

Editorial

Cher membre de Forum elle, chère lectrice, cher lecteur,

En 2013, Monika Weber fut invitée dix fois par les sections Forum elle pour présenter sa conférence sur Gottlieb Duttweiler. L'ancienne conseillère aux Etats du canton de Zurich et directrice du Département des écoles et des sports défend corps et âme les valeurs chères au fondateur de Migros, ce grand homme qui œuvrait pour le développement durable bien avant que les Nations Unies ne forment officiellement cette expression en 1983. Aujourd'hui, cette notion distingue une société qui aspire à des objectifs écologiques, économiques et sociaux, ceux-là même que poursuit Migros à travers les 50 promesses de la campagne Génération M qu'elle s'engage à tenir d'ici 2020. Au sein de l'entreprise, divers experts veillent à leur réalisation, dont une femme particulièrement impliquée: Cornelia Diethelm. En tant que responsable du développement durable, elle fait preuve de charme, d'engagement et de pouvoir de persuasion.

Nous vous souhaitons une bonne lecture et un printemps des plus agréables.



Esther Girsberger
Présidente centrale
esther.girsberger@forum-elle.ch
www.forum-elle.ch

Sommaire

02 *Forum*
La vie des sections

05 **Entretien**
avec Cornelia Diethelm,
responsable
du développement
durable à Migros



11 *En bref*
Bon à savoir

12 *Portrait*
Monika Weber

14 *Zoom*
L'e-commerce

18 *Concours*
Liseuse électronique
et bons à gagner
Adresses/Impressum

Section Lucerne

Top le topping



Des douceurs venues d'Amérique qui ont conquis la Suisse.

Petits, sucrés, colorés, couronnés d'un topping crémeux, ils sont arrivés tout droit des États-Unis il y a quelques années. Qui sont-ils? Les cupcakes bien sûr! Aujourd'hui très appréciées en Suisse, ces charmantes pâtisseries étaient à l'origine cuites dans des tasses, d'où leur nom. Leur préparation facile et rapide n'a plus de secrets pour les membres de la section Lucerne, formés par la pâtissière et blogueuse Katharina Steiner. Après la cuisson, les participantes exprimèrent toute leur créativité dans le garnissage et la décoration de leurs chefs-d'œuvre qu'elles purent naturellement emporter chez elle.

Tour de Suisse

Section Bâle

Danser en ligne

Avant aux membres de Forum elle amateurs de danse mais dépourvus de partenaire: la *line dance* (danse en ligne) est pour vous! Comme son nom l'indique, cette discipline consiste à danser en rangs, qui se font face ou se succèdent. Dans nos cours, les participantes répètent des chorégraphies très exigeantes sur des rythmes de country, de cha-cha-cha, de valse ou de boogie-woogie. Autant de styles musicaux différents qui entretiennent la forme, la coordi-



Des membres bâlois de Forum elle en pleine action.

nation, le maintien et l'ouverture d'esprit des danseuses. Vu les records de fréquentation du mois de janvier, nous souhaitons proposer d'autres cours de *line dance* à l'avenir.

Section Soleure

Toutes au fût!

Soleure possède sa propre brasserie, Öufi, depuis l'an 2000. Trois groupes de femmes de la section locale eurent le privilège de la visiter. La bière Öufi est produite à partir d'eau de Soleure, de houblon aromatique et amer naturel de grande qualité et de levures pures. Invitées à se servir à la tireuse et à déguster les quatre variétés de bières fraîchement brassées, les participantes ont profité de la douceur d'un soir d'été dans le *Biergarten*.

Section Schaffhouse

Sortie transfrontalière



La visite d'une exposition de sculptures en paille et la dégustation de jambon cru et de lard de la région furent les deux temps forts marquant la sortie de l'été 2013 à Höchenschwand, dans le sud de la Forêt-Noire (Allemagne). Sur le trajet du retour, une halte était prévue à Glottental – qui doit sa notoriété à la série télévisée des années 1980, *La clinique de la Forêt-Noire*.

Les sculptures en paille représentent des scènes de contes. Illustration: Table couvre-toi.

Section Zurich

A table!

Partager plutôt que manger seul, telle est la philosophie des Tavolata ou tables communes. Robert Sempach, en charge de la santé à la FCM, a présenté le projet au mois d'octobre. Pour soutenir la création des communautés et favoriser la rencontre des personnes intéressées, le Pour-cent culturel Migros propose des séances d'introduction. Deux femmes à l'origine d'une Tavolata nous ont fait part de leur expérience. www.tavolata.net/fr



Cuisiner, partager un bon repas et discuter: un plaisir simple et vrai.

Photos: Tom Haller (éditorial), René Ruis (sommaire), Stockphoto, LDD (La vie des sections)



Sœur Fidelis mène la visite du couvent de Fahr.

Section Vaud

Quotidien au couvent

Petite enclave argovienne dans la vallée zurichoise de la Limmat, le couvent bénédictin de Fahr accueillit la poétesse et religieuse Silja Walter jusqu'à son décès en 2011. Destination de la sortie de la section, il ouvrit ses portes aux participantes qui, guidées par Sœur Fidelis, découvrirent le quotidien des nonnes. Après le repas dans le restaurant du couvent, l'excursion se poursuivit par la visite du parc Bruno Weber, à Dietikon, habitée de sculptures fantastiques.

Section Haut-Valais

Autour d'un verre

De passage au Musée valaisan de la Vigne et du Vin de Salquenen, le groupe de Forum elle local eut un aperçu du travail des viticulteurs du canton. Accueilli ensuite au célèbre Domaine de l'Enfer, propriété de Diego et Robert Roten, il se vit offrir en guise d'apéritif du raisin, du fromage à rebibes et un verre de vin.



Diego Roten, hôte du Domaine de l'Enfer à Salquenen.



Pour construire le château de vos rêves: songez que notre prêt hypothécaire est à moins de 2%.

Nous proposons des prêts hypothécaires attrayants à des conditions privilégiées. Pour les logements, nous renonçons à la majoration du taux des hypothèques en 2^e rang. De plus, vous pouvez régler confortablement les intérêts en deux annuités. Pour en savoir davantage sur nos prestations bancaires, consultez notre site www.banquemigros.ch ou appelez notre Service Line 0848 845 400.

BANQUEMIGROS
Elle fait toute la différence.

Des promesses et un bel engagement pour la planète

Responsable du développement durable à Migros, Cornelia Diethelm s'intéresse, entre autres, au changement climatique et à la sécurité au travail.

Interview Esther Girsberger Photos René Ruis

Madame Diethelm, vous avez récemment déclaré au cours d'une réunion que vous souhaitiez exclusivement manger du poisson issu de la pêche durable. Vous consommez souvent du poisson?

Cela n'a rien changé à ma consommation. Néanmoins, j'ai renoncé à prendre des sushis quand je mange à l'extérieur, parce qu'en principe il est impossible de savoir si le poisson provient d'une pêcherie durable.

Dans son programme de développement durable Génération M, Migros s'est engagée à ce que, d'ici 2020, tout l'assortiment de poisson provienne de sources durables. Où en est la mise en pratique de cette promesse?

Fin 2012, nous en étions déjà à 93 %, soit 6 % de plus que l'année précédente. Le thon rosé en boîte de >





Développement d'expériences sensorielles

LE MIBELLE GROUP DÉVELOPPE DES PRODUITS DE SOIN POUR LE VISAGE ET LE CORPS ADAPTÉS PRÉCISÉMENT AUX BESOINS DES MARCHÉS. CECI EN SE BASANT CONSTAMMENT SUR LES DÉCOUVERTES SCIENTIFIQUES LES PLUS RÉCENTES ET TOUJOURS EN TENANT COMPTE DES CHANGEMENTS DANS LES IDÉAUX DE BEAUTÉ, LES TENDANCES SOCIALES ET LE COMPORTEMENT DES CONSOMMATEURS.

Innovation anti-âge révolutionnaire de Zoé Revital – efficacité prouvée, fondée sur la communication cellulaire

Les chercheurs des laboratoires Mibelle Group à Buchs ont mis au point une technologie révolutionnaire pour stimuler la régénération cutanée en profondeur: la technologie DermCom, fondée sur la communication cellulaire. Les formules des produits Zoé Revital issues de cette technologie hautement innovante exercent une action ciblée contre les rides, renforcent la structure cutanée et améliorent visiblement la fermeté et la tonicité de la peau. En vente dans tous les grands magasins Migros.

www.mibellegroup.com



Pour la spécialiste en sciences sociales Cornelia Diethelm: «La surpêche est un sujet pertinent. En tant que premier détaillant de poisson en Suisse, Migros a une responsabilité à assumer dans ce domaine.»

notre marque propre illustre parfaitement ce changement de cap progressif vers du poisson durable. Pour ce produit, nous sommes passés à une méthode de pêche durable en 2013. Le poisson est de nouveau attrapé à la canne à pêche avant d'être certifié MSC. Par ailleurs, nous soutenons sur place un centre de formation et de rencontre pour les pêcheurs. Ce centre vise non seulement à renforcer la pratique traditionnelle et respectueuse de la pêche au thon aux Maldives, mais aussi à améliorer les perspectives professionnelles des jeunes.

D'ici 2020, vous prévoyez d'appliquer les standards suisses pour le bien-être animal à tous les produits provenant de l'étranger.

C'est un objectif particulièrement audacieux d'autant plus que la

viande est un produit très sensible en termes de prix. Vu que le développement durable n'est pas qu'une question d'environnement et de comportement social mais aussi de rentabilité, trouver l'équilibre entre tous les aspects de la durabilité est un exercice très périlleux. Mais le bien-être animal est un sujet qui, à juste titre, tient tout spécialement à cœur des consommatrices et des consommateurs. C'est pourquoi nous imposons le respect des mêmes standards pour la production animale en Suisse et à l'étranger. Et nous ne nous limitons pas aux fournisseurs de viande mais incluons également les œufs et les produits laitiers. Une démarche très innovante!

Quels ont été vos critères de sélection pour les 50 promesses de l'action Génération M?

Dans un premier temps, avant de déterminer si telle promesse se prêtait à la communication, nous avons évalué la pertinence de son contenu ainsi que notre capacité d'influence. Pour le poisson, par exemple, ces critères sont faciles à expliquer: la surpêche est un sujet intéressant pour lequel notre responsabilité est engagée en tant que premier détaillant de poisson en Suisse. Dans le même temps, la pêche est un sujet très sensible, à la portée de tous.

Les consommateurs sont parfois sidérés par le nombre de promesses faites par Migros.

Selon moi, moins il y en a, mieux c'est. Cependant, tout le monde n'était pas du même avis en interne, chez Migros, ce qui a marqué le concept de communication dans la phase initiale. Fort heureusement, les choses ont changé. Selon moi, il est plus facile de s'identifier à une >





Nous promettons à Jay d'appliquer les hauts standards suisses pour le bien-être animal à tous nos produits venant de l'étranger d'ici 2020.

Migros s'engage d'ores et déjà pour le bien-être des animaux et veille, en collaboration avec ses partenaires dont la Protection suisse des animaux (PSA), au respect des rigoureuses directives suisses même à l'étranger d'ici 2020. Avec cette promesse et de nombreuses autres promesses concrètes, nous nous engageons pour la génération de demain.

Plus sur generation-m.ch

GÉNÉRATION M

MIGROS
M comme Meilleur.

promesse quand il n'y en a pas trop. Et il faut aussi garder à l'esprit que la réalisation des différentes promesses exige énormément de travail. Par exemple, si nous voulons réduire la consommation électrique de 10 % d'ici 2020.

Migros se démène pour tenir cette promesse.

Parce qu'il s'agit clairement d'un objectif ambitieux que nous ne pourrions atteindre qu'au prix d'efforts considérables. Les modèles de calculs internes ont démontré qu'une réduction de 9 % était possible. Or notre objectif est fixé à 10 %. Migros en fait souvent plus que ce qu'elle imaginait au départ.

Mais il y a d'autres promesses pour lesquelles le voyant est à l'orange et non au vert.

Heureusement! Ce ne serait pas très crédible si tous les voyants étaient au vert. Il pourrait même nous être reproché de ne pas viser assez haut et d'utiliser Génération M simplement comme campagne de communication. Les statuts orange et rouges sont une preuve irréfutable de l'ambition des objectifs que Migros se fixe et de la transparence de la communication sur leur avancée.

Les manias Migros ne cessent de faire l'objet de critiques.

Mais pas par rapport au développement durable. Il y va plutôt de l'éthique et de l'influence qu'exerce une entreprise sur les enfants. C'est pour cette raison que Migros a édicté des directives pour un marketing responsable. Et, en ce qui concerne les manias, nous assumons bien entendu notre responsabilité. Nous veillons par exemple à ce que les transports respectent l'environnement. C'est pour nous une évidence

dans nos activités quotidiennes. Génération M est pour ainsi dire une démarche supplémentaire.

Comment les clients et clientes Migros peuvent-ils être sûrs que les promesses sont vraiment contrôlées?

Chaque promesse a un objectif mesurable qui est enregistré deux fois par an. La révision interne vérifie régulièrement si le travail est bien réalisé. Bien sûr, nous faisons aussi appel à des auditeurs externes qui effectuent des contrôles indépendants au cours de l'année, p. ex. pour vérifier les conditions de travail. Nos fournisseurs signent un code de conduite stipulant qu'ils remplissent nos obligations en termes de conditions de travail, mais il se peut que certains ne s'y tiennent pas. C'est pourquoi il existe un contrôle relatif aux risques, plus ou moins fréquent selon le produit et la région. Nous réagissons à tout abus. C'est notre seul moyen de rester crédibles. •

La responsable du développement durable Cornelia Diethelm souligne que «la réalisation de certaines promesses, p. ex. la réduction de la consommation électrique de 10 % d'ici 2020, exige énormément de travail».



Notre entrecôte de bœuf irlandais. La préparation se discute, pas la qualité.



MIGROS

Sélection

Idées de recettes et conseils d'experts sur www.selection.migros.ch

MIGROS

M comme Meilleur.

Quoi de neuf?

Journée internationale des femmes

Pour l'égalité des droits

Le 8 mai, les organisations de femmes du monde entier célèbrent la journée internationale des femmes (International Women's Day). Créée à l'époque de la Première Guerre mondiale, elle devait soutenir les femmes dans leur combat pour l'égalité des sexes et le droit de vote et d'éligibilité. Cette année aussi, à cette occasion, une variété d'événements se tiendront dans différentes villes de Suisse.

Participation électorale

Les femmes votent moins



Lors du premier vote des femmes au niveau fédéral en 1971, la participation électorale a chuté de 65,7% (1967) à 56,9%. A l'époque, la différence de scrutin entre les femmes et les hommes avoisinait 24%. Jusqu'en 2011, cet écart s'est réduit à 5%. Toutefois, les femmes de plus de 20 ans au moment de l'introduction du suffrage féminin se rendent aujourd'hui encore très peu aux urnes.

Photos: Keystone, Laurent de Senarclens

Les 150 ans du Club Alpin Suisse

Une femme au sommet



Voilà 150 ans que le CAS veille à ce que les Suisses profitent de leurs montagnes en toute sécurité. En cette année anniversaire et pour la première fois, c'est une femme, la Fribourgeoise Françoise Jaquet (photo), qui se hisse à la présidence. Jusqu'à fin 2014, le Musée alpin, à Berne, se transforme en cabane chargée d'histoire. A découvrir dans la salle commune, le local à matériel et le dortoir caractéristiques de ces hébergements du CAS. > www.alpinesmuseum.ch/fr

Réfugiés

Intégration par le jardinage

L'Entraide Protestante Suisse EPER loue, dans plusieurs cantons, des parcelles qu'elle cultive avec des femmes réfugiées. Le jardinage permet aux migrantes de bien organiser leurs journées. Aussi, la communication dans la langue des cantons favorise le processus d'intégration.

Women's Expo Switzerland

25.5. 2014

Suite au succès de l'édition 2013, le Verband Frauenunternehmen (association de femmes entrepreneurs) organise une nouvelle Women's Expo. Elle aura lieu le 25 mai 2014 à la Messe Zurich. Les femmes entrepreneurs pourront y présenter leur activité ou leurs produits.

www.frauenmesse.ch

«Dutti a toujours été au cœur des discussions»

Gottlieb Duttweiler aurait fêté ses 125 ans en 2013, l'année des 70 printemps de l'ex-politicienne Monika Weber. Sa conférence sur «Dutti» a impressionné les auditeurs dans toute la Suisse.

Texte Esther Girsberger

L'an dernier, Monika Weber a donné pas moins de 16 conférences sur le fondateur de Migros, Gottlieb Duttweiler, en Suisse alémanique et en Suisse romande. Dans toutes les sections de Forum elle où elle a été invitée, elle s'est exprimée avec beaucoup d'assurance, d'humour et d'expérience à propos de son père spirituel et mentor politique. «Chez nous, à table, Gottlieb Duttweiler était toujours au cœur des discussions», raconte l'ancienne parlementaire et conseillère municipale zurichoise. «Il était question de sa vision consistant à proposer de bons produits à des prix justes aux familles moins aisées, mais aussi de son courage à se révolter contre les puissants du pays.»

Rien d'étonnant donc à ce que Monika Weber adhère dès l'âge de 20 ans à l'Alliance des Indépendants (AdI), le parti créé par Dutti. Elle lui resta fidèle jusqu'à sa dissolution en 1999 et ignore les invitations des autres partis à défendre leur pro-

gramme politique. Jusqu'à ce qu'elle tire sa révérence en 2006, elle choisit de diriger sans étiquette le Département des écoles et des sports de la Ville de Zurich.

Mission bénévolat

Deux phrases de Gottlieb Duttweiler restent gravées dans l'esprit de la Zurichoise: «Le plus fort doit être au service du plus faible» et «Le volontariat est le prix de la liberté». Même si Monika Weber était très prise par son activité de politicienne tout au long de ses 35 années de carrière, elle s'est toujours consacrée au bénévolat. Que ce soit en tant que présidente du Forum des consommatrices ou en tant que conférencière, indépendamment de ses mandats politiques, elle œuvrait le soir dans des organisations d'utilité publique. Elle en est convaincue: «L'Etat ne peut pas – et ne doit pas – tout assumer. Il est donc essentiel de s'engager en tant que bénévole.»

Depuis son retrait de la vie politique, Monika Weber se dévoue en-

tièrement au bénévolat. Elle prend aujourd'hui soin de sa mère âgée qu'elle a installée chez elle. «Elle doit pouvoir rester à la maison jusqu'au bout.»

Auparavant, Monika Weber assumait également la présidence du Secours d'hiver, de la Fondation des foyers zurichois pour enfants et adolescents ainsi que de la Commission fédérale du cinéma. Mais en 2013, année de ses 70 printemps, elle décida de dénoncer tous ses mandats. Elle milite cependant toujours pour la philosophe genevoise Jeanne Hersch dont elle a été l'élève. Elle a notamment fondé la Société Jeanne Hersch, organisé un cercle de conférences et écrit un livre sur cette femme d'exception «qui n'a pas eu la vie facile à son époque».

Aussi, le discours d'Etat lui tient particulièrement à cœur. Quand Monika Weber rencontre d'anciens parlementaires, impossible pour elle de se contenter d'un bon repas. «Nous sommes encore et toujours des citoyennes et citoyens curieux qui souhaitent se tenir au courant.» C'est ainsi qu'elle s'est adressée au chef de l'armée André Blattmann qui a réagi en planifiant une réunion d'information à la caserne de Berne.

Organiser elle-même des conférences politique a toujours passionné Monika Weber. «Durant ma vie professionnelle, je donnais en moyenne 50 conférences par an», indique-t-elle. Une activité qu'elle n'envisage pas d'abandonner – fort heureusement pour la société et pour Forum elle. La Haute Ecole pédagogique de Zurich l'a d'ailleurs engagée en tant que conférencière, ce qui l'enchantait au plus haut point: «Cette année, je pourrai m'exprimer à trois reprises sur le sens de la démocratie devant un public de futurs enseignantes et enseignants.»

Photo: Tanja Demarmels



*En 1971, alors que la population votante suisse accorde aux femmes le droit de vote au niveau national, **Monika Weber** est élue au Conseil d'Etat du canton de Zurich sous les couleurs de l'Alliance des Indépendants (AdI), parti auquel elle reste fidèle jusqu'à sa dissolution en 1999. De 1983 à 1986, Monika Weber est conseillère nationale avant de représenter le canton au Conseil des Etats jusqu'en 1998. De 1998 à 2006, elle occupe le poste de directrice du Département des écoles et des sports de la Ville de Zurich.*

Des achats sur canapé

L'e-commerce ou commerce électronique est une arme de séduction massive pour la commande de produits et de services en ligne. Les femmes n'y résistent pas!

Texte Esther Girsberger

Je vais là où se trouve la cliente.» A l'origine des célèbres camions-magasins Migros qui sillonnaient les routes pour approvisionner les ménagères sur le pas de leur porte, cette idée de Gottlieb Duttweiler est aussi simple que lumineuse. Si les camions-magasins appartiennent au passé depuis plusieurs années, le concept, lui, n'a pas pris une ride. Il est même plus actuel que jamais: les clientes et clients commandent désormais depuis un ordinateur ou un appareil mobile (tablette ou smartphone) et peuvent, s'ils le souhaitent, se faire livrer denrées alimentaires, livres ou CD à domicile.

LeShop.ch, premier supermarché en ligne de Suisse, est une enseigne Migros. Au premier semestre 2013, elle a enregistré 82 millions de francs de ventes de produits alimentaires via Internet, soit plus de 330 000 commandes. Tendances à la hausse! Qui plus est, le nombre de nouveaux clients a progressé de 36 % par rapport au premier semestre 2012.

Très appréciée pour passer commande, la voie électronique l'est aussi pour s'informer. Il faut dire qu'elle offre une solution plus simple et plus complète que les magasins traditionnels. Prenons l'exemple de la gelée de coings. La récolte de fruits de votre jardin ne suffit pas ou vous ignorez la recette de la gelée? Sur le site LeShop.ch, vous trouverez une flopée d'informations sur la question, notamment comment les fruits sont récoltés, nettoyés et cuits.

Une mine d'informations

Outre la liste détaillée des ingrédients et les valeurs nutritionnelles – bien lisibles puisqu'ils ne sont pas imprimés en tout petits caractères sur une étiquette minuscule –, les curieux y apprendront également le délai de consommation recommandé. Et ce n'est pas tout: les actions aussi sont visibles en un coup d'œil, tout comme les prix, contrairement à ceux des produits en magasin. Un gage de transparence qui entretient la confiance.



Illustrations: Daniel Balzer



Autre fait remarquable: les jeunes ne sont plus les seuls à s'informer et à commander via ces canaux. Le profil du client LeShop est certes féminin, actif, avec des enfants en bas âge et un style de vie citadin, mais les femmes de plus de 60 ans sont aujourd'hui de plus en plus nombreuses à se servir d'Internet pour s'informer. Pour preuve, quand elles se rendent ensuite dans le magasin le plus proche de leur domicile – ne serait-ce que pour l'aspect social –, elles savent précisément ce qu'elles veulent acheter.

«D'ici fin 2015, nous nous attendons à ce que 50 % de notre clientèle adopte le multicanal pour réaliser ses achats», fait remarquer Dominique Locher, directeur général de LeShop. Il enchaîne en nous livrant sa vision de la journée-type de la famille moderne du futur: première commande passée de la table du petit-déjeuner pour cause de pénurie de cornflakes; ensuite, la mère de famille appelle son époux, qui est à peine arrivé sur son lieu de travail, afin de

lui rappeler d'acheter un paquet de couches avant de rentrer. Vu que celui-ci n'a ni le temps ni l'envie de faire un détour au magasin et que, de toute façon, il prend les transports en commun, il récupère les couches commandées via son smartphone à la gare.

Des magasins mobiles

Migros dispose déjà de guichets de retrait et de consignes automatiques dans les gares de Zurich, de Berne et de Lausanne. Grâce au service

LeShop.ch Rail, le client peut commander les articles jusqu'à 10 h le matin et les retirer après 16 h 30 à la consigne ou au guichet. Les automobilistes quant à eux optent pour LeShop.ch Drive, un service surtout utilisé le week-end ou en fin de journée, sur le trajet de retour du travail. Le conducteur récupère les produits commandés à un point de retrait semblable au drive McDonalds, sans avoir à descendre de sa voiture.

Des livres sur un coup de fil

Le *cross-canal*, qui qualifie ce système de commande et de retrait de marchandises via différents canaux, rencontre également un vif succès chez Ex Libris. Face aux huit millions d'articles que propose cette filiale de Migros, le client a tout loisir de faire son choix chez lui, tranquillement. Ensuite, il peut commander directement dans l'un des 89 magasins de l'enseigne, par téléphone ou en ligne via un PC, une tablette ou un smartphone. Par ailleurs, en collaboration avec Samsung, leader dans le domaine

«Le cross-canal draine davantage de clients dans les magasins»

Daniel Röthlin,
directeur d'Ex Libris

du numérique, Ex Libris a développé une application pour les téléviseurs de la marque, laquelle permet de passer commande via le récepteur TV. La télécommande fait alors office de clavier. Au client de décider s'il préfère recevoir le film sélectionné par courrier ou le retirer dans le magasin de son choix.

Il faut savoir que ce sont principalement des femmes qui commandent via la hotline et retirent leurs articles en magasin. Réticentes à l'idée de confier leurs coordonnées,

elles privilégient le téléphone, bien que la protection des données soit une priorité tant pour LeShop.ch que pour Ex Libris. Ces deux entreprises ne diffusent pas le moindre élément d'information, et toutes les données qu'elles enregistrent sont exclusivement utilisées pour personnaliser leurs propres offres.

Les femmes sont également plus assidues que les hommes en termes de fréquentation des magasins. Elles se laissent tenter et s'informent davantage directement sur place. Les hommes, quant à eux, achètent plutôt de manière ciblée et, en entrant dans le magasin, ils savent précisément ce qu'ils veulent. Ex Libris espère que les ventes en ligne dépasseront la barre des 50 % d'ici mi-2014.

Un besoin de formation

Parmi les clientes et clients qui commandent en ligne via les différents canaux possibles, 23 % optent pour la livraison des articles dans l'une des succursales d'Ex Libris, où ils vont retirer leurs achats. Dans la mesure où cette tendance aussi est à la hausse, la crainte de la disparition des magasins «physiques» est totalement infondée. Le directeur d'Ex Libris songe d'ailleurs davantage à leur restructuration qu'à leur fermeture. «Nous souhaitons justement mettre en avant le concept de *cross-canal* dans nos magasins parce qu'il draine davantage de clients.» Les points de vente seront certes plus petits mais beaucoup plus aérés.

Un défi reste toutefois à relever: la formation du personnel. Les collaborateurs et collaboratrices doivent pouvoir expliquer clairement et simplement les différents canaux à toutes les générations. «Nous commençons dès maintenant à former nos forces de vente car nous ne voulons pas les perdre.»

Concours

Les gagnantes seront tirées au sort parmi les bonnes réponses. **A gagner:**

une liseuse électronique d'une valeur d'environ 150 francs,
un bon d'achat LeShop d'une valeur de 100 francs,
un bon d'achat LeShop d'une valeur de 50 francs.

Répondez aux questions suivantes:

- Quelle est la différence d'âge entre l'ex-politicienne Monika Weber et Gottlieb Duttweiler?
S 50 ans **T** 55 ans **I** 60 ans
- Combien de promesses Migros a-t-elle formulées dans le cadre de sa campagne Génération M (à fin 2013)?
I 40 **S** 45 **O** 50
- Combien y a-t-il de succursales Ex Libris (à fin 2013)?
E 82 **R** 85 **P** 89

Solution

<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
1	2	3

Date limite/conditions de participation:

Envoyez vos réponses par e-mail à info@forum-elle.ch, en précisant votre nom complet et votre adresse.

Date limite: 31 mai 2014.

Les noms des gagnantes seront publiés dans le prochain bulletin.

Les gagnantes seront tirées au sort et avisées par écrit. Les prix ne peuvent pas être convertis en espèces. La voie juridique est exclue. Aucune correspondance ne sera échangée au sujet du tirage au sort. Les personnes non membres de Forum elle ne sont pas autorisées à participer au concours. La solution sera publiée dans la prochaine édition de Forum elle (à paraître en septembre 2014).

Concours Forum elle 2.2013
Gagnante et solution

La détente dans les montagnes grisonnes



Félicitations à la gagnante du dernier concours, Geneviève Repond de Fribourg. Elle a gagné un bon pour deux nuits en chambre double avec petit-déjeuner

buffet à l'hôtel Danilo de Savognin (GR), assorti de deux entrées aux bains d'Alvaneu. Valeur: 460 francs. La solution était: LAC

Impressum

Editeur

Forum elle, www.forum-elle.ch, organe non statutaire de Migros, apolitique et non confessionnel.

Responsabilité globale du contenu
Esther Girsberger, présidente centrale de Forum elle

Conception et réalisation

Corporate Publishing, Médias Migros, 8005 Zurich

Mais au fait, où sont produits nos articles?



Nous réalisons nous-mêmes ce qui nous tient à cœur – c'est pourquoi nous produisons nous-mêmes environ 10 000 de nos articles.

ÉLABORÉ
CHEZ NOUS.



MIGROS

M comme Marque d'exception.