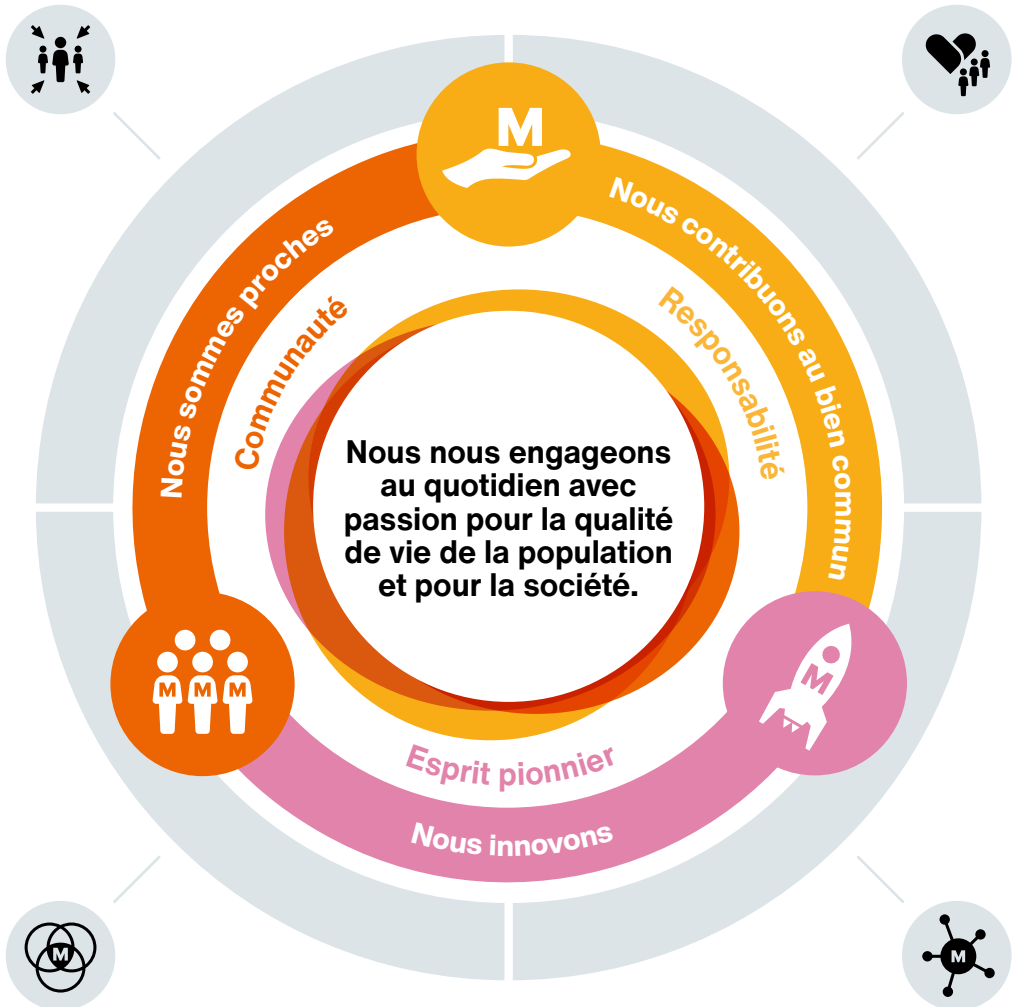
Lignes directrices

Orientation clientèle systématique

Le groupe Migros s'oriente résolument sur les besoins de sa clientèle.

Engagement sociétal

En Suisse, le groupe Migros est la référence incontestable en matière d'engagement sociétal.



Vision commune

Le groupe Migros dispose d'une vision stratégique commune, vers laquelle convergent toutes ses activités.

Écosystème entrepreneurial

Le groupe Migros et ses entreprises sont organisés de telle sorte qu'une rentabilité durable en résulte.

Image cible

Notre image cible décrit ce que nous souhaitons atteindre à l'horizon 2025, année qui marquera le centenaire de Migros. Ces objectifs se déclinent en 4 dimensions cibles.

Orientation clientèle systématique



- Nous plaçons l'humain et ses besoins au cœur de tous nos efforts.
- Nous offrons un rapport qualité-prix optimal.
- Nous créons des offres uniques indépendantes des canaux (stationnaire et en ligne) grâce à des données et à une technologie communes. Nous opérons une focalisation stratégique sur les domaines de besoins «Nourriture et saveur», «Santé et bien-être», «Style de vie et habitat» ainsi que « Paiement, placement et financement ».

Engagement sociétal



- Nous générons la confiance et l'enthousiasme de notre clientèle, grâce à notre engagement sociétal.
- Ce sont particulièrement nos collaborateurs et collaboratrices, ainsi que nos coopérateurs et coopératrices, qui s'identifient à nos valeurs.
- Aujourd'hui comme demain, nous touchons une large partie de la société – partout et à tout moment.
- Nous nous engageons comme aucune autre entreprise en faveur de la formation, de la santé, du développement durable, de l'inclusion et de la culture.

Vision stratégique commune



- Nous nous concentrons sur les activités ayant une pertinence stratégique et / ou financière.
- Notre champ d'activité principal est la Suisse. Les activités internationales bénéficient au groupe et/ou à la clientèle suisse.
- Nous sommes un employeur très attractif, qui attire les meilleurs talents.
- Notre attitude est solidaire et nous contribuons chacun et chacune à atteindre notre image cible commune.
- Nous sommes une organisation apprenante – notre cadre structurel et culturel est tel que nous évoluons en permanence.

Écosystème entrepreneurial



- Nous surprenons sans cesse, par de nouveaux produits et services, et jouons un rôle actif sur le marché.
- Nous coopérons au sein d'un réseau agile, qui nous permet d'être rapides et proches de la clientèle.
- Nos entreprises sont proches du marché, compétitives, rapides et efficaces.
- Nous nous assurons que chaque entreprise, par sa stratégie, son ambition et des rôles clairement définis, contribue à atteindre notre image cible et la rentabilité durable du groupe Migros.

Valeurs

Nos trois valeurs déterminent l'état d'esprit dans lequel nous collaborons au sein du groupe Migros. Elles affirment notre identité, nous guident et nous aident dans la mise en œuvre de notre stratégie.

Communauté



Nous sommes proches

- Nous sommes proches de nos clientes et clients, nous nous mettons à leur place et nous proposons les offres et prestations qui correspondent à leurs besoins.
- Nous sommes proches de nos partenaires et nous entretenons le dialogue.
- Nous contribuons durablement au développement de l'économie suisse.

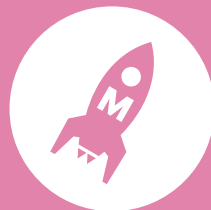
Responsabilité



Nous contribuons au bien commun

- Nous nous engageons à répondre aux besoins de notre clientèle.
- Nous améliorons la qualité de vie de la population et assumons notre responsabilité envers la société.
- Nous sommes un partenaire équitable, responsable et fiable pour notre clientèle, nos collaboratrices et collaborateurs, et nos fournisseurs.

Esprit pionnier




Nous innovons

- Nous surprenons sans cesse notre clientèle par de nouveaux produits et services incomparables.
- Nous créons des modèles commerciaux innovants et offrons à nos collaborateurs et collaboratrices des conditions de travail modernes et attrayantes.

Raison d'être

Notre raison d'être décrit ce qui nous motive et ce à quoi nous aspirons jour après jour.



**Nous nous engageons
au quotidien avec
passion pour la qualité
de vie de la population
et pour la société.**

Nous ...

Chacun et chacune d'entre nous, chaque équipe et chaque unité (commerciale), ensemble.

... nous engageons au quotidien ...

Nous faisons plus que nous investir, nous donnons chaque jour le meilleur de nous-mêmes.

... avec passion ...

De tout notre cœur, avec de l'humanité, de l'empathie et une attitude positive.

... pour la qualité de vie de la population ...

Afin, jour après jour, de rendre la vie meilleure et plus facile pour tous et toutes.

... et pour la société.

En endossant la responsabilité pour l'ensemble, au sens de capital social, et selon le patrimoine spirituel de Gottlieb et Adele Duttweiler.

Mise en œuvre

Afin de concrétiser véritablement notre image cible, il nous faut un cadre stratégique. Celui-ci nous permet de déterminer quels besoins de notre clientèle feront l'objet de notre concentration commune et quelle ambition nous poursuivrons en abordant nos activités.

Cadre stratégique

Domaines de besoin dans le cadre de la vision stratégique (externe)

Approche par domaines d'activité stratégiques (interne)

Ambition



Nourriture et saveur

Commerce de détail alimentaire (y c. industrie et Food Service)

Nous sommes leader de l'ensemble du marché Food mais aussi de tous les marchés partiels pertinents pour la clientèle, dans le commerce de détail alimentaire (Nourriture et saveur) – avec des marques propres fortes.



Santé et bien-être

Santé

Nous agissons comme un prestataire complet dans le domaine de la santé avec une position de leader sur le marché, et nous proposons des soins intégrés dans le système de santé suisse, de la promotion de la santé à la rééducation.



Style de vie et habitat

Commerce de détail non alimentaire

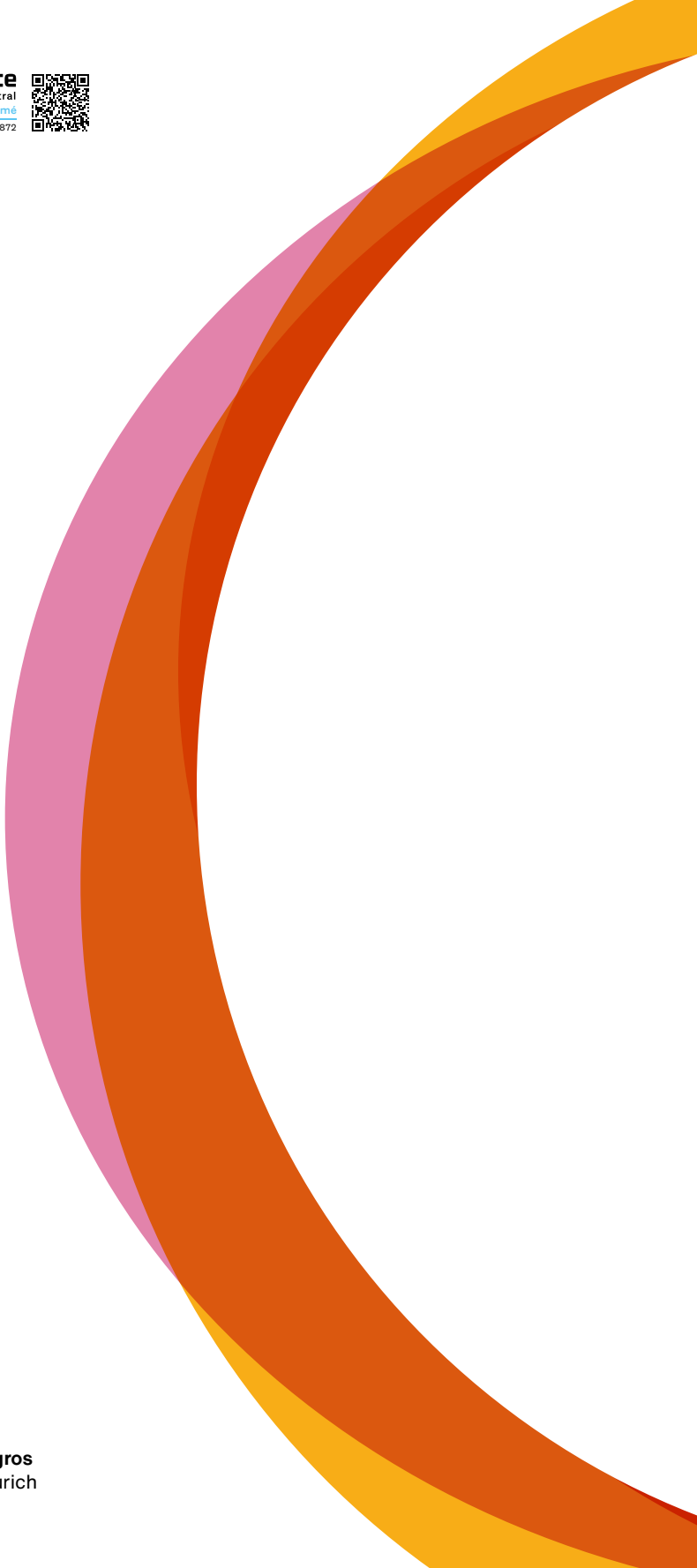
Nous sommes le numéro 1 en Suisse pour le commerce de détail omnicanal non alimentaire (Style de vie et habitat) avec une expérience clientèle indépendante des canaux, des assortiments propres et une plateforme.



Paiement, placement et financement

Services financiers

Nous sommes plus près des besoins de la population que n'importe quelle autre banque. Nous aidons notre clientèle à prendre de meilleures décisions financières au quotidien. De façon rapide, simple et humaine.



Fédération des coopératives Migros
Limmatstrasse 152, CH-8031 Zurich