



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Paris, le 26 juin 2024

Free lance aujourd'hui sa 1^{ère} campagne Marque Employeur



C'est une première dans l'histoire de Free : l'opérateur lance une campagne Marque Employeur à son image, destinée à faire connaître l'entreprise et la diversité de ses métiers tout autant qu'à attirer les meilleurs talents. Un site web dédié etre-free.fr et une campagne digitale sont activés aujourd'hui.

Un employeur... pas comme les autres

Devenu en 25 ans un acteur majeur du secteur qui réunit 22,7 millions d'abonnés, Free a beaucoup grandi mais demeure un **opérateur pas comme les autres**.

En France, Free incarne la **révolution des Télécoms** : dernier entrant sur le marché, l'opérateur est venu bouleverser l'ordre établi en conjuguant innovation technologique, juste prix, liberté et simplicité afin de rendre le numérique accessible à tous. Aujourd'hui, Free continue de se **distinguer** par ses produits, par sa politique tarifaire et par sa relation de proximité avec sa communauté d'abonnés.

Cette singularité a aussi construit la grande entreprise que Free est devenue, forte aujourd'hui de plus de **11 500 collaborateurs** dédiés à ses activités en France. C'est ce qu'a révélé le sondage qui a été réalisé auprès de nos collaborateurs : Free n'est pas un **employeur comme les autres**.

Les 5 piliers de notre marque employeur

Cinq piliers RH constituent l'identité de Free en tant qu'employeur :

1. Avoir de l'impact - Free est un opérateur engagé à l'ADN militant. Chez Free, notre travail a un impact concret sur le monde qui nous entoure.

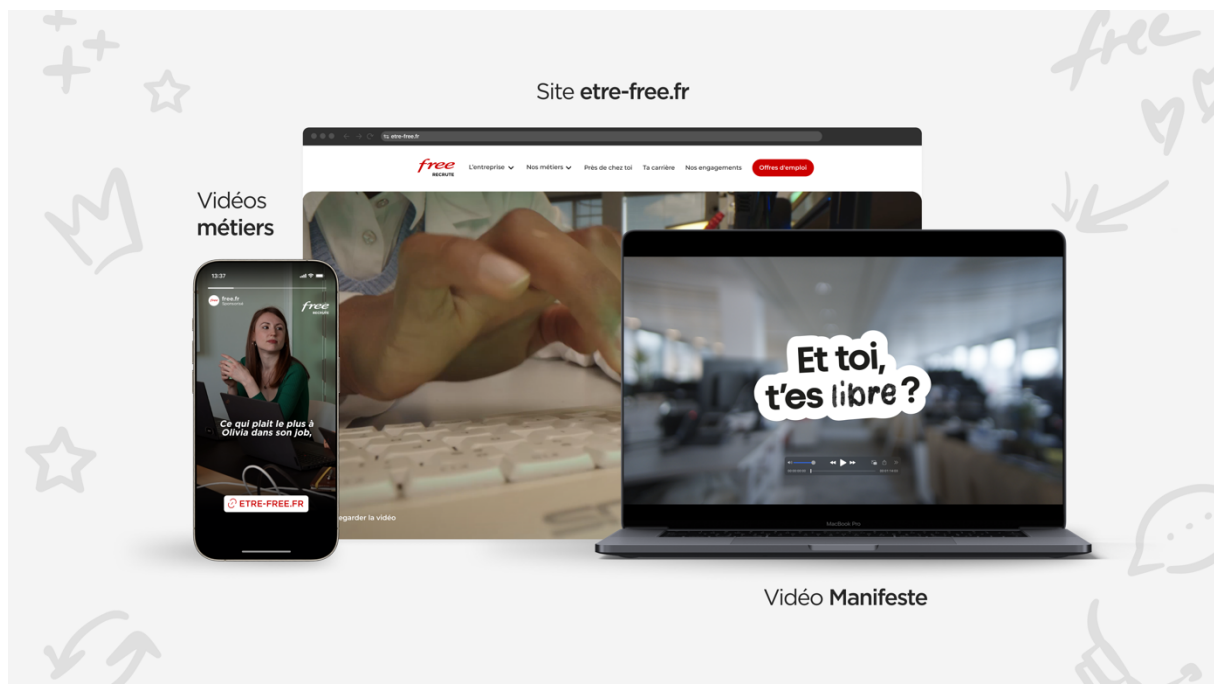
2. Etre agile - Free a une forte culture entrepreneuriale et ses équipes de petite taille, agiles et dynamiques, aiment délivrer et se dépasser. De nombreux savoir-faire ont été internalisés car on aime faire les choses nous-mêmes.

3. Etre libre - Chez Free, on est libre et il règne un climat de confiance ; l'autonomie est l'une de nos valeurs cardinales.

4. S'épanouir - Free est une entreprise diverse, ouverte, accueillante où chacun peut trouver sa place et s'épanouir. Le recrutement y est très ouvert, sans jugement a priori.

5. Apprendre et évoluer - Free propose une grande variété de métiers et il est possible de faire évoluer sa carrière tout au long de sa vie professionnelle ; un effort très important est consacré à l'éducation, à la formation, à l'accompagnement RH des collaborateurs.

Une plateforme de marque dédiée



Afin de faire connaître sa **culture singulière** et d'attirer les **meilleurs talents** sur tous ses métiers, Free lance aujourd'hui une plateforme de marque dédiée autour du **site etre-free.fr**.

En complément, une **campagne digitale** est lancée sur les réseaux sociaux, avec la promotion du **film Manifeste** de sa marque employeur sur LinkedIn et la diffusion d'une **série de vidéos Métiers** sur TikTok et Snapchat.

Free recrute !

Porté par une forte croissance, Free recrute actuellement sur ses **6 grandes familles de métiers** :

- 1.! métiers de la [Tech et du Digital](#) ;
- 2.! métiers des [Boutiques](#) ;
- 3.! métiers de la [Relation Abonné](#) ;
- 4.! métiers des [Réseaux Télécoms](#) ;
- 5.! métiers des [Fonctions Centrales](#) ;
- 6.! métiers [Free Pro](#).

Près de **650 postes** sont à pourvoir dans toute la France.

Frédérique Chémaly, Directrice des Ressources Humaines de Free : « Chez Free, on joue collectif, on met en valeur les compétences plutôt que le diplôme, on encourage à faire et à innover. Résultat ? Nos collaborateurs nous le disent : ils ressentent une forme de liberté, avec le sentiment qu'ici, tout est possible. C'est ce qui nous a donné envie de lancer notre 1^{ère} campagne de Marque Employeur : le but est de valoriser nos métiers et nos collaborateurs, mais aussi et surtout de raconter ce qui nous rend uniques. »

Nicolas Thomas, Directeur Général de Free : « Si Free innove depuis 25 ans, c'est grâce à un modèle d'organisation singulier, qui s'appuie sur des équipes de petite taille, ultra autonomes, auxquelles on fait confiance. Ce modèle a forgé la culture de l'entreprise, qui reste aujourd'hui, malgré nos plus de 11 500 collaborateurs en France, à la fois agile et orientée « delivery ». Free résout l'équation impossible : conjuguer la dimension d'un grand groupe avec la culture d'une start-up ».

Rendez-vous sur : etre-free.fr

À propos de Free

Inventeur de la 1^{ère} box triple-play au monde, Free est un opérateur Fixe et Mobile Très Haut Débit français, qui se distingue par ses offres innovantes, simples et attractives. Il comptait, fin mars 2024, 22,7 millions d'abonnés particuliers (15,2 millions d'abonnés mobiles et 7,5 millions d'abonnés fixes). Free est une filiale du Groupe iliad, créé en France au début des années 90 et aujourd'hui présente en Italie sous la marque iliad, et en Pologne sous la marque Play. En mars 2021, le Groupe iliad a par ailleurs lancé en France son activité dédiée aux entreprises sous la marque Free Pro.

www.free.fr

Pour nous suivre

 X : [@Free](#)

 LinkedIn : [Freefr](#)