



PepsiCo

Imperiastraat 6

1930 Zaventem

Telefoon: 02/714 05 40

Website: www.pepsico.be

PepsiCo als werkgever

PepsiCo Belgium is producent van frisdranken, tussendoortjes en ontbijtgranen.

De meest bekende merken, Lay's, Looza, Smiths, Tropicana, Pepsi, Doritos, Alvalle, Quaker en 7-Up, zijn goed voor een miljardenomzet.

Resultaten van het onderzoek

Primaire Arbeidsvoorwaarden	★★★★
Secundaire Arbeidsvoorwaarden	★★★★
Training & Ontwikkeling	★★★★
Carrièremogelijkheden	★★★★½
Organisatiecultuur	★★★★½

+: PepsiCo geeft medewerkers veel verantwoordelijkheid en laat hen zelf heel wat initiatief nemen.

Het bedrijf stelt de werknemer en zijn ontwikkeling centraal. Er wordt veel aandacht besteed aan sterk leiderschap en managers worden continu begeleid in het aansturen van teams.

Feiten en cijfers

- PepsiCo werd opgericht in 1898 in North Carolina
- Wereldwijd 285.000 medewerkers, in België 930 werknemers (Onderdeel van PepsiCo Europe)
- PepsiCo telt vier vestigingen in Zaventem, Veurne, Zeebrugge en Borgloon
- Omzet: 60 miljard dollar wereldwijd
- Topmerken in segment van frisdranken, vruchtensappen, tussendoortjes en ontbijtgranen

Arbeidsvoorwaarden

- Salaris dat boven marktgemiddelde ligt
- Bedrijfswagen voor bepaalde functiegroepen
- Hospitalisatieverzekering en pensioenplan
- Flexibele werkuren
- Conciërgeservices zoals was- en strijkdiensten, carwash en herstelling van kleding en schoenen.



PepsiCo is gecertificeerd als één van de Top Employers België, 2011



PepsiCo wil een financieel gezond bedrijf zijn met een positieve impact op de maatschappij.

Hun strategie 'Performance with Purpose', rust op drie pijlers: duurzaam en milieubewust ondernemerschap, focus op voeding en gezondheid en investeren in de ontwikkeling van medewerkers.

PepsiCo ter introductie

PepsiCo wordt vaak uitsluitend geassocieerd met het frisdrankenmerk Pepsi. Nochtans heeft de multinational nog heel wat andere topmerken in zijn portfolio. De focus ligt op frisdranken, tussendoortjes en ontbijtgranen. Lay's, Looza, Smiths, Tropicana, Pepsi, Doritos, Alvalle, Quaker en 7-Up zijn het meest gekend in België.

Wereldwijd realiseert PepsiCo een omzet van 60 miljard dollar en dit met 285.000 enthousiaste medewerkers. In België telt PepsiCo zo'n 930 werknemers, gespreid over vier vestigingen. Het commerciële hoofdkantoor in Zaventem groepeerde overkoepelende diensten zoals sales, marketing, HR, finance, supply chain en IT. De fabriek van Veurne produceert de chipsmerken Lay's, Smiths en zoute snacks zoals Doritos. Zeebrugge huisvest de fabriek van de Tropicana-vruchtensappen en de site in Borgloon is de thuisbasis voor het merk Looza.

Ondernemerschap

PepsiCo is een groeiend bedrijf. Ook tijdens de afgelopen jaren is de onderneming blijven rekruteren. "Kandidaten weten nog te weinig dat we niet enkel actief zijn in frisdranken maar ook A-merken hebben in andere belangrijke voedingssegmenten. Die boodschap willen we nog meer uitdragen," zegt Paula Coughlan, HR Director Belgium.

Wie bij PepsiCo werkt, of dat nu in België is of in een ander land, heeft hetzelfde DNA. Een van de belangrijkste »

eigenschappen die een toekomstige werknemer moet bezitten, is ondernemerschap. "Hier heerst er een echte 'can do'-mentaliteit. Niets is onmogelijk", zegt Paula Coughlan. "We zijn een bedrijf waar elke medewerker verantwoordelijkheid kan en mag nemen. Onze mensen zijn allemaal ondernemers met een sterke gedrevenheid die samen ambitieuze doelstellingen bereiken. Kiezen voor PepsiCo betekent dan ook kiezen voor een internationaal bedrijf met wereldproducten. Je komt terecht in een snel bewegende omgeving waar heel wat te beleven valt. Dat is ook onze aanpak ten opzichte van de carrières van medewerkers. We willen medewerkers zoveel mogelijk verantwoordelijkheid geven zodat ze voortdurend

kunnen groeien. Die kansen moeten ze zelf ook grijpen."

PepsiCo onderscheidt zich van de andere bedrijven door hun cultuur en de werksfeer. In een Amerikaans bedrijf gebeurt alles vaak top down. Het spreekt voor zich dat we processen hebben, maar er is tegelijk ruimte om ook zelf zaken in handen te nemen. Kandidaten krijgen al een idee van de werksfeer bij PepsiCo tijdens het rekruteringsproces. "Ze zien de can do-mentaliteit en de energie al heel snel tijdens hun eerste contact met het bedrijf." Wat ook het verschil maakt, zijn het informele karakter en de vriendelijke sfeer. "We zijn gedreven en dynamisch maar we kleden ons niet in maat-



Kathleen De Grove, 3rd party logistics manager

"Er zijn verschillende redenen waarom ik voor PepsiCo heb gekozen. Ik wou graag eens aan de andere kant van de tafel zitten. Vroeger werkte ik immers bij een diensverlener. PepsiCo is ook een bedrijf dat producten maakt die iedereen kent. Als 3rd party logistics manager verzorg ik de contractonderhandelingen en kijk ik of de tarieven goed in de markt liggen. Er werken hier ook veel jonge mensen. De sfeer is heel aangenaam, ook al werken we hard. PepsiCo besteedt veel aandacht aan de work life balans. Ik werk op woensdag van thuis uit en in de namiddag ben ik vrij. Mijn baas zal daarom nooit een vergadering plannen op die dag. Het welzijn van de werknemer krijgt ook veel aandacht. Zo gaan we met een aantal collega's over de middag joggen of zwemmen, wat ons een nieuwe energieboost geeft."



"Talent is heel belangrijk. We focussen op de carrière van onze medewerkers. Vandaar ook dat we met trots kunnen zeggen dat 85 procent van onze managers intern is doorgegroeid."

Paula Coughlan,
HR Director Belgium

PEPSICO

pakken. Hier heerst een aangename cultuur. De deuren staan altijd open. De medewerkers kunnen op elk moment binnenlopen bij de directie. Via de vele informele contactmomenten weten we wat leeft in het bedrijf."

Lonen en extralegale voordelen

PepsiCo betaalt meer dan het marktgemiddelde. "We behoren tot de top 25% beste betalers. We benchmarken niet alleen het loon en de extralegale voordelen, maar bijvoorbeeld ook ons wagenbeleid."

Het bedrijf heeft geen retentiebeleid maar peilt wel naar de betrokkenheid van de medewerker. Om de twee jaar houdt PepsiCo een mini-enquête waarin ze de algemene tevredenheid, betrokkenheid, loyaliteit en leiderschapskwaliteiten van het management meten, evenals de extralegale voordelen meten. "We hebben uitstekende resultaten in België", legt Paula Coughlan uit. "Ieder land creëert een actieplan om in elk van deze domeinen nog verder te verbeteren. Op dit moment werken we heel hard aan erkenning. Door de snelheid en de drukte wordt soms al een svergeten gewoon 'dank je wel' te zeggen."

Carrièreverloop

Wat de opvolging en het carrièreverloop betreft, combineert PepsiCo het perspectief van

het bedrijf met de ambities van de medewerker. De succession planning gebeurt het hele jaar door. "In het kader van ons People Planning Process kijken we hoe het bedrijf de komende drie jaar zal evolueren op strategisch vlak en welke nieuwe competenties en expertises we daarvoor zullen nodig hebben. Daarna proberen we ons huidige talent te koppelen aan onze strategie. Wie levert een stevige bijdrage, wie kan een senior rol opnemen, wie heeft de sleutelvaardigheden? Dit is trouwens niet alleen weggelegd voor de high potentials. Bij ons heeft iedereen de kans om door te groeien. Belangrijk hierbij zijn de ervaringen die de medewerkers opdoen. Iemand met een commerciële functie kan zijn carrière verder ontwikkelen door bijvoorbeeld ervaring op te doen in één van onze fabrieken of op een marketing of finance-afdeling. In functie van de ambities van de medewerker worden een aantal actiepunten vastgelegd in een Career Development Action Plan, die de medewerker samen met zijn of haar directe manager bespreekt: waar bevind ik mij in mijn carrière, wat is de volgende stap, wat is mijn langetermijndoelstelling en hoe kan ik daar geraken? We investeren veel tijd in dit proces."

Het Management Development Center van PepsiCo heeft een uitgebreid opleidingsaanbod. "We bieden een waaier aan opleidingen »



"Eén van de eigenschappen die een toekomstige werknemer moet bezitten, is ondernemerschap. Hier heerst een echte 'can do'-mentaliteit."

gebaseerd op ons eigen competentiemodel. Dit kunnen zowel functietechnische opleidingen zijn als trajecten rond leiderschap, coachingssessies, kennis van de business, cross-categorie opleidingen tot zelfs specifieke projecten waarin de werknemer nieuwe vaardigheden kan ontwikkelen en op die manier verder kan evolueren in zijn carrière. Voor de Belgische medewerker zijn er ook internationale doorgroeimogelijkheden. "Internationaal doorgroeien moedigen we aan. Zeker voor de senior managers is een internationale uitdaging belangrijk om een duwtje aan de carrière te geven. Voor sommige medewerkers lukt het gewoon niet omdat ze gebonden zijn aan familie, maar dat betekent daarom niet dat ze niet verder kunnen groeien." Zelf is Paula Coughlan een goed voorbeeld van die internationale mobiliteit. Ze komt zelf uit Groot-Brittannië. "Onze CFO komt uit Duitsland. Wat me vooral aantrekt bij PepsiCo is dat mensen centraal staan. De diversiteit is ook een belangrijke troef van het bedrijf. 35% van het senior management in België is vrouwelijk."

Drie pijlers

PepsiCo besteedt met het Flexico-programma veel aandacht aan het evenwicht tussen werk en privé. Indien de functie het toelaat, hebben medewerkers flexibele uren of kunnen ze van thuis uit werken. "Niemand heeft er immers

baat bij als je in de file staat", legt Paula Coughlan uit. Voor sommige functies is ook videoconferencing mogelijk. In de zomer kunnen de medewerkers vrijdagmiddag naar huis zodat ze langer van het weekend kunnen genieten. Bij PepsiCo gaat het niet alleen over flexibel werken maar ook over keuzes maken om zich een gezondere levensstijl aan te meten. "In november hadden we een gezondheidsweek met workshops over stressmanagement, gezond voedingspatroon, een goede nachtrust, effectief denken en faciliteiten om de praktische organisatie van gezin en werk te vergemakkelijken. We zien het best wel heel ruim."

Bij PepsiCo zijn we ervan overtuigd dat duurzame groei met aandacht voor gezondheid, milieu en mensen de enige manier is om ons bedrijf ook in de toekomst succesvol te laten zijn. Dat brengt de multinational onder de strategie 'Performance with Purpose', die op drie pijlers rust. Een eerste is de betrokkenheid met een duurzame omgeving. "We willen onze ecologische voetafdruk beperken door te letten op het energie- en waterverbruik in onze fabrieken. We hebben daar al veel mooie resultaten mee geboekt." Een tweede pijler is focus op voeding en gezondheid. "We verbeteren ons productengamma continu door vetten, zouten en suikers te reduceren. Voor onze medewerkers hebben we een interne website, informatie en

online advies over allerlei gezondheidsaspecten. Op de werkplek is gratis fruit beschikbaar. Zo ondersteunen we onze werknemers zoveel mogelijk om hun gezondheid de nodige aandacht te geven.”

De derde pijler is investeren in de ontwikkeling van medewerkers. “Talent is heel belangrijk. We focussen op de carrière van onze medewerkers. Vandaar ook dat we met trots kunnen zeggen dat 85 procent van onze managers intern is doorgegroeid. We zetten dat talent ook in voor vrijwilligerswerk of goede doelen. Dit gebeurt nu eerder ad hoc maar het komende jaar willen we onze rol binnen ‘Corporate Social Responsibility’ verder uitbouwen.”



Luc Want, shopper marketeer

“Een vriend van me werkte hier en ik had een nieuwe uitdaging nodig. De werksfeer beviel me onmiddellijk en ik had dat gevoel ook van bij het eerste contact. PepsiCo heeft een open werksfeer. Wat me het meest opvalt, is dat de medewerkers niet alleen trots zijn op de producten, maar dat er ook een evenwicht is tussen korte en langetermijn om de klanten tevreden te stellen. Ik ben bij PepsiCo gestart in 2006 als commercieel vertegenwoordiger. Nu ben ik doorgegroeid tot shopper marketeer. Mijn taak bestaat erin om de winkels en consumenten te overtuigen dat we de beste producten hebben. Het bedrijf investeert voortdurend zodat we ons goed voelen op het werk en ons verder kunnen ontwikkelen dankzij opleidingen en ervaringen.”

