

22.12.2010 – 11:00 Uhr

Migros renforce sa position de leader qualité-prix

Zürich (ots) -

Le 29 décembre 2010, 2247 articles d'usage quotidien bénéficieront d'une baisse de prix durable allant de 3 à 20 pour cents. Le géant orange offre à ses clients et clientes un meilleur rapport qualité-prix sans toucher à la qualité. Migros tient ainsi sa promesse et retransmet à ses clients, sous forme de prix en baisse, les économies réalisées grâce au nouveau système d'affichage des prix en rayon. Les clients profitent également d'une meilleure efficacité des secteurs de l'approvisionnement et de la logistique. L'investissement pour cette offensive qualité-prix jamais vue en Suisse s'élève à 160 millions de francs.

Le 29 décembre, Migros baisse le prix de 2247 produits à l'échelle nationale. «La Suisse n'a jamais connu une baisse de prix d'une telle ampleur. Cette mesure renforce la position de leader de Migros comme détaillant offrant le meilleur rapport qualité-prix», déclare Herbert Bolliger, Président de la direction générale de la FCM.

Ces baisses de prix de 6% en moyenne touchent avant tout les produits d'usage quotidien tels que les produits laitiers, les oeufs, le poulet, l'eau minérale et l'huile d'olive. Les prix de plus de 200 produits de l'assortiment bio sont eux aussi revus à la baisse. 60 pour cents des réductions concernent les produits frais.

Ces baisses de prix sont appliquées aussi bien à des produits de marques externes qu'à ceux de marques propres. Les chips Zweifel, par exemple, ainsi que toutes les tablettes de chocolat Chocolat Frey deviennent moins chères. Dans le secteur Near / Non Food, les produits destinés aux familles avec enfant en bas âge tels que les couches (Milette, Pampers et Huggies) et les aliments pour bébé (Nestlé et Milulpa) bénéficient eux aussi d'une réduction de prix.

Ces réductions, allant de 3 à 20%, concernent 2247 articles disponibles dans tous les magasins Migros de Suisse. Oskar Sager, Directeur Marketing de la FCM explique: «Dans un magasin MM de taille moyenne, un article sur cinq bénéficiera d'une réduction de prix».

Les baisses de prix sont durables et ne seront pas compensées par des hausses de prix dans d'autres secteurs. Les investissements sont financés par des fonds propres. «Nous tenons notre promesse faite il y a deux ans et retransmettons à nos clients, sous la forme de baisses de prix, les économies réalisées par le passage au nouveau système d'affichage des prix en rayon. Notre clientèle bénéficie également d'une meilleure efficacité des secteurs de l'approvisionnement et de la logistique», explique Oskar Sager.

Cette baisse de prix coûte à Migros la somme de 160 millions de francs. Au cours de ces dernières années, Migros a continuellement baissé les prix et a déjà investi en 2009 et 2010 plus de 700 millions de francs dans ces réductions. «Migros s'est toujours engagée pour offrir à ses clients et clientes des produits de grande qualité à prix bas, sans faire de compromis ni sur la qualité ni sur le prix», explique Herbert Bolliger.

L'offensive qualité-prix sera accompagnée d'une campagne publicitaire dans laquelle un lutin indique aux clients et clientes les produits ayant bénéficié d'une baisse de prix.

Vous pouvez télécharger la photo sur:

<http://www.migros.ch/de/medieninformationen/medien/aktuelle-meldungen-2010.html>

Zurich, le 22 décembre 2010

Fédération des coopératives Migros
Corporate Communications
Limmatstrasse 152
Case postale 1766
CH-8031 Zurich
Centrale +41 (0)44 277 21 11
Fax +41 (0)44 277 23 33
media@migros.ch
www.migros.ch

Contact:

Urs Peter Naef
porte-parole de la FCM
tél. 044 277 20 66
urs-peter.naef@mgb.ch
www.migros.ch

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/fr/pm/100000968/100616530> abgerufen werden.