

# VOLKSWAGEN

AKTIENGESELLSCHAFT

## Information Presse

21 septembre 2016

### **Lancement de la campagne sur l'Intégrité : le Groupe Volkswagen précise les règles de conduite en matière d'intégrité et respect des valeurs**

- Une campagne pilote sur l'intégrité déployée à l'usine de Wolfsburg
- Dr. Christine Hohmann-Dennhardt Membre du Conseil d'Administration déclare : «Notre objectif est d'ancrer plus fortement le sens et l'importance de l'intégrité et des valeurs dans notre vie de tous les jours. »
- L'intégrité managériale et l'intégrité des ambassadeurs pour établir le lien entre le Conseil d'Administration et les salariés
- L'intégrité, un des axes majeurs de la stratégie du Groupe 'TOGETHER - STRATEGY 2025'

Le Groupe Volkswagen a annoncé dans son usine de Wolfsburg le lancement de sa campagne pilote prônant l'intégrité. Lancée en premier au sein de la marque Volkswagen, l'initiative sera reprise progressivement par les autres marques au cours de leur propre campagne. « L'intégrité est souhaitée, encouragée et respectée dans le Groupe Volkswagen. Notre campagne pilote, qui commence avec la marque Volkswagen, vise à comprendre et à sensibiliser les personnes au concept d'intégrité et aux valeurs éthiques personnelles. » a commenté Christine Hohmann-Dennhardt, Membre du Conseil d'Administration du Groupe en charge de l'Intégrité et des Affaires Juridiques.

L'intégrité fait partie intégrante de chaque entreprise moderne, transparente et responsable. Des valeurs claires et convaincantes qui donnent l'orientation pour tous les salariés sont la condition préalable à la réussite de l'entreprise et à un avenir durable. Le Groupe Volkswagen a développé sa propre campagne d'intégrité, laquelle est dirigée par Christine Hohmann-Dennhardt en vue d'ancrer plus fortement le sens et l'importance de l'intégrité et des valeurs au niveau de la culture d'entreprise ; cette campagne est en cours de déploiement à l'usine de Wolfsburg.

«Il est important que les salariés comprennent qu'un comportement éthique est primordial pour le succès de l'entreprise. Cette campagne a également pour but de créer une nouvelle approche, plus responsable et une sensibilisation à l'intégrité et à la conformité afin que celles-ci soient fermement ancrées dans la culture d'entreprise». Christine Hohmann-Dennhardt ajoute : «Tout le monde, en particulier le management, est appelé à participer à l'initiative. Nous ne réussissons que si nos managers agissent comme un modèle d'intégrité, si le leadership est basé sur le respect des valeurs et si ceux-ci sont un exemple pour leurs équipes. »

**Campagne pilote : Que devrait signifier l'intégrité chez Volkswagen ?**

La campagne invite tous les salariés de l'usine de Wolfsburg à une réflexion approfondie sur la signification de l'intégrité. La campagne comprend plusieurs phases visant à introduire progressivement le sens et la portée du concept d'intégrité pour l'éthique individuelle au sein de l'usine.

Tout d'abord, il était important de comprendre le concept d'intégrité, de sensibiliser les salariés sur le thème et d'éveiller leur curiosité. À cette fin, nous avons mis en place, partout dans l'usine de Wolfsburg, des affiches avec divers slogans et utilisé les écrans dans les halls de production et les bus a déclaré Claudia Sutter, qui dirige le projet de gestion de l'intégrité. « Le projet a été officiellement lancé lors de notre réunion de travail durant laquelle Christine Hohmann-Dennhardt a expliqué l'initiative à un large public et encouragé tout le monde à y participer ».

La prochaine étape va mettre l'accent sur l'intégrité et les échanges. En plus d'aborder le thème dans la communication interne, il y aura aussi un dialogue direct sous la forme de chats. Le programme « caisse de résonance » sera lancé (ce terme a son origine dans le monde de la musique et se réfère à la carte son situé dans un piano et utilisé pour amplifier le son produit par les cordes. Les ambassadeurs de l'intégrité auront un effet amplificateur similaire). Les managers et les employés sont encouragés à devenir des ambassadeurs de l'intégrité. Point de contact dans leur département, ils seront le lien entre Comité de gestion de l'intégrité et les salariés. Ils joueront un rôle clé dans le processus de changement, et pourront présenter des exemples positifs en matière de comportement éthique.

Le feedback des salariés est un élément essentiel pour la phase suivante. Il met en évidence là où l'intégrité est nécessaire ou là où elle est menacée. «Les étapes de la campagne sont conçues pour montrer à tous, ce que signifie l'intégrité pour chaque salarié et les valeurs axées sur la bonne conduite et qu'ils représentent le fondement de la réussite pour toute entreprise», ajoute Claudia Sutter: «Cela ne peut fonctionner que si un grand nombre de salariés discutent et formulent des principes directeurs communs en matière de comportement dans l'entreprise. Au final, l'intégrité doit devenir une seconde nature dans une environnement caractérisé par la sécurité, l'ouverture, la confiance, le respect et l'équité».

### **L'intégrité, un des axes majeurs de la stratégie du Groupe 'TOGETHER - STRATEGY 2025'**

Christine Hohmann-Dennhardt a déclaré : L'intégrité et le Code de Conduite qui définit la façon dont les salariés travaillent au sein du Groupe Volkswagen, sont également un élément fondamental de la stratégie du Groupe 'TOGETHER - STRATEGY 2025'. «Se comporter avec intégrité est un axe majeur de la nouvelle stratégie du Groupe» tout particulièrement à la lumière des évènements douloureux de ces douze derniers mois. Il est donc important pour nous de renforcer et d'élargir le concept d'intégrité. »

Christine Hohmann-Dennhardt conclut : Dans ce contexte, la campagne visant à promouvoir la culture sur l'intégrité doit être aussi adoptée par les autres marques du Groupe Volkswagen. Chaque marque doit avoir sa propre campagne pour sensibiliser les salariés à l'importance de l'intégrité à titre individuel. « Nous aimerions voir les marques construire leur propre expérience à travers le projet pilote à Wolfsburg ».

**Relations Presse et Publiques Volkswagen Group France**

Tel : 01.49.38.88.80/88.40/88.02

E-Mail : [leslie.peltier@volkswagen.fr](mailto:leslie.peltier@volkswagen.fr)

Site presse France : [www.volkswagen.fr/presse](http://www.volkswagen.fr/presse)