



Mercedes-Benz

Information Presse
08 mars 2023

Journée Internationale des Droits des Femmes : Mercedes-Benz lance une campagne digitale pour favoriser l'égalité des chances

- La communication est axée sur la promotion et l'égalité des femmes.
- Le film principal de la campagne mettra l'accent sur l'égalité des chances entre les femmes et les hommes et sur la nécessité de combattre les rôles traditionnels liés au genre.
- La campagne montre des femmes qui suivent leur propre voie avec détermination et courage.

Stuttgart. Et si nous vivions dans un monde où il était plus que normal que les femmes poursuivent des "carrières masculines" ? Un monde où le genre n'est plus un problème, car *être une femme* dans certains domaines n'est plus l'exception. C'est le thème du film de campagne de Mercedes-Benz à l'occasion de la Journée Internationale des Droits des Femmes 2023. Car malgré les progrès considérables réalisés ces dernières décennies en matière d'égalité des chances, il y a encore du travail. Pour sensibiliser le public, le film se concentre sur trois personnages féminins qui ont des liens étroits avec l'entreprise. La marque à l'étoile emblématique les soutient activement dans la réalisation de leurs objectifs et de leurs rêves.

"Avec la campagne de marketing digitale dédiée à la Journée Internationale des droits des Femmes, nous intensifions notre communication sur les valeurs de notre entreprise, notamment sur des initiatives telles que She's Mercedes. Nous utilisons à nouveau l'influence de nos réseaux sociaux pour promouvoir activement un monde où la diversité et l'égalité des chances comptent. Car ce n'est que lorsque les gens se respectent et s'estiment mutuellement qu'une entreprise - et une société - peuvent réussir."

Bettina Fetzer, Vice-présidente de la communication et du marketing Mercedes-Benz AG

"Mercedes-Benz promeut et fait progresser l'égalité des chances et une culture d'entreprise inclusive depuis de nombreuses années. Nous sommes convaincus que nos objectifs ambitieux liés au business ne peuvent devenir réalité qu'avec les meilleurs talents dans des équipes diversifiées. Pour y parvenir, nous voulons avoir encore plus de femmes qualifiées aux postes de direction - et nous voulons inspirer et attirer encore plus de femmes talentueuses dans les professions techniques."

Mercedes-Benz AG | 70546 Stuttgart | T +49 711 17 0 | F +49 711 17 2 22 44 | dialog@mercedes-benz.com | www.mercedes-benz.com

Mercedes-Benz AG, Stuttgart | Domicile and Court of Registry: Stuttgart, Commercial Register No.: 762873

Chairman of the Supervisory Board: Bernd Pischetsrieder

Board of Management: Ola Källenius, Chairman; Jörg Burzer, Renata Jungo Brüngger, Sabine Kohleisen, Markus Schäfer, Britta Seeger, Hubertus Troska, Harald Wilhelm

Further information on official fuel consumption figures and the official specific CO₂ emissions of new passenger cars can be found in the EU guide 'Information on the fuel consumption, CO₂ emissions and energy consumption of new cars', which is available free of charge at all sales dealerships, from DAT Deutsche Automobil Treuhand GmbH at www.dat.de.

Sabine Kohleisen, membre du Conseil d'Administration de Mercedes-Benz Group AG, Responsable de la division des Ressources Humaines et Directrice des relations sociales.

En 2006, Mercedes-Benz a été l'une des premières entreprises allemandes à se fixer comme objectif de porter à 20 % la proportion de femmes occupant des postes de direction à la fin de 2020. Cette proportion atteint actuellement près de 25 %. Les femmes étant toujours sous-représentées dans les programmes d'études STEM (sciences, technologie, ingénierie et mathématiques) et dans les professions liées à ces programmes, la promotion des femmes reste un sujet d'intérêt important et stimulant. L'objectif de Mercedes-Benz est de faire en sorte que 30 % des cadres supérieurs soient des femmes d'ici à 2030. Le Conseil d'administration de Mercedes-Benz Group AG compte près de 40 % de femmes, soit trois femmes parmi les huit membres.

Au centre du [film de cette campagne](#) émouvante se trouve Reema Juffali, la première femme pilote de course d'Arabie saoudite, qui participe au GT World Challenge au volant d'une Mercedes-AMG GT3. De plus, Adi Ofek, PDG du *Mercedes-Benz Tech Center* de Tel Aviv, et Johanna Weiss, membre d'une équipe promouvant la diversité dans les eSports, raconteront leur propre histoire dans divers formats de médias sociaux.

Le film de 60 secondes se déroule dans une école : un lieu qui raconte l'histoire de plusieurs générations de héros des deux sexes - et des stéréotypes de genre. Le message : il est temps d'abandonner les stéréotypes et de commencer à considérer les succès des femmes comme allant de soi - sans souligner le fait que ce sont des femmes.

Détails de la campagne

La campagne digitale sera lancée aujourd'hui - Journée Internationale des Droits des Femmes - et diffusée auprès des principaux marchés de Mercedes-Benz dans le monde. Elle se décline en plusieurs formats de 60, 30, 15 et 6 secondes sur les réseaux sociaux.

Crédits:

- Agence et post-production : Team X
- Société de production : Tempomedia Filmproduktion GmbH
- Directeur : Fiona J. Burgess
- Photographie : Janine Sametzky
- Musique : Soundtree Music

Les protagonistes

Reema Juffali est née à Djeddah en 1992. Elle est la première femme pilote de course d'Arabie Saoudite. Elle s'est intéressée au sport et aux voitures dès son enfance et, pendant ses années d'université aux États-Unis, elle est devenue fan des sports automobiles et de la Formule 1. Après avoir obtenu un diplôme en affaires internationales, elle a obtenu son permis de conduire aux États-Unis en 2010, et s'est offert un stage de trois jours dans une voiture de course - une expérience exaltante qui l'a marquée à jamais. Lorsque l'Arabie saoudite a levé l'interdiction pour les femmes de conduire en 2017, Reema Juffali a obtenu son permis de course. Elle a participé à sa première course pour l'Arabie saoudite dans le championnat britannique F4 en 2019. La même année, elle est devenue la première femme saoudienne à participer à une course internationale dans son pays d'origine. Reema Juffali a créé sa propre équipe - Theeba Motorsport - en 2022, et a mis en place une série de stages et de programmes de formation pour offrir un meilleur accès aux sports automobiles aux jeunes femmes

saoudiennes. La BBC l'a sélectionnée comme l'une des femmes les plus inspirantes et les plus influentes du monde en 2022.

Adi Ofek est née en Israël en 1971 et a étudié l'administration des affaires et la finance à l'université de Tel Aviv. Elle a rejoint Daimler Financial Services à Tel Aviv en tant que gestionnaire des risques de crédit en avril 2000, puis a occupé diverses fonctions de gestion internationale. En novembre 2007, elle a assumé le rôle de directrice régionale des opérations de crédit pour la région Afrique/ Asie-Pacifique à Singapour. De 2014 à 2016, Adi Ofek a occupé le poste de directrice générale de Mercedes-Benz Financial Services en Corée. Depuis novembre 2016, elle dirige le Mercedes-Benz Tech Center à Tel Aviv. En janvier 2019, Adi Ofek a également assumé la responsabilité de la sécurité informatique des véhicules de Mercedes-Benz Cars. Sa passion est de donner aux équipes multinationales les moyens d'atteindre des résultats exceptionnels.

Johanna Weiss est née en 2001 et est une compétitrice professionnelle d'eSport. Elle est une joueuse passionnée depuis sa plus tendre enfance. Un an seulement après avoir obtenu son premier ordinateur à l'âge de 14 ans, cette native de Nuremberg a joué à League of Legends pour la première fois. Elle joue actuellement dans le SK Gaming Project Avarosa - une équipe allemande qui promeut l'égalité des chances pour les joueuses et les joueurs non binaires. L'objectif de Johanna est de faire partie des meilleurs. Mais elle ne veut pas se distinguer uniquement parce qu'elle est une femme. Elle veut se mesurer aux meilleurs joueurs et arriver en tête.

L'initiative "She's Mercedes"

Depuis 2015, Mercedes-Benz a engagé une relation étroite avec les femmes du monde entier dans le cadre de son initiative internationale "She's Mercedes". L'objectif est de répondre spécifiquement à leurs besoins individuels en matière de mobilité et de leur offrir une expérience de marque particulière. Dans plus de 70 pays, le programme suit le principe de la mise en relation pour faciliter un échange ouvert et créatif relatif à des sujets d'avenir, au courage et à la confiance en soi. She's Mercedes est également bien implanté dans le groupe Mercedes-Benz sous la forme de mesures ciblées telles que des formations et des ateliers dans des domaines allant de la vente et de la communication aux activités après-vente. En France, il consiste en un programme de mentoring entre femmes entrepreneures, et rencontre un réel succès. Vous trouverez de plus amples informations sur She's Mercedes [ici](#).

La promotion des femmes chez Mercedes-Benz

Chez Mercedes-Benz, la promotion des femmes commence dès la jeune génération. L'entreprise participe à de nombreuses journées d'information sur les emplois et les carrières, par exemple, où les filles et les jeunes femmes en particulier ont un aperçu des professions techniques. L'initiative pédagogique Genius vise à susciter chez les élèves, filles et garçons, une passion pour les phénomènes naturels, les technologies, la mobilité et la numérisation. Mercedes-Benz donne ainsi aux filles la possibilité de découvrir leurs talents dans les sciences naturelles, la technologie, la mobilité et la numérisation. Mercedes-Benz propose également un large éventail de programmes de mentorat pour les femmes dans le domaine de la gestion et de l'administration. En outre, des réseaux internationaux des et pour les femmes soutiennent l'échange d'idées et d'expériences.

La promotion des femmes est un domaine d'action du service "Diversity & Inclusion Management" chez Mercedes-Benz. Les activités de cette unité visent principalement à garantir l'égalité des chances pour tous les employés. Mercedes-Benz s'efforce d'attirer les spécialistes et les cadres les plus qualifiés pour l'entreprise, et de soutenir leur développement professionnel - indépendamment de l'âge, de l'origine ethnique et de la

nationalité, du sexe et de l'identité sexuelle, des capacités physiques et mentales, de la religion et de la vision du monde, de l'orientation sexuelle et du milieu social.

Contact :

Christin Müller, Tél : +49 (0) 176 30 943 837, christin.mueller@mercedes-benz.com

Frederike Birkner, Tél : +49 (0) 0176 30 902 125, frederike.birkner@mercedes-benz.com

Vous trouverez de plus amples informations sur **Mercedes-Benz** à l'adresse www.mercedes-benz.com. Vous trouverez des informations de presse et des services numériques pour les journalistes et les multiplicateurs sur notre **plateforme en ligne Mercedes me media** à l'adresse media.mercedes-benz.com ainsi que sur notre **site média Mercedes-Benz** à l'adresse group-media.mercedes-benz.com. Pour en savoir plus sur les sujets d'actualité et les événements liés à Mercedes-Benz Cars & Vans, consultez notre canal Twitter **@MB_Press** à l'adresse suivante **@MB_Press Twitter channel** à l'adresse www.twitter.com/MB_Press.

Mercedes-Benz AG en bref

Mercedes-Benz AG fait partie du groupe Mercedes-Benz AG qui emploie environ 170 000 personnes dans le monde entier et regroupe les activités mondiales de Mercedes Benz Cars et Mercedes Benz Vans. Ola Källenius est le président du conseil d'administration de Mercedes Benz AG. L'entreprise se concentre sur le développement, la production et la vente de voitures particulières, de véhicules utilitaires et de services liés aux véhicules. En outre, l'entreprise aspire à être le leader dans les domaines de la mobilité électrique et des logiciels pour véhicules. Le portefeuille de produits comprend la marque Mercedes-Benz avec les marques Mercedes-AMG, Mercedes-Maybach, Mercedes EQ, la Classe G ainsi que les produits de la marque smart. La marque Mercedes me donne accès aux services numériques de Mercedes-Benz. Mercedes-Benz AG est l'un des plus grands constructeurs de voitures particulières de luxe au monde. En 2022, elle a vendu environ deux millions de voitures particulières et 415 300 vans. Dans ses deux secteurs d'activité, Mercedes-Benz AG étend continuellement son réseau de production mondial avec environ 35 sites de production sur quatre continents, tout en se préparant à répondre aux exigences de la mobilité électrique. Dans le même temps, l'entreprise construit et étend son réseau mondial de production de batteries sur trois continents. La durabilité étant le principe directeur de la stratégie de Mercedes-Benz et de l'entreprise elle-même, il s'agit de créer une valeur durable pour toutes les parties prenantes : clients, collaborateurs, investisseurs, partenaires commerciaux et société dans son ensemble. La base de cette démarche est la stratégie d'entreprise durable du groupe Mercedes-Benz. L'entreprise assume ainsi la responsabilité des effets économiques, écologiques et sociaux de ses activités commerciales et considère l'ensemble de la chaîne de valeur.