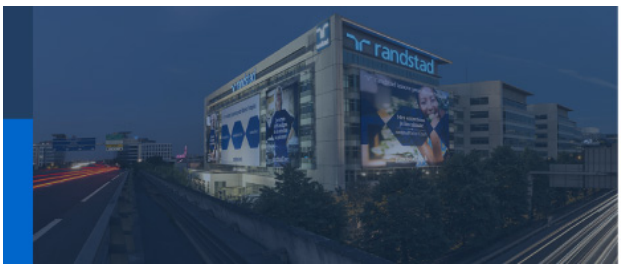


randstad
CDI-Intérim | Experts | Search & Selection | Solutions RH | Inhouse Services

Communiqué de presse

Paris, le 4 octobre 2017

Le groupe Randstad adopte une nouvelle signature de marque : human forward

Pour accompagner sa stratégie Tech & Touch (la puissance technologique conjuguée à l'expertise humaine), Randstad adopte à partir du 4 octobre dans le monde entier une nouvelle signature de marque : human forward. Dans un monde bouleversé par la technologie, le secteur des ressources humaines ne fait pas exception. En France, le groupe Randstad a pris la tête de la transformation digitale de son secteur en investissant massivement dans l'innovation technologique, avec par exemple le développement d'une solution Big Data dédiée aux ressources humaines ou encore le lancement de la première plate-forme d'intérim 100 % digitale Randstad Direct. Mais le groupe Randstad a la conviction que la valeur ajoutée de son métier réside d'abord dans la relation humaine. C'est ce qu'il a voulu réaffirmer avec sa nouvelle promesse de marque : Human Forward (l'humain, pour aller plus loin).

François Béharel

« L'humain est au cœur de notre métier. On y parle "confiance", "savoir-être", "talent", "vivre ensemble"… Pour autant, la révolution digitale à l'œuvre n'a pas manqué de modifier le paysage de l'emploi. Randstad France fait à cet égard figure de pionnier dans la profession : nous avons vu très tôt dans les technologies une formidable opportunité de création de valeur. Les solutions digitales permettent d'enrichir notre vision du marché du travail et d'anticiper les évolutions à venir. Au final, notre expertise RH s'enrichit : plus élaborée, elle repose sur l'analyse et le conseil. C'est toute l'ambition qu'exprime notre stratégie Tech & Touch, où la technologie n'a de sens que complétée par l'intervention d'un consultant. Le moment était donc venu de mettre en cohérence notre signature de marque avec cette

stratégie. Et à l'heure où ils sont nombreux à prédire que les robots remplaceront bientôt les hommes, human forward réaffirme que la supervision humaine est inaliénable, pour rester une entreprise où les ressources technologiques sont au service des ressources humaines », déclare François BÉHAREL, Président du groupe Randstad France.

Human forward, l'illustration concrète de la stratégie du groupe Randstad

Nous sommes entrés dans une ère de changements technologiques permanents, qui transforment nos façons de vivre, de travailler et de nous relier les uns aux autres. La technologie fait désormais partie intégrante de nos vies ; c'est le moteur invisible qui fait tourner le monde. Dans une économie du 7j/7 et du 24h/24, les clients n'ont plus les mêmes besoins. Ils travaillent différemment, ce qui influence les compétences qu'ils recherchent.

Les nouveaux outils et solutions RH digitales bouleversent l'activité des ressources humaines, en changeant radicalement la manière dont les gens trouvent un emploi. Clients et candidats veulent pouvoir accéder au service n'importe où, n'importe quand et sur n'importe quel support. C'est pourquoi Randstad investit massivement dans les nouvelles technologies.

Mais là où certains acteurs pensent ces technologies en termes de rupture, le groupe Randstad y voit une continuité. Notre avenir ne se résume pas à la transformation digitale. Si l'innovation technologique est la condition n°1 pour mettre en relation clients et candidats dans le monde de demain, améliorer les outils n'est pas une fin en soi. L'expérience digitale n'est que le ticket d'entrée. Le plus important reste la relation humaine.

C'est le parti qu'a pris le groupe Randstad avec sa stratégie Tech & Touch : prendre le meilleur des deux mondes, technologique et humain, pour aider les hommes et les organisations à grandir.

Human Forward est l'illustration concrète de cette prise de position.

Une nouvelle expérience utilisateur sur les sites grouperandstad.fr et randstad.fr

Les sites du groupe Randstad et de la marque Randstad ont été repensés pour fluidifier et enrichir l'expérience utilisateur. Aux couleurs de la nouvelle charte graphique du groupe, le rubriquage est simplifié. Comme c'était le cas auparavant, les sites sont en responsive design sur l'ensemble des supports.

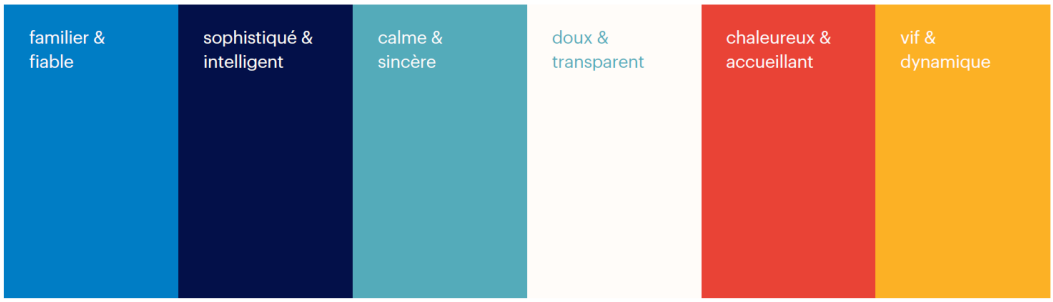
L’humain, depuis toujours dans l’ADN de Randstad

Les véritables rencontres ne sont pas faites de données et d’algorithmes : elles requièrent un engagement humain. De l’empathie. De l’intuition. De l’instinct. Ces qualités humaines ont forgé l’identité de Randstad depuis toujours. Elles expriment les valeurs fortes sur lesquelles Randstad s’est fondé et qui demeurent d’actualité : connaître, servir, faire confiance, rechercher la perfection, promouvoir les intérêts de chacun. Depuis plus de 55 ans, ces valeurs fondatrices ont permis au groupe Randstad de très bien connaître ses clients et ses candidats. Grâce à cette compréhension en profondeur du monde du travail, le groupe Randstad aide les candidats à atteindre leur vrai potentiel et contribue à la performance des employeurs.

Une nouvelle identité visuelle, résolument moderne et chaleureuse

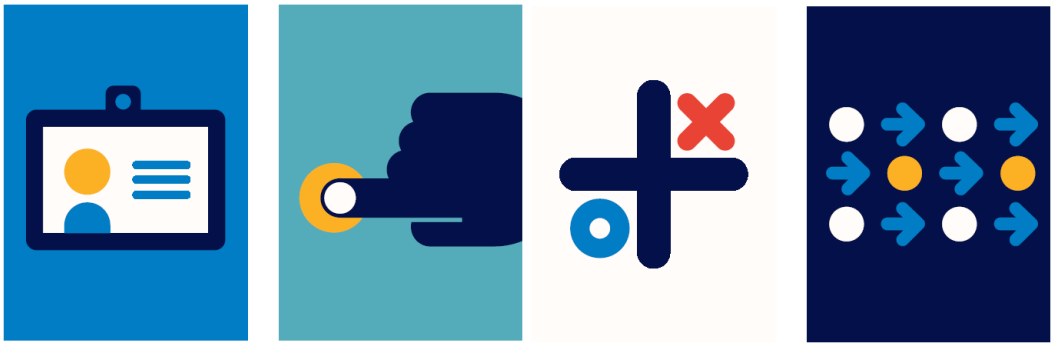
Couleurs

Le bleu, couleur originelle de Randstad, est également le socle de l’identité de Human Forward. Des couleurs secondaires chaleureuses viennent souligner la dimension humaine.



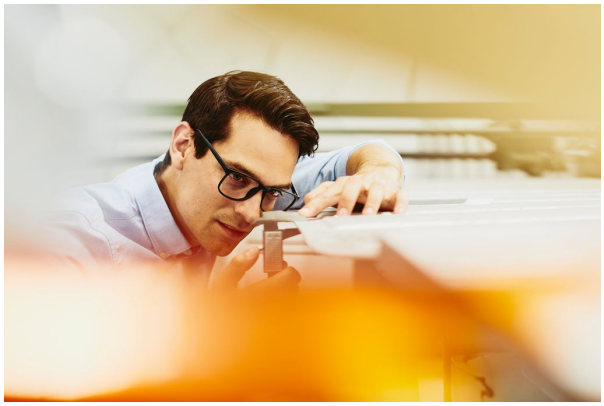
Illustrations et icônes

Avec des illustrations basées sur le code binaire, le groupe Randstad souhaite montrer son fort investissement dans le monde digital. Toutefois, dans le design, les « 1 » et les « 0 » deviennent des images qui mettent l’accent sur l’approche humaine. Et leur simplicité ludique convient parfaitement à des applications conviviales sur smartphone ou tablette.



Photographies

L'iconographie, avec des images qui évoquent des moments vrais, des instants volés, s'inscrit dans la promesse d'authenticité que représente human forward.



Et si l'humain était la machine la plus puissante au monde ?

Si la technologie est omniprésente dans notre quotidien, rien ne remplacera l'expertise humaine. Et si l'homme était plus puissant que la machine ? C'est en tout cas la conviction du groupe Randstad, qui l'illustre dans une courte vidéo à découvrir le site du groupe : **grouperandstad.fr**

A propos du Groupe Randstad France

Le Groupe Randstad France fait partie du Groupe Randstad, deuxième acteur mondial sur le marché des ressources humaines, fondé aux Pays-Bas en 1960. En France, il se place parmi les leaders en matière de services en ressources humaines avec en 2016 un chiffre d'affaires de 3,5 milliards d'euros. En 2016, le groupe (3 500 collaborateurs-trices) aura délégué chaque semaine 65 000 collaborateurs intérimaires et recruté 42 500 professionnels en CDI/CDD, en s'appuyant sur son réseau national et local de 700 agences et bureaux.

Randstad, qui est engagé depuis plusieurs années dans la lutte contre les discriminations, est la seule entreprise française de services en Ressources Humaines à avoir obtenu les labels « Egalité Professionnelle » (octobre 2008) et « Diversité » (janvier 2009), en reconnaissance des actions menées en faveur de la promotion de la Diversité au sein de l'entreprise.

Retrouvez-nous sur :

randstad **www.grouperandstad.fr** | **@GroupRandstadFR**

re · sources le datalab de l'emploi **http://resources.grouperandstad.fr** | **@DataLabEmploi**

Contacts presse

Groupe Randstad France
Direction de la Communication
Tél. 01 41 62 22 10

Sophie Durand : 06 37 86 44 00
Sébastien Buffet : 06 01 35 25 39

Agence Wellcom
Tél. 01 46 34 60 60

Sonia El Ouardi : sonia.elouardi@wellcom.fr
Donna Clément : donna.clement@wellcom.fr
Laure Curien : laure.curien@wellcom.fr