



PEPSICO INVITE LES DIPLOMES A PARTICIPER A SON CHALLENGE INTERNATIONAL, « DARE TO DO MORE »

[15 janvier 2019] Aujourd'hui, PepsiCo lance son challenge international "Dare To Do More" (Oser en faire davantage) pour les étudiants, de sa région Europe et Afrique subsaharienne (ESSA). L'entreprise invite tous les diplômés à venir mettre leurs talents d'entrepreneurs à l'épreuve et à identifier la prochaine grande tendance en matière d'alimentation et de boissons.

Très compétitive, cette initiative dure 12 semaines et cible les étudiants de premier cycle passionnés par le business. Leur mission : identifier ce qu'ils pensent être la prochaine grande tendance en matière d'alimentation ou de boissons, créer leur propre produit ou développer un produit PepsiCo existant afin de le présenter aux dirigeants Européens de l'entreprise et d'expliquer comment le commercialiser.

Les candidats qui atteindront l'étape finale du challenge auront l'opportunité de passer un entretien et de décrocher une place dans l'un des programmes d'études supérieures « PepsiCo Go » de PepsiCo, leader sur le marché européen. Les candidats s'affronteront également pour remporter le grand prix : un voyage à New York au cours duquel ils pourront rencontrer les lauréats du monde entier et auront l'opportunité de présenter leur concept à l'équipe dirigeante mondiale de PepsiCo.

Ce programme sera lancé sur huit marchés : le Royaume-Uni, l'Espagne, la Belgique, les Pays-Bas, la Serbie, la Pologne, la France et la Turquie. Les lauréats auront l'occasion de travailler avec des collaborateurs du monde entier sur certaines des plus grandes et des meilleures marques de produits de grande consommation.

Becky Taylor, Senior Director Digital PepsiCo Europe et Afrique subsaharienne, a déclaré :

« Le challenge « Dare To Do More » est une plateforme passionnante pour les diplômés. Non seulement elle leur permet de présenter leurs propres idées de produits, mais également de donner un coup de pouce à leur carrière en rejoignant nos programmes pour diplômés PepsiCo Go.

Nous en sommes à notre troisième édition de ce challenge pour les étudiants. Aussi, nous nous attendons à ce que la compétition et les idées soient plus audacieuses que jamais. Si vous pensez avoir la prochaine grande idée dans le domaine alimentaire ou des boissons et que vous souhaitez travailler dans une entreprise attractive et dynamique, ce challenge est fait pour vous !»

Tim Warner, Vice President Insights & Analytics Europe et Afrique subsaharienne et Global Innovation Insights Practice, PepsiCo, a déclaré :

« Nos équipes Digital et Insights jouent un rôle essentiel dans l'élaboration de nos produits du futur et dans la façon dont nous les commercialisons sur les marchés mondiaux. Les diplômés qui rejoignent notre programme « PepsiCo Go » seront au centre des décisions critiques qui façonneront nos marques, l'innovation, la publicité et les stratégies de commercialisation.

Chez PepsiCo, nous sommes toujours à la recherche des meilleurs talents et le concours « Dare To Do More » est le moyen idéal d'identifier les esprits les plus brillants et les plus entreprenants. »

Paul Campbell, Senior Vice President Supply Chain PepsiCo Europe et Afrique subsaharienne, a déclaré :

« Le challenge « Dare To Do More » est, pour les futurs talents, un moyen fantastique de s'engager avec nous. La Supply Chain est sur le point d'entrer dans une phase de transformation et d'évolution massives, avec l'avènement du e-commerce et des nouveaux modes de communication entre les clients et leurs fournisseurs. Nous recherchons des personnes dotées d'une réelle curiosité qui puissent parfaitement comprendre notre situation actuelle et déterminer si nous sommes prêts pour l'avenir. Nos activités de fabrication et de distribution reposent sur une technologie et une réflexion pointues. Pour les diplômés, rejoindre notre programme « PepsiCo Go » est une formidable opportunité d'influencer leur carrière. »

« Dare to Do More », un challenge en 3 étapes:

1- PepsiCo University

La première étape donne aux candidats l'occasion d'avoir un point de vue sur le quotidien au sein de PepsiCo. Grâce à une formation virtuelle, les diplômés peuvent en apprendre davantage sur l'entreprise et organiser des webinaires en ligne avec des dirigeants et d'anciens diplômés de « PepsiCo Go ». Les candidats peuvent s'inscrire à l'adresse suivante : <https://daretodomore.pepsico.com>

2- Soumettre des idées

La deuxième étape en ligne consiste à demander aux diplômés de présenter leur « business case » : ce qui, selon eux, sera la prochaine grande tendance en matière d'alimentation ou de boissons, pourquoi et comment elle pourra être lancée sur le marché. Il pourra s'agir de la création d'un nouveau produit ou de l'adaptation d'une des gammes actuelles de PepsiCo.

3- Les mentors aident à développer les meilleures idées pour la finale !

Les meilleurs talents du deuxième tour s'assureront une place en finale et auront l'occasion de présenter leurs idées à un panel d'experts PepsiCo. Tous les finalistes travailleront aux côtés d'un mentor expérimenté de PepsiCo pour se préparer à la finale et auront l'occasion de passer un entretien pour un poste au sein de l'équipe Digital, Insights ou Supply Chain de PepsiCo.

Notes aux éditeurs

La photo ci-jointe présente quelques-uns des finalistes de l'an dernier lors de l'événement de clôture.

À propos du programme d'études Insights :

Le programme d'études Insights est un programme de trois ans qui couvre trois spécialités : Perspectives stratégiques, Perspectives consommateurs et Perspectives analytiques, assurant une progression rapide et une réelle responsabilité.

En travaillant dans la section Perspectives stratégiques, les diplômés identifieront les futures tendances en matière d'aliments et de boissons et aideront à créer des stratégies commerciales qui permettront à l'entreprise d'exploiter tout leur potentiel. Dans la section Perspectives consommateurs, les diplômés se pencheront sur l'évolution des habitudes et des goûts des consommateurs et utiliseront leurs résultats pour façonner tout leur travail, depuis les campagnes publicitaires jusqu'aux lancements de produits. Dans la section Perspectives analytiques, les diplômés analyseront la performance de nos marques en magasins et l'efficacité de nos supports multimédias, de nos prix et de nos promotions, et s'en serviront pour maximiser la croissance de nos marques.

À propos du programme d'études Digital :

Le programme d'études Digital est un programme d'un an qui couvre le e.commerce, le marketing des marques et les réseaux sociaux. Les diplômés auront l'occasion de façonner l'avenir de l'industrie des aliments et des boissons, notamment en influençant les comportements d'achat des consommateurs : quoi, où et comment.

Créatifs, tournés vers l'avenir et dotés d'un fort esprit d'entreprise, les diplômés de ce programme définiront notre positionnement, qu'il s'agisse de notre image ou de notre communication.

À propos du programme d'études Supply Chain :

Le programme d'études Supply Chain est un programme de deux ans. Les diplômés seront confrontés à différents processus et affectations dans les domaines du service à la clientèle, de la logistique et de la fabrication/exploitation. Ce programme donnera un aperçu complet des activités de la chaîne d'approvisionnement de PepsiCo pour une ou plusieurs de nos marques incontournables, depuis l'approvisionnement en matières premières, la planification des besoins, la production au plus juste et la livraison aux clients.

Les diplômés démontreront leurs compétences en matière d'influence, leurs idées innovantes et leur perspicacité afin de proposer une chaîne d'approvisionnement durable qui puisse offrir la meilleure valeur possible au client et amoindrir les coûts en réduisant le gaspillage dans le processus.

À propos de PepsiCo

Les produits PepsiCo sont consommés un milliard de fois par jour dans plus de 200 pays et régions du monde. PepsiCo a enregistré un chiffre d'affaires net d'environ 63 milliards de dollars en 2017, grâce à son portefeuille de marques complémentaires d'épicerie et de boissons : Frito-Lay, Gatorade, Pepsi-Cola, Quaker et Tropicana. Composé d'une large gamme de boissons et de produits d'épicerie savoureux, le portefeuille de produits PepsiCo comporte notamment 22 marques phares générant chacune un chiffre d'affaires annuel estimé à plus d'1 milliard de dollars.

Au cœur de PepsiCo se trouve le projet Performance with Purpose, notre profonde conviction que la performance de l'entreprise est intimement liée à la durabilité du monde dans lequel nous évoluons. L'amélioration continue de notre portefeuille, le respect de l'environnement, l'accompagnement au développement des populations, est ce qui permet à PepsiCo d'être une entreprise mondiale performante qui crée de la valeur à long terme pour la société et pour nos actionnaires. Pour plus d'informations, rendez-vous sur www.pepsico.com.

Avertissement

Les déclarations contenues dans le présent communiqué qui sont des « affirmations prévisionnelles » sont fondées sur l'information, les plans d'exploitation et les projections actuellement disponibles concernant les événements et les tendances futurs. Les affirmations prévisionnelles comportent intrinsèquement des risques et des incertitudes. Pour plus d'informations sur certains facteurs qui pourraient faire en sorte que les événements ou les résultats réels diffèrent considérablement de nos attentes, veuillez consulter les documents déposés par PepsiCo auprès de la Securities and Exchange Commission, notamment son plus récent rapport annuel sur formulaire 10-K et ses rapports subséquents sur formulaires 10-Q et 8-K. Les investisseurs sont mis en garde de ne pas se fier indûment à ces affirmations prévisionnelles, qui ne sont valables qu'à la date à laquelle elles sont faites. PepsiCo ne s'engage d'aucune manière à mettre à jour ces affirmations prévisionnelles à la suite de nouvelles informations, événements futurs, etc.