



Mercedes-Benz

Mercedes-Benz Manufacturing
Poland sp. z o.o.

Przedsiębiorstwo Grupy Daimler

Kobieca twarz Mercedesa.

Informacja prasowa

11 grudnia 2018 r.

She's Mercedes to program, w ramach którego Mercedes-Benz od lat promuje wartościowe kobiece projekty. Teraz inicjatywę przejmuje również Mercedes-Benz Manufacturing Poland angażując się w Plebiscyt Gospodarczy „Kobiece Twarze”. Głównym celem projektu jest promocja przedsiębiorczych kobiet, które mają wpływ na rozwój gospodarczy regionu dolnośląskiego oraz firm, które hołdują zasadom równouprawnienia. Spółka ufundowała także nagrodę specjalną w nowej kategorii „Kobiety w Innowacyjnych Technologiach”.

Projekt „Kobiece Twarze” realizowany jest już od 5 lat, a jego głównym celem jest wzajemna inspiracja, motywacja i edukacja. Działania skierowane są przede wszystkim do kobiet, ale nie tylko, bo – jak podkreśla Aldona Ziółkowska-Bielewicz, pomysłodawczyni inicjatywy – głównym efektem prowadzonych działań ma być równouprawnienie obu płci w życiu społecznym czy gospodarczym.

Idea projektu jest realizowana przez cykliczne spotkania Forum „Kobięcych Twarzy” oraz coroczną edycję Plebiscytu Gospodarczego „Kobiece Twarze”, w którym nagradzane i wyróżniane są właścicielki firm, kobiety zarządzające przedsiębiorstwami, prezeski fundacji lub stowarzyszeń, kobiety debiutujące w biznesie oraz produkty dla kobiet i firmy, które wspierają ideę równouprawnienia. W tym roku do grona partnerów projektu dołączyła spółka Mercedes-Benz Manufacturing Poland.

- Jako marka bardzo chętnie włączamy się w działania, które promują ideę równouprawnienia. Niestety, statystyki potwierdzają, że mimo tego, iż kobiety są doskonale przygotowane do pełnienia ważnych funkcji zarządczych w biznesie, polityce czy życiu społecznym, nadal jest nas tu zdecydowanie za mało – mówi dr





Mercedes-Benz

Mercedes-Benz Manufacturing
Poland sp. z o.o.

Przedsiębiorstwo Grupy Daimler

Ewa Łabno-Falęcka, dyrektorka ds. Komunikacji i Relacji Zewnętrznych Mercedes-Benz Manufacturing Poland, członkini Kapituły Plebiscytu. *Promując przedsiębiorczynie, dyrektorki i prezeski firm, które mają wpływ na rozwój regionu dolnośląskiego, chcemy pokazać, że warto konsekwentnie realizować swoje cele. Trzeba zachęcać do tego wszystkie kobiety!* – dodaje Ewa Łabno-Falęcka.

Do tegorocznego finału Plebiscytu dostały się 73 niezwykle kobiety oraz 66 firm. Z tego grona szesnastoosobowa Kapituła wybrała laureatki i laureatów w kategoriach: Debiutantki, Profesjonalistki w MSP, Profesjonalistki w Dużych Przedsiębiorstwach, Osobowość, Firma Przyjazna Kobietom oraz Kobiety Projekt lub Usługa. Zwyciężczynie i zwycięzcy odebrali nagrody podczas uroczystej gali, która odbyła się 10 grudnia w Zamku Książ w Wałbrzychu. Jej głównym partnerem został Mercedes-Benz Manufacturing Poland. Spółka ufundowała także nagrodę specjalną „Kobiety w Innowacyjnych Technologiach”. Pierwsza w historii Plebiscytu statuetka trafiła do dr Aleksandry Przeglasińskiej, absolwentki Uniwersytetu Wrocławskiego, filozofki i futurolożki, badaczki sztucznej inteligencji i tożsamości w rzeczywistości wirtualnej. Obecnie laureatka jest adiunktem w Katedrze Zarządzania Społeczeństwem Sieciowym na Akademii Leona Koźmińskiego w Warszawie oraz badaczką w Center for Collective Intelligence w bostońskim Massachusetts Institute of Technology.

- Nauki ścisłe i nowe technologie to doskonała przestrzeń dla kobiecej inteligencji, wiedzy, energii i kreatywności. Na Dolnym Śląsku jest wiele fabryk, które potrzebują pracowników z technicznym i inżynierskim przygotowaniem. Teraz powstaje tu jeden najnowocześniejszych zakładów Mercedes-Benz na świecie, oparty na rozwiązaniach Przemysłu 4.0. Liczę na to, że promując udział kobiet w innowacyjnym przemyśle i nowych technologiach, mamy szansę stworzyć silne grono specjalistek, dzięki którym nasze zakłady będą mogły się rozwijać – powiedziała Ewa Łabno-Falęcka.





Mercedes-Benz

Mercedes-Benz Manufacturing
Poland sp. z o.o.
Przedsiębiorstwo Grupy Daimler

To nie pierwszy projekt promujący kobiety, w który angażuje się spółka Mercedes-Benz Manufacturing Poland. „Girls GO Technology, czyli dziewczyny osławiają technologię” to program stworzony z myślą o młodych dziewczynach, uczennicach liceów i techników powiatu jaworowskiego, którego celem jest przybliżenie dziewczętom nauk matematycznych, technicznych i inżynierii.

Na całym świecie marka Mercedes-Benz promuje wartościowe kobiece inicjatywy pod szyldem She's Mercedes. Projekt wspiera kobiety w osiąganiu sukcesów w życiu zawodowym i prywatnym – inspirowa do działania, zachęca do dzielenia się swoimi pasjami i doświadczeniami, ale zwraca także uwagę na ważne dla kobiet kwestie. W Polsce, w ramach „She's Mercedes”, marka jest inicjatorem wielu działań, które zwracają uwagę na kwestie równouprawnienia. W tym roku z okazji Europejskiego Dnia Równych Płac, który przypada w marcu, firma obniżyła cenę aut dla kobiet o 8%, czyli o tyle ile wynosi tzw. luka płacowa („gender pay gap”) w Polsce. W ten symboliczny sposób zwrócono uwagę na problem nierównego wynagrodzenia za tę samą pracę ze względu na płeć. Mercedes został również partnerem prapremiery fabularyzowanego dokumentu „Siłaczki” – pierwszego w historii polskiej kinematografii filmu opowiadającego o sufrażystkach, których walka doprowadziła do przyznania Polkom praw wyborczych w 1918 r.

Kontakt dla mediów

Ewa Łabno-Fałęcka, e-mail: ewa.labno-falecka@daimler.com, tel. + 22 3127220

Biuro prasowe, e-mail: mbmpl@kawalekswiata.pl, tel. + 48 793 979 034

