

**METRO**

METRO FRANCE

AGRICULTURE -
AGROALIMENTAIRE

METRO France, filiale du Groupe METRO, exerce une activité de vente en gros de produits alimentaires et non alimentaires réservée à des clients professionnels.

Implanté en France depuis 1971, METRO, premier fournisseur des restaurateurs et commerçants indépendants, exploite 99 Halles répartis sur l'ensemble du territoire national. METRO France est la seule enseigne à proposer une approche globale dans l'univers du Commerce, associant à son offre de produits alimentaires, des réponses adaptées en, équipements et matériels, conseils et services.

Chiffres clés : o Plus de 4 milliards d'euros de Chiffre d'Affaires o 99 points de vente o 9000 collaborateurs

37^{es}
**GRANDS
PRIX** DE LA
COMMUNICATION

CHIFFRE D'AFFAIRES

45 750 000

9 000

**COLLABORATEURS
&
COLLABORATRICES**



DES ASSOCIATION NATIONALE
COMMUNICANTS

METRO FRANCE

Marque employeur

37^{es}
**GRANDS
PRIX** DE LA
COMMUNICATION

RÉVÉLEZ
LE M
QUI EST
EN VOUS

METRO recrute.
Alors si vous aussi
vous voulez apporter votre M,
rejoignez-nous vite sur
recrutement.metro.fr

SHAPE THE M

METRO

POURQUOI CETTE CAMPAGNE ?

METRO France souhaite être accompagnés pour challenger sa communication employeur actuelle et plus globalement renforcer et structurer sa stratégie employeur, afin de gagner davantage en notoriété auprès de ses publics-cibles. Car même s'ils ont gagné en visibilité ces dernières années, les difficultés de recrutement sont toujours là.

Une stratégie qui devra prendre en compte l'évolution de votre territoire de marque et la nouvelle campagne marque employeur Groupe (décembre 2022), pour gagner en cohérence et créer un fil rouge entre les différentes expressions de votre marque .

Toujours en cours - 06-2023 - BUDGET : 350 000 €

Création d'une stratégie employeur - Définition notre EVP (focus group, interview, formalisation) - Refonte de l'identité visuelle marque employeur - stratégie de recrutement - Achat d'espaces media et jobboard (Hellowork, Jobteaser, Indeed...) - Gestion des RS (Linkedin & Instagram) - Refonte des supports de communication interne - Refonte des outils écoles



DES
**ASSOCIATION NATIONALE
COMMUNICANTS**

METRO FRANCE

Marque employeur

37^{es}
GRANDS
PRIX DE LA
COMMUNICATION

POUR QUI ?

METRO recrute chaque année en points de vente environ :

- o 1 500 collaborateurs (équipiers commerciaux, préparateurs de commande, conseiller de vente expert, managers univers, responsables univers, leader/adjoint directeur, chargé de clientèle/commercial) en CDI
- o 800 saisonniers (principalement mer, montagne)
- o 250 alternants (niveaux BTS, Licence principalement)

METRO recrute chaque année au siège environ :

- o 180 cadres (dont une dizaine de directeurs de point de vente)
- o 80 stagiaires (2 x 40) écoles (niveau M1 /M2 principalement)
- o 50 alternants (niveau M1/M2)

COMMENT ?

- Définition et formalisation de la proposition de valeur employeur de METRO France (interviews dirigeants, focus group collaborateurs...)
- Traduction créative
- Déploiement interne et externe
- Prise en main des publications réseau sociaux (Linkedin, Instagram)

METRO FRANCE

Marque employeur

37^{es}
**GRANDS
PRIX** DE LA
COMMUNICATION

LES RÉSULTATS

AUGMENTATION DES CANDIDATURES :

- Avant la campagne : entre le 01/10/22 et le 31/01/23 : 77 346 candidatures
- Après le lancement de la marque employeur : entre le 01/10/23 et le 31/01/24 : 103 177 candidatures

AUGMENTATION DE LA NOTORIÉTÉ SUR LINKEDIN

- Avant la campagne : taux d'engagement moyen de janvier 2023 à septembre 2023 : 10,63%
- Après le lancement de la marque employeur : Taux d'engagement moyen de octobre 2023 à décembre 2023 : 13,3%/19,8%/17% soit un taux moyen de 16,7%
- Nombre d'abonnés de octobre 2023 à décembre 2023 : 72 229 à 75 000 abonnés à fin janvier 2023
- Top 3 au ranking Potential Park sur 100 entreprises (sous embargo jusqu'au 08/02/24) : catégorie réseaux professionnels LinkedIn/Indeed/Glassdor

ENGAGEMENT DES COLLABORATEURS : publications sur leurs réseaux sociaux avec une référence au "M comme"