



Volkswagen

Information Presse

20 février 2017

100 projets de RSE à travers le monde : La marque Volkswagen favorise les talents et la transformation au Brésil

- Programmes pour l'autonomie des femmes, promotion de la musique, formation à l'art et à la sécurité routière, aide aux élèves en difficulté
- Soutien aux personnes et aux communautés dans le besoin
- Monsieur Powels, Président du Directoire : « Nous voulons jouer un rôle dans l'évolution de la société »

Dans le monde entier, la marque Volkswagen n'hésite pas à franchir les portes de l'usine pour mener à bien des projets sociaux et environnementaux. Une centaine de projets de RSE sont mis en avant dans le rapport de développement durable du Groupe Volkswagen et présentés sur une carte interactive du monde (www.sustainabilityreport2015.volkswagenag.com/csr-projects).



Le projet de Volkswagen do Brasil « VW na Comunidade » (Volkswagen dans la communauté) encourage les salariés à faire du bénévolat.

Le projet de Volkswagen « Entre na Roda » (Entre dans le cercle) a pour but de favoriser l'amour de la lecture.

Avec cet engagement en faveur du développement durable dans divers domaines, la marque souhaite contribuer activement à la réalisation de l'Agenda 2030 et des Objectifs de Développement Durable (ODD) de l'ONU.

Volkswagen présente ses principaux projets. 4e partie : Brésil.

Volkswagen do Brasil est le plus grand constructeur automobile et l'une des plus grandes entreprises privées du Brésil avec un réseau de plus de 600 Distributeurs et 23 000 salariés répartis sur quatre sites. L'usine de São Bernardo do Campo près de São Paulo a été la première usine Volkswagen construite hors des frontières de l'Allemagne, tandis que la Volkswagen Gol est depuis 26 ans le modèle best-seller sur le marché

Contacts presse

Communication Volkswagen Group /
Volkswagen
Leslie Peltier
Responsable Relations Presse
Tel: 01 49 38 88 80
leslie.peltier@volkswagen.fr

Communication Volkswagen
Audrey Garousse
Attachée de presse
Tel: 01 49 38 88 02
audrey.garousse@volkswagen.fr

Communication Volkswagen
Arnaud Hacault
Attaché de presse
Tel: 01 49 38 88 40
arnaud.hacault@volkswagen.fr



Site Presse France :
<http://www.volkswagen.fr/presse>



brésilien.

« Volkswagen do Brasil est consciente que son rôle ne se limite pas à la conception et à la fabrication de véhicules innovants, explique David Powels, Président du Directoire de Volkswagen do Brasil. Nous voulons aussi jouer un rôle dans l'évolution de la société brésilienne. » La plupart des projets de responsabilité sociale d'entreprise sont gérés par la Fondation Volkswagen, un organisme qui aide, depuis sa création il y a 37 ans, les personnes et les communautés dans le besoin.

Création d'une activité de recyclage des déchets de tissu

Le projet « Costurando o Futuro » (Coudre l'avenir) couvre les trois piliers du développement durable : social, environnemental et économique. Depuis 2009, le projet a formé 250 femmes issues de communautés à faible revenu à l'utilisation de machines à découper et à coudre. Avec des matériaux tels que des revêtements de siège, des ceintures de sécurité et des bleus de travail, ces femmes fabriquent des produits (sacs ou accessoires) qui sont ensuite vendus dans des salons professionnels et sur Internet. Depuis son lancement, le projet a réutilisé 75 tonnes de vêtements de travail et autres tissus. En collaboration avec l'Alliance de l'entrepreneuriat, le projet propose également des formations achat, production et marketing. L'objectif est de permettre aux participantes de créer leur propre entreprise.

Découverte de jeunes talents musicaux

L'Instituto Baccarelli, qui offre à 1 000 enfants et adolescents la possibilité de s'épanouir et de se professionnaliser dans le domaine de la musique, est soutenu depuis l'an 2000. Situé dans le bidonville d'Heliópolis à São Paulo, l'institut gère des projets comme le célèbre orchestre symphonique d'Heliópolis, l'orchestre de jeunes d'Heliópolis, ainsi que des chœurs et des ensembles de musique de chambre.

Patrimoine culturel sous forme de jeu

« Aprendendo com Arte » (Apprendre avec l'art) s'appuie sur l'éducation artistique pour favoriser l'intégration culturelle et sociale. Les enseignants sont incités à intégrer de nouvelles technologies dans les classes et à multiplier les visites dans des espaces culturels afin de développer la pensée critique et de favoriser un comportement responsable. L'accent est mis sur les arts visuels. En collaboration avec l'Art in School Institute, le projet touche plus de 950 enseignants et près de 29 000 élèves. Récemment, « Aprendendo com Arte » a publié le jeu « Sur la piste de la culture », disponible en téléchargement gratuit sur Android et IOS, qui présente 50 monuments du patrimoine culturel du pays, sélectionnés en collaboration avec l'Institut National du Patrimoine Historique et Artistique.



Formation des usagers de la route

Le projet « Jogo da Vida em Trânsito » (La vie dans la circulation) fait appel au jeu pour aider les établissements d'enseignement secondaire à apprendre aux élèves à devenir des usagers de la route responsables et respectueux. Depuis le lancement du projet en 2011, plus de 28 000 élèves et 1 300 enseignants y ont participé. Un des outils utilisés est le jeu en 3D « Autopolis » dans lequel le joueur conduit une voiture virtuelle, s'initie à la sécurité routière et au code de la route et a des amendes lorsqu'il commet une infraction. Un autre outil innovant est le format MOOC (formation en ligne ouverte à tous), qui propose des séminaires à un nombre illimité de participants.

Aider les plus faibles

D'autres projets s'efforcent d'améliorer le niveau d'éducation, par exemple, le programme « Aceleração da Aprendizagem » (Accélérer l'apprentissage) qui vient en aide aux enfants en difficulté scolaire afin de réduire le nombre d'élèves quittant l'école. Le programme forme des enseignants et des spécialistes venant d'établissements d'enseignement à la fonction d'enseignant spécialisé et crée des classes de soutien. Il « accélère » l'apprentissage en gérant les difficultés de manière individuelle et intensive. À ce jour, plus de 2 000 enseignants et plus de 13 000 élèves y ont participé.

Renforcer les compétences des enseignants

Le projet « Pró-Educar Brasil » attribue des bourses aux enseignants non titulaires d'un diplôme universitaire afin qu'ils puissent étudier. Les enseignants de maternelle et de primaire qui n'ont pas eu la chance de pouvoir aller à l'université peuvent ainsi acquérir des compétences éducatives de base.

Instiller l'amour de la lecture

Le projet « Entre na Roda » (Entrez dans le cercle) a pour but de faire aimer la lecture aux enfants et d'aider les enseignants, les bibliothécaires et les directeurs d'écoles à développer la lecture chez les plus jeunes en achetant des livres adaptés et en élaborant des plans de lecture.

Encourager ceux qui transforment la communauté

Le projet « VW na Comunidade » (Volkswagen dans la communauté) encourage les salariés à faire du bénévolat. Les organisations sociales auprès desquelles les salariés s'engagent bénévolement bénéficient d'un soutien supplémentaire. Un concours est organisé pour leur permettre de



présenter des projets qui doivent être aidés. Les lauréats reçoivent une somme d'argent et peuvent assister à un séminaire de formation pour apprendre à gérer les projets sociaux à long terme. Parmi les thèmes abordés lors du séminaire figurent la planification, la communication, le marketing, la mobilisation de ressources, l'organisation financière, la comptabilité et l'analyse et le suivi de projet. En neuf années d'existence, l'initiative a déjà remis 84 prix qui ont bénéficié à plus de 472 000 personnes dans tous les États du Brésil. Au total, 4 350 projets ont été présentés par plus de 2 000 salariés.

A propos de la marque Volkswagen: "We make the future real"

La marque Volkswagen est présente dans plus de 150 pays dans le monde et produit des véhicules dans plus de 50 usines implantées dans 14 pays. En 2016, Volkswagen a produit 5,99 millions de véhicules dont les best-sellers Golf, Tiguan, Jetta ou Passat. Actuellement, 218 000 personnes travaillent pour la marque Volkswagen dans le monde. La marque dispose également d'un réseau de 7 700 distributeurs et 74 000 employés.

Volkswagen prend continuellement de l'avance sur le développement de la production automobile de demain. L'électro-mobilité, la mobilité intelligente et la transformation digitale de la marque sont les sujets stratégiques clés pour l'avenir.
