



L'ALLIANCE RENAULT-NISSAN REALISE D'IMPORTANTS PROGRES EN FAVEUR DE L'ÉGALITÉ PROFESSIONNELLE HOMMES-FEMMES

- Renault et Nissan ont promu plusieurs femmes cadres à des postes de responsabilité clés en 2016
- Un quart des membres du Comité Exécutif Renault sont des femmes
- Le pourcentage de femmes à des postes de direction au Japon est chez Nissan plus de deux fois supérieure à la moyenne nationale dans les grands groupes industriels
- Renault et Nissan sont largement reconnus pour leur engagement envers l'égalité hommes-femmes

Le coup d'envoi du Women's Forum 2016 confirme l'engagement continu de l'Alliance Renault-Nissan en faveur de l'égalité entre les hommes et les femmes et qui a conduit à des progrès majeurs pour les femmes dans les deux entreprises au cours de l'année dernière. L'Alliance a en effet promu plusieurs femmes cadres à des fonctions clés au sein de la Direction en 2016, notamment Véronique Sarlat-Depotte en qualité de Directeur des Achats de l'Alliance Renault-Nissan et Président Directeur Général de RNPO (Renault Nissan Purchasing Organization), Clotilde Delbos en tant que Directeur financier du Groupe Renault et Présidente de RCI Banque, et Mayra Gonzalez au poste de Président-Directeur général Nissan Mexique.

« Notre engagement en faveur de l'égalité hommes-femmes est bénéfique pour la compétitivité du groupe, notre objectif étant d'attirer les meilleurs talents partout dans le monde, » a déclaré Carlos Ghosn, Président-Directeur général de l'Alliance. « Nous avons adopté des mesures significatives afin de promouvoir l'égalité à tous les niveaux de l'Alliance. Même si nous sommes fiers d'être l'une des références du secteur automobile, il reste encore des progrès à faire et notre engagement reste ferme », renchérit-il.

Le pourcentage de femmes travaillant chez Renault, dont le siège est en France et chez Nissan au Japon, a considérablement augmenté depuis l'année dernière, notamment à des postes de managers.

Chez Renault, les femmes représentaient 18,8% du total des effectifs dans le monde fin 2015, par rapport aux 18,4% de 2014 et aux 10% de 2000. Elles occupaient également 24,2% des 2000 postes clés de l'entreprise dans le monde fin 2015, contre 22% en 2014.

Dans l'industrie automobile, Renault occupe une place de leader en termes d'emploi des femmes à de hautes fonctions de direction. Trois des douze membres du Comité Exécutif sont des femmes (elles n'étaient que deux sur onze en 2015) : Mouna Sepehri, Directeur Délégué à la Présidence, Marie-Françoise Damesin, Directeur des Ressources Humaines du Groupe Renault et de l'Alliance et Clotilde Delbos, récemment nommée Directeur financier du Groupe Renault et Présidente de RCI Banque.

Chez Nissan, 9,1% des postes de management sont pourvus par des femmes en 2016, un chiffre en progression par rapport aux 8,2% de l'exercice 2015. Selon les statistiques 2015 du Ministère japonais de la Santé, du Travail et des Affaires Sociales, ce pourcentage soutient avantageusement la comparaison avec la moyenne de 3,7% atteinte par les entreprises industrielles japonaises de 1000 salariés ou plus.

Les femmes représentent 7% des postes de management supérieur au Japon en 2016, chiffre qui a plus que triplé depuis 2008 où elles n'étaient que 2%.

À compter d'avril 2016, les femmes occupaient 13% du total des fonctions managériales dans le monde chez Nissan, contre 7% en 2008. Le constructeur s'est fixé l'objectif d'atteindre le taux de 14% de femmes managers à l'échelle mondiale d'ici 2017.

Les femmes de l'Alliance Renault-Nissan récompensées pour leur forte implication dans l'industrie automobile

En 2016, l'Alliance ainsi que plusieurs de ses cadres féminins ont reçu de nombreux prix parmi lesquels :

- Quatre responsables au sein de l'Alliance ont été nommées Leading Women 2016 par Automotive News Europe. Il s'agit de Mouna Sepehri, Marie-Françoise Damesin, Agneta Dahlgren, Directeur Design du Segment C et véhicules électriques, Groupe Renault et de Judith Richardson, vice president purchasing, Nissan Europe.
- Agneta Dahlgren a été nommée Femme de l'Année 2016 par l'association indépendante Women and Vehicles in Europe (WAVE). Le 28 septembre à la veille de l'ouverture du Mondial de l'Automobile à Paris, Automotive News Europe a également décerné à Agneta Dahlgren le trophée « Eurostar » 2016. Elle a été choisie parmi de nombreux candidats de l'industrie automobile européenne, tant masculins que féminins.
- Renault Brésil s'est vu attribuer la Médaille d'Or (Golden Award) par le programme Principes d'autonomisation des femmes de l'ONU, en reconnaissance de ses actions en faveur de l'autonomisation des femmes.
- Renault Espagne a reçu une certification du Ministère espagnol de la Santé, des Services Sociaux et de l'Egalité, en récompense de l'engagement et des actions de l'entreprise visant à promouvoir l'égalité en Espagne.
- Nissan a obtenu la certification « Platinum Kurumin » du Ministère japonais de la Santé, du Travail et des Affaires Sociales. Cette certification est accordée aux entreprises offrant un soutien aux parents. Nissan est le premier constructeur automobile à recevoir cette certification.
- Nissan a été distingué par la bourse de Tokyo qui lui a remis le titre de « Marque Nadeshiko » pour la quatrième année consécutive, en raison de sa politique de soutien et de promotion du personnel féminin.

L'Alliance met en place des initiatives et des événements afin de promouvoir l'autonomisation des femmes :

- Depuis 2010, dans la plupart des pays où Renault est présent, les femmes peuvent bénéficier de mesures de développement personnel telles que des sessions de travail dédiées ou des formations pour améliorer leur leadership et leur pouvoir d'influence ainsi que de mesures de mentoring ou coaching individuel grâce à Women@renault.
- Le réseau social Women@renault comprend plus de 4500 membres, dont 23% sont des hommes.
- Nissan continue d'étendre son concept de vente « Ladies First » au Japon. Les concessions « Ladies First » sont essentiellement gérées et animées par des femmes. Le point de vente de Fuchu, en banlieue de Tokyo, à la décoration élégante dispose d'une nurserie et d'un vaste espace de jeux pour les enfants. L'objectif est de faire en sorte que les femmes et les acheteurs d'une première voiture s'y sentent parfaitement accueillis. En septembre, Nissan comptait 272 concessions « Ladies First ».
- Nissan a augmenté sensiblement le pourcentage de femmes dans ses effectifs commerciaux. Les femmes occupaient 9,9% de ces postes au Japon, à compter du mois d'août, contre 8,5% à la mi-2015. L'objectif de Nissan est d'atteindre 10%.

L'Alliance Renault-Nissan met en exergue le thème « Comment accéder au plus haut niveau » au Women's Forum

L'Alliance Renault-Nissan fait le point tous les ans sur l'évolution en matière d'égalité hommes-femmes et de diversité à la veille du « Women's Forum for the Economy and Society ». Cette année, la conférence a lieu à Deauville, en France, du 30 novembre au 2 décembre. Ce rendez-vous annuel, soutenu par l'Alliance depuis 2006, vise à promouvoir l'égalité des chances pour les femmes dans les domaines de l'industrie, de l'enseignement, de la politique et plus généralement au sein de la société.

L'Alliance Renault-Nissan envoie à la conférence une délégation composée de ses 50 collaboratrices les plus performantes venant du monde entier. Cette année, le constructeur organisera une séance spéciale sur la façon d'atteindre le sommet de la hiérarchie, à laquelle sont invitées toutes ses déléguées.

Notes aux rédacteurs :

En outre, l'Alliance Renault-Nissan s'exprimera cette année lors de trois séances dont l'une en plénière :

- **1^{er} décembre, de 16h50 à 17h05** : Mayra Gonzalez, Président-Directeur général de Nissan Mexique, participera à la séance plénière sur le thème : « New at the Top ».
- **1^{er} décembre, de 12h20 à 13h05** : l'Alliance Renault-Nissan organisera une séance proposée par « Les Pionnières » sur le thème « Entrepreneurial spirit : Women on the move », (Esprit d'entreprise : les femmes en mouvement).
- **2 décembre de 10h45 à 11h30** : l'Alliance Renault-Nissan organisera une dernière séance intitulée « Executive Presentations : Standing Out and Building your personal Brand », (Présentations aux dirigeants : se démarquer et créer sa marque), animée par Jane Goodman, Executive Consultant & Coach.

Pour plus d'informations sur les initiatives de Renault en faveur de la diversité :

www.renault.com/en/groupe/developpement-durable/responsabilite-sociale-de-l-entreprise/pages/diversite.asp

Pour plus d'informations sur les initiatives de Nissan en faveur de la diversité :

<http://www.nissan-global.com/EN/COMPANY/DIVERSITY>

À PROPOS DE L'ALLIANCE RENAULT-NISSAN

L'Alliance Renault-Nissan est un partenariat stratégique entre l'entreprise Renault, basée à Paris, et la société Nissan, basée à Yokohama au Japon. À eux deux, ils représentent 10 % du marché mondial automobile. En 2015, les deux sociétés partenaires stratégiques depuis 1999, ont vendu 8,5 millions de voitures dans presque 200 pays. L'Alliance est également partenaire de plusieurs autres constructeurs, tels que la société allemande Daimler, l'entreprise chinoise Dongfeng et le constructeur japonais Mitsubishi Motors. L'Alliance est également actionnaire majoritaire de la coentreprise propriétaire du premier constructeur automobile russe, AVTOVAZ.

blog.alliance-renault-nissan.com

www.nissan-newsroom.com

www.media.renault.com

<http://newsroom.nissan-europe.com/fr>