

Vie sociale et culturelle d'une grande entreprise

Autor(en): **G.G.**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Aînés : mensuel pour une retraite plus heureuse**

Band (Jahr): **12 (1982)**

Heft 7-8

PDF erstellt am: **19.09.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-829262>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Vie sociale et culturelle d'une grande entreprise

Au cours des années, «Aînés» a rencontré et interviewé nombre de vedettes des arts, des lettres, du spectacle, de la médecine et de la science. Il pénètre aujourd'hui au cœur d'une grande entreprise qui existe en Suisse depuis cinquante-sept ans: la Fédération des Coopératives Migros. Tout est parti du cerveau d'un homme qui fut âprement combattu en raison de ses idées révolutionnaires en matière de politique de vente; un homme que l'opinion publique considère aujourd'hui comme le héros génial d'une grande aventure économique. Et tout est parti de cinq modestes camions-magasins, en 1925...

Il y a environ quarante ans, j'ai eu l'occasion d'interviewer M. Gottlieb Duttweiler, dans la Salle des pas-perdus du Palais fédéral. De cette rencontre, je garde un souvenir précis. Le conseiller national Duttweiler était un homme impressionnant: un bienveillant colosse. Comment oublier son sourire et le mal qu'il se donnait à expliquer des problèmes économiques difficiles, à un jeune journaliste de 25 ans? A ce moment-là, Migros était

déjà une entreprise importante sur le plan fédéral. Importante et farouchement combattue par certains groupes économiques. Souvent, les acheteurs qui s'approvisionnaient aux camions-magasins de la Migros étaient épiés, puis mal reçus dans les autres commerces. Il en allait de même des journaux acceptant la publicité M, et des propriétaires qui louaient des appartements à des employés ou clients de cette entreprise non conventionnelle et dynamique. Gottlieb Duttweiler, ce «dilettante» comme l'appelaient ses adversaires, n'était pas homme à se laisser intimider. A considérer ce qu'est devenue la Fédération des Coopératives Migros, il faudrait être singulièrement aveugle ou de mauvaise foi pour ne pas admettre que le «dilettante» a signé une des plus impressionnantes réussites économiques de notre pays.

Portrait en chiffres

En voici une brève démonstration. En 1981, le chiffre d'affaires total de la communauté Migros a atteint 7 milliards et 605 millions de francs, soit un peu plus de 25 millions par jour de vente. En Suisse romande, Migros-Genève s'est inscrite pour 695 millions dans le chiffre total. Quand nous disons «total», nous englobons les chiffres des MMM = centres Migros, MM = marchés Migros et M = maga-

sins, ainsi que ceux des petits magasins, des magasins spéciaux (exemple: les «Do it yourself»), des camions-magasins, des garages et stations-service, etc. Un monde! L'entreprise possède en Suisse 469 magasins, grands et petits, et 111 camions-magasins. En 1925, M ne possédait en tout et pour tout que 5 camions Ford ne vendant que six articles. La surface de vente 1982 des magasins représente 570 546 m², et la communauté M occupait en 1981 une armée de 54 655 employés (45,4% d'hommes, 54,6% de femmes). Afin de ne pas rendre ce tableau trop indigeste, laissons de côté les entreprises de production M, mais précisons qu'en 1981 toujours, plus du quart du chiffre d'affaires des coopératives M régionales a été réalisé par les propres productions de l'entreprise. Et il y a Migrol, Hôtelplan, Ex-Libris, Mifroma, etc. Migros, c'est aussi le tourisme, les livres, l'imprimerie, la presse, la banque, des laboratoires, de la navigation sur le Rhin, des entrepôts, des moyens de distribution, de réfrigération, d'assurances; c'est aussi le chemin de fer du Monte Generoso, et ce sont enfin des antennes à l'étranger, en Allemagne, Espagne, principalement.

Ce n'est pas tout! Saluons les activités culturelles et sociales traitées sur un pied d'égalité avec les activités purement commerciales. Le pour-cent cul-



J.-F. Bourgeois
(en compagnie
de Mme Lagler,
de l'Ecole-Club
Migros, Genève).
« Mon mandat
est d'essayer de
promouvoir
les prestations
gérontologiques
dans les activités
Migros... »

turel frisait, l'an passé, les 70 millions de francs. Les Ecoles-Clubs ont donné presque 7 millions d'heures de cours en 1981 à 346 785 élèves. Les Eurocentres ont accueilli l'inscription de 22 434 personnes soucieuses d'apprendre l'italien, l'espagnol, l'allemand, le français et surtout, l'anglais. Des dons et des bourses ont été accordées en 1981 pour un montant de plus de 6,5 millions. Au nombre des actions culturelles, signalons les tournées de folklore et théâtre, les concerts de rock, soit un total de 123 représentations/concerts ayant réuni 44 285 spectateurs. Innovations intéressantes: le théâtre dans l'entreprise, le théâtre à l'école de recrues et le théâtre pour la jeunesse. En tout 54 représentations pour 16 000 spectateurs. Quarante et un concerts ont été donnés par des orchestres prestigieux, des chefs et des solistes célèbres dans le monde entier...

Plongeon dans le social

Tel est, rapidement esquissé, le tableau des activités Migros dans les domaines économique et culturel. Passons au social, et à cette réalisation remarquable et récente dont un jeune cadre, Jean-François Bourgeois, a été l'initiateur: le Bureau pour les questions du 3^e âge.

Licencié en sciences économiques de l'Ecole des hautes études économiques et sociales de Saint-Gall, Jean-François Bourgeois est l'auteur d'un rapport sur les biens immatériels et le 3^e âge. Il avait auparavant accompli un stage d'une année aux Etats-Unis dans la distribution, et travaillé pendant sept ans dans une grande entreprise bâloise. Amateur de concret, fuyant les théories fumeuses à rallonges, cet

homme dynamique et sympathique, barbiche rousse surmontée d'une pipe savamment culottée, rencontre le grand patron de Migros, Pierre Arnold, en 1976. Rencontre décisive: à la suite du rapport de 300 pages rédigé par J.-F. Bourgeois, l'idée naquit de ce Bureau pour les questions du 3^e âge, projet qui plut en haut lieu et qui fut mis sur pied en un temps record. En 1977 le bureau était devenu réalité. Il existe depuis bientôt cinq ans, et il serait vain d'en nier l'importance et le rayonnement au sein de l'entreprise et au-delà. Résumons ce qui pourrait remplir un volume.

Les idées directrices de ce bureau sont:

- promouvoir l'intégration des générations;
- activer les capacités physiques et intellectuelles;
- encourager l'autonomie;
- encourager l'effort personnel;
- sensibiliser l'opinion publique aux problèmes des personnes âgées, et contribuer à la valorisation du rôle des aînés dans la société.

Un beau programme, solidement ambitieux! Dans la poursuite de ces objectifs, des démarches ont été entreprises. Citons:

- la sensibilisation des instances Migros concernées;
- la détermination des besoins par le truchement d'enquêtes et d'entretiens individuels;
- l'élaboration de concepts de base;
- la mise à l'essai des concepts au cours de manifestations pilotes;
- leur concrétisation au sein de la communauté Migros.

Divers objectifs ont d'ores et déjà été atteints, notamment celui de la préparation à la vieillesse. Les collabora-

teurs et collaboratrices Migros et leurs conjoints sont conviés à des séminaires 3 à 5 ans avant la retraite, pour une durée de 4 à 6 jours. Résultat: 30 institutions M offrent chaque année 40 séminaires à plus de 1200 collaborateurs. En ce qui concerne la «formation des aînés», les Ecoles-Club offrent à ceux-ci de multiples possibilités parmi les cours normaux ainsi que plus de 20 cours qui leur sont spécialement destinés. Mentionnons au surplus les clubs d'aînés Migros, au nombre de 54, qui proposent à quelque 8000 personnes, chaque semaine, un programme de rencontres et de loisirs. A signaler également, les vacances pour personnes âgées. Le bureau de J.-F. Bourgeois a organisé jusqu'à ce jour 12 programmes de vacances à leur intention. Il y a les «Semaines de formation» (Wengen), les vacances actives pour grands-parents et petits-enfants (Wildhaus), les semaines actives pour handicapés (Douanne), les vacances balnéaires avec animation active en Espagne.

Telles sont les principales activités du Bureau pour les questions du 3^e âge, réalisation très concrète qui prouve qu'une grande entreprise s'honore en ne limitant pas ses objectifs au seul profit et à la puissance économique. Du premier camion-magasin d'il y a près de six décennies au bureau créé par Jean-François Bourgeois, un itinéraire passionnant a été suivi par la communauté Migros. L'ascension dynamique s'assortit d'une vie culturelle et sociale que nous nous plaisons à souligner et qui fait partie de ce que J.-F. Bourgeois appelle «une œuvre de réconciliation entre les générations et au sein de l'économie.»

G. G.



M. Gottlieb Duttweiler et l'un de ses 5 premiers camions-magasins. Le début d'une réussite impressionnante.