

Paris, le 20 janvier 2012

## KPMG invite les jeunes diplômés à faire grandir leur talent, avec sa nouvelle campagne de marque employeur signée TBWA\CORPORATE

KPMG lance une nouvelle campagne de marque employeur signée TBWA\CORPORATE, en rupture avec les codes classiques du secteur Audit-Conseil-Expertise comptable. A l'écoute des attentes de la Génération Y, KPMG entend ainsi attirer les meilleurs talents dans l'ensemble de ses métiers et se positionner comme employeur de référence auprès des jeunes diplômés, en valorisant l'expertise, les compétences et l'excellence dans un contexte économique incertain.

### Une campagne en rupture avec les codes habituels du secteur

A l'heure où les jeunes diplômés s'interrogent plus que jamais sur leur réalisation professionnelle et leur développement personnel, KPMG renforce sa marque employeur à travers une campagne de communication décalée, en phase avec les codes de la génération Y, dont les attentes envers le marché du travail sont particulièrement élevées.

Pour toucher au plus près les jeunes talents, KPMG a souhaité marquer sa campagne d'un territoire graphique fort, dynamique et contemporain, volontairement en rupture avec les usages de recrutement des cabinets d'audit. Articulée autour de la signature « Nous allons faire grandir votre talent », la campagne conçue par l'agence TBWA\CORPORATE traduit la promesse employeur de KPMG qui s'engage à apporter de l'expertise, des compétences et de l'excellence à la carrière de ses jeunes collaborateurs.

A travers cinq annonces au trait illustratif et coloré, la campagne met en avant, sur un ton décalé, les bénéfiques métiers acquis chez KPMG, avec une approche résolument directe des messages : « Vous saurez vous jouer de la complexité » (esprit critique, expertise), « Vous conduirez les autres vers le succès » (engagement, solidarité), « Vous ne laisserez plus rien au hasard » (esprit d'analyse, perspicacité), « Mieux que parler : vous saurez convaincre (impact, reconnaissance), avant de conclure « Vous en surprendrez plus d'un, à commencer par vous-même » (compétence, performance).



### Un dispositif média jouant la carte de la proximité avec les jeunes diplômés



Réalisé pour correspondre au mieux aux codes de la Génération Y qui a grandi avec le web, l'ensemble du dispositif de communication a pour point d'orgue le site Internet [kpmgrecrute.fr](http://kpmgrecrute.fr) et joue sur la proximité avec les jeunes diplômés.

Visible depuis le 16 janvier dans la presse nationale, la campagne sera également déclinée sur les supports d'affichage et les outils de communication RH du cabinet sur les salons et forums grandes écoles, et dans 32 écoles cibles du 23 janvier au 5 février 2012.

Sur le web, elle s'accompagne d'une refonte du site internet [kpmgreclute.fr](http://kpmgreclute.fr) aux couleurs de la campagne, de la mise en place de bannières animées sur les sites emploi, sites de partage comme Deezer et les réseaux sociaux Facebook, Viadeo, LinkedIn, Twitter. Les affiches intègrent un QR Code pour permettre aux jeunes, via leurs Smartphones, de prendre directement connaissance des offres de poste à pourvoir.

## Une politique RH en phase avec les attentes de la Génération Y

KPMG est un employeur de référence auprès des jeunes diplômés (seconde place après Google dans le classement mondial d'Universum des 50 employeurs préférés des jeunes). KPMG poursuit sa politique de recrutement avec jusqu'à 1 500 nouveaux collaborateurs en prévision d'embauche, et entend continuer à attirer les meilleurs talents en France.

« Les jeunes diplômés représentent 75 % de nos recrutements en CDI. En quête d'affectif et de proximité, ils veulent que l'entreprise prenne en compte leur individualité, souhaitent être reconnus et appréciés à leur juste valeur, et sont en demande de plus de souplesse, d'accompagnement et d'interaction, afin de grandir par leur travail », explique **Sylvie Bernard-Curie, Associée, directrice des ressources humaines, KPMG Audit-Advisory**. « Notre nouvelle campagne de marque employeur vise à exprimer les différentes aspirations de cette Génération Y que les entreprises en général ont encore du mal à intégrer. ».

« Valoriser auprès des jeunes diplômés l'ensemble de nos métiers est essentiel pour KPMG. D'autant que leur perception du marché reste floue », ajoute **Pascal Collardey, Associé et directeur des ressources humaines, KPMG S.A.** « Nous comptons sur cette nouvelle campagne pour consolider l'attractivité de la marque employeur KPMG et inviter les jeunes talents à redécouvrir les métiers de l'audit et de l'expertise comptable. ».



### Contacts :

Chloé Poracchia, Attachée de presse KPMG, 01 55 68 90 31, [cporacchia@kpmg.fr](mailto:cporacchia@kpmg.fr)  
 Marie-Béatrice de Crespin, Communication RH, 01 55 68 86 89, [mdecrespindebilly@kpmg.fr](mailto:mdecrespindebilly@kpmg.fr)

### KPMG en France

Premier groupe français de services pluridisciplinaires, KPMG est membre de KPMG International Cooperative, réseau de cabinets nationaux indépendants, présent dans 150 pays. Il intervient auprès des groupes internationaux, sociétés cotées, PME, TPE, entités du secteur public et de l'économie sociale et solidaire, dans le cadre d'activités d'audit, d'expertise comptable, de conseil et d'accompagnement juridique et fiscal.

[www.kpmg.fr](http://www.kpmg.fr) Suivez notre actualité sur Twitter !