

Information Presse

18 mai 2021

Volkswagen montre la voie de la diversité et du respect avec la campagne « Out At Work »

- **Montrer leurs véritables couleurs : plus de 120 employés du monde entier racontent leur coming out au travail**
- **La campagne #OutAtWorkVWgroup envoie un signal fort à l'occasion du Mois Européen de la Diversité et dans le cadre de la Semaine de la Diversité de Wolfsburg**
- **Klaus Zellmer, membre du Directoire de Volkswagen en charge des Ventes, et Daniela Cavallo, Présidente du Comité d'Entreprise, soutiennent la campagne et insistent sur « la richesse de la diversité des effectifs »**

Plus de 120 employés du Groupe Volkswagen et de ses marques célèbrent leur coming out en tant que lesbiennes, gays, bisexuels, trans*, non-binaires ou queers pour marquer la Journée internationale contre l'homophobie, la biphobie, l'interphobie et la transphobie (IDAHOBIT). Avec une campagne intitulée #OutAtWorkVWgroup, les employés souhaitent envoyer un message fort et positif en faveur de la diversité et montrer que les effectifs de l'entreprise sont déjà extrêmement diversifiés. Les participants à la campagne travaillent pour différentes marques et entreprises du Groupe en Allemagne, au Royaume-Uni, en Autriche, en Pologne, en Espagne, aux États-Unis, au Canada, au Brésil et en Argentine.

Le cœur de la campagne est un projet vidéo et photo dans lequel les employés montrent leurs véritables couleurs et racontent leur coming out au travail. « En donnant à ces collègues une plateforme, leurs récits deviennent concrets et personnels. Cela génère davantage de proximité et de solidarité, notamment chez ceux qui n'ont pas encore réfléchi à la diversité. Nous sommes certains que cette campagne interactive suscitera davantage d'attention et d'émotion que les chiffres et statistiques », explique Rafael Nasemann, de « We drive proud », le réseau LGBTIQ* de Volkswagen.

« Nous voulons que chacun puisse être lui-même chez Volkswagen, note Klaus Zellmer, membre du Directoire de la marque Volkswagen en charge des Ventes, du Marketing et de l'Après-Vente. Je suis convaincu que l'honnêteté, le plaisir, la satisfaction et la créativité sont non seulement à l'origine des bonnes performances mais produisent, ensemble, les meilleurs résultats possibles. »

« Je suis très très fière de tous ces collègues qui n'ont pas hésité à s'assumer pour dire : "Voilà ce que je suis et c'est bien", note Daniela Cavallo, Présidente du Comité Central d'Entreprise et du Comité d'Entreprise du Groupe. Les campagnes telles que #OutAtWorkVWgroup sont importantes pour améliorer la visibilité au sein d'une entreprise et pour renforcer la sensibilisation à l'importance de la diversité. Bien sûr, l'idéal serait qu'un jour, le respect et la tolérance soient si normaux que nous n'ayons plus besoin de campagnes de ce genre. »

« Pour les marques du Groupe Volkswagen, la diversité des effectifs est une richesse que nous souhaitons continuer à encourager. Nous valorisons la diversité chez tous nos employés et nous ne tolérons aucune discrimination. C'est pourquoi nous soutenons l'initiative #OutAtWorkVWgroup des employés », ajoute Elke Heitmüller, responsable de la Gestion de la Diversité pour le Groupe Volkswagen.

Le premier Mois Européen de la Diversité, lancé par le Commissaire Européen pour la Politique d'égalité des chances, aura lieu en mai 2021. À cette occasion et pour mieux sensibiliser les employés à l'importance de la mise en place d'une culture d'entreprise inclusive, le département Gestion de la Diversité du Groupe Volkswagen organisera des événements couvrant différents aspects de la diversité et de l'inclusion pour marquer la 9^e Journée de la Diversité en Allemagne le 18 mai et tout au long du mois de mai.

Le 17 mai 1990, l'Organisation Mondiale de la Santé a pris la décision de ne plus considérer l'homosexualité comme un trouble mental. Cette date est ensuite devenue la Journée internationale contre l'homophobie, la biphobie, l'interphobie et la transphobie (IDAHOBIT). Elle marque cette année, pour la troisième fois, le début de la Semaine de la Diversité à Wolfsburg. Outre Volkswagen, l'Autostadt, VfL Wolfsburg, Phaeno, le Scharoun Theater, le Wolfsburg Art Museum, l'Université des sciences appliquées d'Ostfalia, le Centre Culturel Hallenbad et Wolfsburg AG participeront à la campagne.

La campagne #OutAtWorkVWgroup a été lancée par « We drive proud », le réseau LGBTIQ* -&-friends du Groupe Volkswagen et est soutenue par les réseaux LGBTIQ* des autres marques du Groupe (notamment queer@audi, Proud@Porsche, proud@MAN, Pride@SEAT -> Pride Moves Us at SEAT S.A., ŠKODA Proud et Bentley BeProud) ainsi que par leurs différents départements de gestion de la diversité.

#OutAtWorkVWGroup – les employés du Groupe Volkswagen participent à leur propre campagne et racontent leurs histoires : <https://youtu.be/2ySdK1f9pjl>

A propos du Groupe Volkswagen

Basé à Wolfsburg, le Groupe Volkswagen est un des principaux constructeurs automobiles au monde et le plus important en Europe. Le Groupe rassemble douze marques provenant de sept pays européens : Volkswagen Véhicules Particuliers, Audi, SEAT, ŠKODA, Bentley, Bugatti, Lamborghini, Porsche, Ducati, Volkswagen Véhicules Utilitaires, Scania et MAN. La gamme de produits proposée va des voitures particulières aux véhicules de luxe. Ducati propose des motos. Dans le secteur des véhicules utilitaires, la gamme s'étend des pickups aux bus et aux poids lourds. Chaque jour, plus de 671 205 salariés produisent près de 44 567 véhicules, sont impliqués dans des services liés aux véhicules ou travaillent dans d'autres secteurs d'activité. Le Groupe Volkswagen vend ses véhicules dans 153 pays.

En 2020, le nombre total de véhicules livrés à clients par le Groupe était de 9,3 millions (2019 : 10,97 millions). La part de marché dans le secteur des véhicules particuliers a atteint 12,9%. Le chiffre d'affaires du Groupe s'est élevé à 252,6 milliards d'euros en 2019 (2018 : 235,8 milliards d'euros). Le bénéfice après impôts fut de 14 milliards d'euros (2018 : 12,2 milliards d'euros).
