

Audi France organise la première édition de son « Audi Social Day »

- **La filiale française a organisé la première édition de son « Audi Social Day » le mercredi 3 juillet, sur le Circuit de Mortefontaine dans l'Oise**
- **Audi France s'est rapprochée de l'association "Les Z'enfants de l'Auto" pour une journée au bénéfice d'enfants malades ou démunis**
- **Sur base d'une initiative locale et dans le cadre du pilier sociétal de sa stratégie, Audi France a fait le choix de soutenir une cause en lien avec l'enfance**
- **Robert BRESCHKOW, Directeur Général Audi France, et quelques membres de son équipe ont organisé en personne cette journée et ont assuré l'encadrement des enfants**

Roissy-en-France, 3 juillet 2024 - Audi France a organisé une journée de soutien d'une cause chère aux collaborateurs de la filiale, sur base de volontariat et dans le cadre de son engagement sociétal du plan stratégique « pole26 ». C'est l'association « Les Z'enfants de l'Auto » qui aura retenu l'attention du constructeur après un appel à projet interne. Au programme de son "Audi Social Day", des rencontres entre les enfants et les équipes Audi France, l'exposition de la gamme du constructeur, dont ses dernières nouveautés 100 % électriques e-tron et les sportives Audi Sport, des ateliers de pilotage sur des véhicules à double commande, des baptêmes en offroad puis sur circuit, sans oublier des quiz de connaissance de l'automobile et des activités ludiques à thèmes.

La volonté de soutenir une cause qui embarque les collaborateurs

Animé par une volonté d'engager Audi France dans une démarche RSE, tant pour les équipes du Réseau de Distribution que du siège, le Comité de Direction a posé ce principe fondamental dans sa stratégie « pole26 ». Repris alors sur base de volontariat par les équipes de la filiale française d'Audi, un collectif s'est formé sous le nom de « Comité RSE ». En marge d'initiatives plus liées à l'activité première du constructeur et en faveur de la décarbonation, les équipes, notamment soutenues par la Direction des Ressources Humaines du Groupe, ont œuvré avec conviction pour une cause de cœur, avec des moyens financiers et humains nécessaires à la bonne réalisation de cet évènement, en collaboration avec l'association, au bénéfice d'une cause qu'ils ont déterminée de manière unanime : l'enfance.

Un rapprochement avec l'association « Les Z'enfants de l'Auto »

Les équipes du comité RSE de la filiale française ont souhaité approcher l'association « Les Z'enfants de l'Auto » après une étude des cadres associatifs liés à l'enfance et compte-tenu de son implication pour les enfants en situation de longue maladie ou démunis, de ses valeurs, de son goût pour l'automobile et avec la volonté de soutenir une association encore jeune et pleine de perspectives.

« Depuis sa création, l'Association Les Z'enfants de l'Auto se mobilise pour apporter de très bons moments de joie et d'échanges à de jeunes enfants et adolescents, malades et soignés dans des hôpitaux et à des enfants démunis. Les marques automobiles qui nous soutiennent financièrement constituent la seule ressource de l'association.

Cette année, en lieu et place de notre évènement habituel le e-Safari en voitures électriques qui a lieu habituellement début juillet, nous avons accepté avec joie le projet proposé par Audi, dans le cadre de « l'Audi Social Day ». Un évènement sur le circuit de Mortefontaine, dans l'Oise, qui aura permis à une trentaine de jeunes de 8 à 13 ans, de vivre une journée mémorable.

Au nom de l'association, je remercie chaleureusement les équipes Audi France d'avoir retenu notre association pour organiser cette journée sur circuit, seulement quelques semaines avant le Mondial de l'Automobile qui se tiendra à Paris. La marque aux anneaux a fait du bien à l'association et des heureux. Les enfants, accompagnants et parents avec lesquels nous avons construit cette journée ont passé des moments et vécu des expériences incroyables ! Merci à toutes les équipes Françaises de la marque Audi ! » s'est exprimé Guy Jourdan, président de l'association

Une démarche récurrente et structurante

Fort du succès et au regard de l'engouement de cette première étape, les équipes impliquées soutenues par Robert BRESCHKOW, Directeur Général Audi France, ainsi que la Direction des Ressources Humaines de Volkswagen Group France, sous la Direction de Valérie PIVERT-DIALLO, Directrice des Ressources Humaines, ainsi que Nathalie HOFFET, nouvellement nommée à la tête d'un Département en charge du Marketing RH & du Développement Durable, ont déjà hâte d'engager le chantier du rendez-vous Audi Social Day 2025 sur une nouvelle thématique.

- Fin -

Communication Presse et Relations Publiques

Grégory GOUILLARDON

Communication Presse et Relations Publiques

Téléphone : 06.07.52.60.21

E-Mail : gregory.gouillardon@audi.fr

media.audifrance.fr



Le groupe Audi est l'un des plus grands constructeurs d'automobiles et de motos dans le segment haut de gamme et de luxe. Les marques Audi, Bentley, Lamborghini et Ducati sont produites sur 22 sites dans 13 pays. Audi et ses partenaires sont présents sur plus de 100 marchés dans le monde.

En 2023, le groupe Audi a livré à ses clients 1,9 millions de véhicules Audi, 13 560 véhicules Bentley, 10 112 véhicules Lamborghini et 58 224 motos Ducati. Au cours de l'année fiscale 2023, le Groupe AUDI a réalisé un chiffre d'affaires total de 69,9 milliards d'euros et un bénéfice d'exploitation de 6,3 milliards d'euros. Dans le monde, plus de 87 000 personnes ont travaillé pour le groupe Audi en 2023, dont plus de 53 000 chez AUDI AG en Allemagne. Avec ses marques attrayantes, ses nouveaux modèles, ses offres de mobilité innovantes et ses services révolutionnaires, le groupe poursuit systématiquement son chemin pour devenir un fournisseur de mobilité durable, entièrement connectée et haut de gamme.
