



Communiqué de presse

Kellogg France dévoile sa nouvelle marque employeur pour recruter et fidéliser ses talents

Paris, le 3 novembre 2020 - Kellogg France a annoncé ce matin le lancement de sa nouvelle marque employeur « Nourrissons une même ambition pour le monde ». Ce travail collectif initié par l'équipe Ressources Humaines de l'entreprise exprime des valeurs qui rassemblent 180 collaborateurs passionnés autour d'une nouvelle identité. Ce lancement de la nouvelle marque employeur a été l'occasion d'afficher la politique autour de la flexibilité au travail que l'entreprise met en œuvre depuis plusieurs mois, un positionnement en phase avec la période actuelle.

Rassembler les collaborateurs pour qu'ils se révèlent et se réinventent

Pionnier et leader mondial des produits céréaliers depuis plus d'un siècle, doté d'un fort capital sympathie et de marques iconiques, Kellogg's souhaite aujourd'hui se faire connaître en tant qu'employeur. Cette définition de la nouvelle marque employeur est le tremplin qui va permettre de positionner Kellogg France comme un employeur de référence en France et aider à recruter de nouveaux profils, en activant d'autres leviers de communication. Cette nouvelle signature s'articule autour de nouveaux contenus tels qu'un site internet doté d'un design plus graphique qui reflète l'univers Kellogg's, des films aux contenus attractifs et innovants et une campagne sur les réseaux sociaux.

« À travers le lancement de cette nouvelle marque employeur, notre volonté est de rassembler nos collaborateurs dans un cadre de travail stimulant pour qu'ils se révèlent et se réinventent. Offrir une vision RH aux employés est aujourd'hui une priorité qui s'impose dans un contexte social changé et désormais plus complexe. » souligne Eric Le Cerf, Président-Directeur Général de Kellogg France

« Aujourd'hui les candidats sont constamment en veille sur les actualités des entreprises. Définir notre marque employeur nous a semblé évident à la fois pour rester dans l'esprit des candidats qui souhaitent intégrer l'entreprise mais aussi pour développer une notion de fierté d'appartenance qui émerge chez les employés déjà en poste » assure Rachida Saraka, DRH Kellogg France

La flexibilité au travail comme nouvelle expérience de travail

Chez Kellogg France, la flexibilité au travail est un élément clé de différenciation, soutenu par une stratégie d'innovation et de développement. Kellogg France est en avance sur son temps en matière de flexibilité au travail (horaires aménagés d'été, partenariat avec les crèches Les Petits Chaperons Rouges, indemnité ponctuelle pour l'achat d'équipement lié au télétravail et portail d'entreprise...).

Depuis le début du déconfinement, Kellogg France souhaite étendre sa politique en matière de télétravail car l'entreprise est convaincue qu'il faut décorrélérer la performance du lieu de travail. Les employés de l'entreprise peuvent faire avancer les projets où qu'ils soient, performer à la maison comme au bureau tout en assurant un équilibre vie professionnelle et vie personnelle. Avant la crise sanitaire, le télétravail était déjà une pratique généralisée au sein de l'entreprise, 100% des collaborateurs y étaient éligibles et 96% avaient déjà eu au moins une fois recours au télétravail en 2019. Selon une enquête interne réalisée en 2020, 82% des employés souhaitent étendre la flexibilité au travail.

Des vidéos aux contenus attractifs et innovants

La nouvelle marque employeur de Kellogg France s'incarne à travers un film signature qui met en lumière les 4 piliers et preuves RH qui les soutiennent ainsi que par le biais de 4 vidéos qui mettent en valeur les collaborateurs et leur métier.

Envie de découvrir les coulisses ?

Lien vidéo master

Lien vidéo collab 1

Lien vidéo collab 2

Lien vidéo collab 3

Lien vidéo collab 4

Contacts presse :

Hélène Boyer – helene.boyer@kellogg.com – 06 73 19 69 70

Alix Bourgeois – abourgeois@epoka.fr – 06 07 55 25 52