

Communiqué de presse n°3152

13 décembre 2022

BMW Group France dévoile les grands gagnants de son Hackathon, sur le thème de la Diversité & Inclusion.

- Près de vingt-cinq étudiants issus de douze universités et écoles de la région parisienne ont répondu présent lors du Hackathon, organisé par BMW Group France, le 9 et 10 décembre.
- Au bout de 24 heures de compétition, le grand gagnant est l'équipe porteuse du projet « Divercity » pour sa solution innovante visant à réduire les biais cognitifs et les stéréotypes et faire de la diversité une chance.
- Cette compétition a permis de poser un regard nouveau sur l'inclusion et la diversité en entreprise, d'imaginer des solutions innovantes pour que le BMW Group France et de renforcer les actions déjà installées au sein du groupe.

24 heures de compétition pour développer l'inclusion et la diversité en entreprise.

« 2036 : Quel sera le visage de l'inclusion et de la diversité chez BMW Group en France ? »

Voici le défi qu'ont eu à relever les six équipes d'étudiants, issus de douze d'universités et d'écoles supérieures de la région parisienne, qui se sont portés volontaires pour répondre au Hackathon lancé par BMW Group France, le 9 et 10 décembre.

L'équipe gagnante et son projet « Divercity » ont imaginé une solution innovante, faisant appel aux technologies du métavers pour changer le regard sur la diversité, faire évoluer la culture interne et l'inclure dans les objectifs des collaborateurs et de l'entreprise. Dans ce projet, les collaborateurs sont plongés dans le métavers, représentés par des avatars, afin d'échanger dans des communautés et travailler sur des projets de façon anonyme, avant de se retrouver dans la vie réelle de l'entreprise pour finaliser ces projets. Cette innovation évite, ainsi, toute perception ou biais inconscients, et permet d'accueillir sans préjugés la diversité sous toute ses formes, qu'elle soit sur la mixité, la situation de handicap, et l'intégration ou l'âge. L'équipe gagnante présentait elle-même une grande diversité de profils qui ne s'étaient jamais rencontrés avant le Hackathon : Valentin Beauvallet, étudiant à l'ESTACA (Automobile), Axel Florenty, étudiant à l'Université de Saint-Denis (Ergonomie), Al Sadick Ismail Altoum, étudiant à l'ESIEE-IT (IT), Océane Letemple, étudiante à l'ESSCA (Management, Marketing, Finance), accompagnés de deux collaborateurs du BMW Group, Laurène Métivier (RH) et Catherine Rodier (Marketing/Communication).

Emilie Aubert, directrice des ressources humaines BMW Group en France se réjouit « de l'engagement des jeunes étudiants à venir imaginer des actions concrètes pour façonner l'entreprise responsable et inclusive dans laquelle ils veulent contribuer et s'épanouir. La diversité est l'un des enjeux essentiels aujourd'hui pour construire l'entreprise de demain. À travers ce hackathon, nous faisons le choix audacieux d'accompagner les futurs

collaborateurs, mais aussi de nous donner les moyens de nous nourrir, de réfléchir et de proposer des actions pour devenir un véritable catalyseur de nouvelles solutions de diversité »

Durant la première journée, les étudiants se sont mêlés aux collaborateurs BMW Group France, lors de deux ateliers de co-création. Ces derniers leur ont permis de poser le contexte afin de proposer **des innovations en faveur de l'emploi des travailleurs en situation de handicap, des seniors, mais également de la mixité femme-homme**, faire émerger des problématiques et dégager des pistes de solutions sur ces enjeux.

Après cette phase d'immersion, vient l'heure de la présentation. A l'issue de la première journée, chaque équipe a eu **cinq minutes pour pitcher et convaincre le jury que son innovation** était celle qui allait révolutionner l'inclusion et la diversité en entreprise.

Le jury était composé de **Christian Pensart**, directeur Mission handicap chez Accor et pour le BMW Group : **Emilie Aubert**, directrice des ressources humaines, **Maryse Bataillard**, cheffe du service communication corporate et RSE, **Charlotte Delobelle**, cheffe du service développement et rémunération, et **Alexandre Leclercq**, directeur général de BMW Finance.

Pour les départager et désigner l'équipe gagnante, les jurés-experts se sont accordés sur deux critères principaux : **l'Innovation & la Faisabilité**. Ces priorités dictent la ligne directive de la grille de notation composée des points suivants : Formulation de la problématique retenue ; Cohérence de l'idée par rapport à la problématique ; Prise en compte du contexte et réalités de BMW Group en France ; Degré d'innovation ; Faisabilité technique ; Degré de réflexion et de travail sur l'idée proposée ; Qualité du prototype présenté ; Qualité du support de présentation et enfin la Qualité de la présentation orale.

A travers ce Hackathon, BMW Group France souhaite faire rayonner sa marque employeur. En accueillant les réflexions de vingt-trois étudiants de divers horizons, le groupe souhaite **élargir sa vision et a l'ambition de mettre en place de nouvelles actions qui participent à la construction d'une société plus inclusive et mixte**. Cet engagement auprès des nouvelles générations s'inscrit dans l'ADN du groupe d'apporter des solutions concrètes aux nouveaux besoins.

Une opportunité unique d'apprentissage

Les étudiants sélectionnés bénéficient d'une opportunité unique **d'apprentissage et d'un pied d'entrée dans l'univers de BMW**, un groupe mondialement reconnu. Pour certain, cette compétition est l'occasion de faire un premier pas dans le monde de l'entreprise. Une chance pour ces collaborateurs de demain de rendre tangible leurs connaissances apprises sur les bancs de l'école, au profit d'un projet concret, tout en étant encadré et évalué par des professionnels.

L'échange avec les étudiants est également un moment privilégié pour les collaborateurs BMW Group France. **Le format Hackathon est une formule qui permet un apprentissage réciproque, notamment pour les collaborateurs** qui sortent eux aussi enrichis des deux ateliers de co-création qui se sont déroulés tout au long de la première journée.

Emilie Aubert, DRH du BMW Group France et membre du Jury précise que « le hackathon nous a offert l'opportunité de participer à la sélection de nouvelles mesures en faveur de l'intégration des personnes en situation de handicap, des seniors et de la mixité femme-homme. Ce fut un temps d'introspection et de remise en question, qui contribuent à faire de l'entreprise, bien plus qu'un lieu de travail, mais un espace d'accueil, d'échange et de bienveillance pour l'ensemble de nos collaborateurs. »

Les étudiants, universités et écoles ayant participé à ce Hackathon :

- Audencia : Diana Ferreira
- ESSCA : Tya Abi Karam, Marine Besombes, Océane Letemple, Aurélie Masson, Augustin Palluat, William Teyi, Antoine Tysseydre
- ESIEE-IT : Al Sadyk Ismail Altoun, Abdou anfani,
- ESSEC : Ilyès Bakkari
- ESTACA : Valentin Beauvallet
- IESA Arts et Culture : Gloire Mbemba
- INSEEC : Syrine Ben Nafla
- Sup des RH : Sara Bouchakour
- Université Paris 1 Panthéon Sorbonne : Ahmed Bassem
- Université Paris 8 : Amandine, Alquier, Germaine Laborde, Domitille Rigaut
- Université de Saint Denis : Axel Florenty
- Université Versailles Saint-Quentin : Lou Briottet, Manon Chabeaux, Noura Fadel

Pour plus d'informations, merci de contacter :

BMW Group France
Maryse Bataillard
Cheffe du Service Communication Corporate
et RSE
Tél : 01 30 03 19 41
E-Mail : maryse.bataillard@bmw.fr

Agence Rumeur Publique
Thierry Del Jésus : 06 60 47 90 38
Alix Lagersie : 07 77 14 61 85
Emma Fernandes : 06 23 02 39 38
E-Mail : bmw@rumeurpublique.fr

BMW Group en France

BMW Group est implanté sur quatre sites en France : Montigny-le-Bretonneux (siège social), Tigery (centre de formation), Strasbourg (centre pièces de rechange et accessoires international) et Miramas (centre d'essais techniques international).

BMW Group emploie avec ses filiales commerciales et financières ainsi que son réseau exclusif de distribution près de 6.000 salariés en France. En 2021, BMW Group France a immatriculé 71 306 automobiles des marques BMW et MINI et 20 333 motos et scooters de la marque BMW Motorrad.

Le volume annuel d'achats de BMW Group auprès des équipementiers français et fournisseurs en France s'élève à 3,5 milliards d'Euros. Parmi eux, citons Valeo, Michelin, Plastic Omnium, Sogefi, Faurecia. Dans le cadre de sa stratégie électromobilité, BMW Group offre une large gamme de modèles de voitures et deux-roues électriques et hybrides rechargeables. Plus d'un million de voitures 100% électriques circulaient déjà sur les routes, fin 2021.

BMW Group France poursuit en outre une politique active et pérenne de mécénat avec le programme BMW ART MAKERS qui soutient la création émergente dans le domaine des arts visuels, et des acteurs culturels de renom tels que les Rencontres de la Photographie d'Arles et Paris Photo. Depuis plus de 30 ans, BMW Group France finance des projets d'utilité publique par le biais de sa Fondation placée sous l'égide de la Fondation de France : actuellement l'entrepreneuriat à impact à travers le soutien aux associations Ashoka et Make Sense. L'engagement sociétal de BMW

Group se décline aussi dans le sport français, notamment à travers son partenariat avec la Fédération Française de Golf (FFG).

www.bmw.fr

Facebook: www.facebook.com/BMWFrance

Twitter: www.twitter.com/BMWFrance

Instagram: www.instagram.com/bmwfrance et www.instagram.com/bmwgroupculture_fr

YouTube: www.youtube.com/BMWFrance

Linkedin: www.linkedin.com/company/bmw-group-france

BMW Group

BMW Group, qui comprend les marques BMW, MINI, Rolls-Royce et BMW Motorrad, est le premier constructeur d'automobiles et de motos Premium au monde, fournissant également des services dans les domaines de la finance et de la mobilité. BMW Group exploite 31 sites de production et d'assemblage implantés dans 15 pays, ainsi qu'un réseau de vente présent dans plus de 140 pays.

En 2021, les ventes mondiales de BMW Group ont atteint un volume total de 2,5 millions d'automobiles et plus de 194 000 motos. En 2021, l'entreprise a réalisé un bénéfice avant impôts de 16,1 milliards d'euros pour un chiffre d'affaires de 111,2 milliards d'euros. Au 31 décembre 2021, les effectifs de BMW Group étaient de 118 909 salariés.

Le succès de BMW Group a toujours été basé sur une vision à long terme et une action responsable. C'est pourquoi l'entreprise a inscrit, dans sa stratégie, la durabilité écologique et sociale tout au long de la chaîne de valeur, de la gestion efficace des ressources à la phase d'utilisation des produits en passant par la production.

www.bmwgroup.com

Facebook: www.facebook.com/BMWGroup

Twitter: www.twitter.com/BMWGroup

YouTube: www.youtube.com/BMWGroupView

Instagram: www.instagram.com/bmwgroup

Linkedin: www.linkedin.com/company/bmw