

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

13 octobre 2015

Pour diffusion immédiate

L'alliance Renault-Nissan accélère sur le terrain de l'égalité professionnelle hommes – femmes

- **Le pourcentage de femmes, surtout de celles occupant des fonctions de cadres ne cesse de progresser tous les ans**
- **Chez Renault, 22% des postes clés dans le monde sont occupés par des femmes ; chez Nissan au Japon le pourcentage de femmes est trois fois supérieur à la moyenne nationale**
- **Renault et Nissan lancent de nouveaux programmes afin de recruter, maintenir en poste et promouvoir des femmes au sein du groupe et attirer une nouvelle clientèle féminine**

DEAUVILLE, FRANCE (13 octobre 2015) — L'Alliance Renault-Nissan, l'un des plus grands groupes automobiles dans le monde, renforce son engagement en vue de réduire les inégalités entre hommes et femmes. L'entreprise a lancé de nombreux programmes dans le monde et en particulier sur les marchés nationaux pour recruter, maintenir en poste et promouvoir son personnel féminin.

Le pourcentage de femmes – notamment à des postes de managers - a augmenté par rapport à l'an dernier dans les deux entreprises Renault et Nissan.

Chez Renault, selon l'étude la plus récente, les femmes représentaient 18,4% du total des effectifs dans le monde par rapport aux 17,6% de 2013 et aux 10% de 2000. Les femmes occupaient 18,3% des postes de managers dans le groupe en 2014 contre 17% en 2013. Elles étaient en outre titulaires de 22% des 2 000 postes clés de l'entreprise dans le monde par rapport aux 19,6% de 2013.



Dans l'industrie automobile, Renault occupe une place de leader en termes d'emploi des femmes à de hautes fonctions de direction. Sur les onze membres du Comité Exécutif du Groupe deux sont des femmes : Mouna Sepehri, Directeur délégué à la Présidence et Marie-Françoise Damesin, Directeur des Ressources Humaines du groupe Renault et de l'Alliance.

L'objectif est d'atteindre une féminisation de 30% des postes techniques ou d'ingénierie et de 50% des profils commerciaux dans le monde d'ici 2016. Renault œuvre également pour garantir aux femmes 25% des postes clés au sein du Groupe d'ici 2016.

Chez Nissan, les femmes occupaient 11,7% des postes de managers dans le monde au cours de l'exercice 2014, par rapport aux 10,6% de l'exercice 2013. Au Japon, les femmes sont 8,2% à occuper des postes de managers chez Nissan, un chiffre en progression par rapport à 2013 où elles étaient 7,1%, et qui a plus que quintuplé depuis 2004.

Nissan demeure une référence dans son secteur au Japon, puisque le constructeur affiche une proportion de cadres féminins plus de fois trois supérieure à la moyenne nationale dans les grands groupes industriels. L'objectif de Nissan est d'atteindre le taux de 10% de femmes managers au Japon et de 14% dans le monde d'ici 2017.



L'Alliance Renault-Nissan lance des projets pour éliminer, partout dans le monde, les disparités entre hommes et femmes

2014 a été une année exceptionnelle en matière de nouveaux projets pour favoriser le recrutement, le maintien en poste et la promotion des femmes chez Renault et Nissan, qui vendent 10% des voitures commercialisées dans le monde.

- Renault est la première entreprise industrielle signataire d'un pacte des Nations Unies pour promouvoir l'égalité hommes – femmes en Amérique Latine, région clé pour sa croissance à long terme. L'objectif des principes d'autonomisation des femmes de l'agence ONU Femmes est de garantir le respect des droits humains des femmes et de les aider à participer pleinement à la vie économique, dans tous les secteurs industriels et à tous les niveaux hiérarchiques des entreprises.
- Renault a lancé un programme de recrutement dans une usine en Algérie qui a permis d'embaucher 350 personnes dont 40% de femmes. L'usine Renault à Oran est ainsi devenue l'un des exemples mondiaux dans ce secteur industriel en matière d'égalité professionnelle.
- Renault a développé Women@Renault, réseau social d'entreprise, permettant la gestion des talents, qui compte plus de 4 500 adhérents répartis sur les principaux marchés (Algérie, Argentine, Brésil, Colombie, Corée, Espagne, France, Inde, Maroc, Roumanie, Russie et Turquie).
- En 2014, le gouvernement espagnol a attribué à Renault le très convoité « Label égalité » et l'a vivement félicité pour la création du réseau

Women@Renault.

- Nissan a mis en place un programme officiel de mentoring pour les candidates féminines à des postes de manager au Japon. Celui-ci est ouvert aux titulaires de postes managériaux et propose de renforcer leurs compétences en leadership, stratégie et évolution de carrière.
- Nissan a également créé un atelier, qui a lieu deux fois par an, pour les jeunes femmes ingénieurs dans lequel leur sont prodigués des conseils sur la façon de se doter d'une carrière avant d'avoir des enfants.
- Nissan continue à étendre son concept de vente « Ladies First » au Japon, modèle de concession essentiellement géré et animé par des femmes. Situé à Fuchu, dans la banlieue de Tokyo, ce point de vente chic et élégant comprend une nurserie et 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.

o A l'été 2015, Nissan avait ouvert 151 points de vente « Ladies First » au Japon et prévoit de porter ce chiffre à 300 d'ici la fin de l'année 2016. Le constructeur envisage également d'étendre le concept à ses marchés étrangers. Fort des enseignements du Programme « Ladies First », Nissan reproduira ce concept dans les pays où il est susceptible de porter ses fruits.

- Nissan augmente aussi sensiblement le pourcentage de femmes dans les effectifs commerciaux. Les femmes occupaient 8,5% de ces postes à la mi-2015 contre 7% à fin 2014. L'objectif de Nissan est d'atteindre 10% d'ici à 2018.

L'Alliance Renault-Nissan met en exergue le mentoring au Women's Forum

Renault et Nissan font chaque année le point sur l'évolution en matière de parité 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 14 au 16 octobre. 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 automobile organisera une séance spéciale sur le mentoring à laquelle sont invitées toutes ses déléguées.

En outre, trois intervenantes représentant l'Alliance Renault-Nissan s'exprimeront cette année :

- 14 octobre : Mouna Sepehri, Directeur délégué à la Présidence de Renault, participera à la séance plénière sur le thème : « How do you energize the World ? » (Comment dynamisez-vous le monde ?)
- 15 octobre : l'Alliance Renault-Nissan organisera une séance sur le thème « Bien être et voiture » animée par Sidonie Camplan, Chef de Studio Design, Couleurs et Matières chez Renault
- 16 octobre : l'Alliance Renault-Nissan organisera une séance sur le thème « Intraprenariat, un nouveau modèle » animée par Claire Martin, Directeur RSE et Directeur de la Fondation Renault, Responsable de l'Alliance pour la

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 établi entre Renault (dont le siège est à Paris) et le Japonais Nissan (dont le siège est à Yokohama). L'Alliance vend 10% des voitures commercialisées dans le monde. Partenaires stratégiques depuis 1999, Renault et Nissan ont vendu 8,4 millions de voitures dans près de 200 pays en 2014. L'Alliance a également conclu des accords de collaboration stratégique avec divers constructeurs, notamment l'allemand Daimler, le chinois Dongfeng, l'indien Ashok Leyland et le japonais Mitsubishi Motors. Elle est récemment entrée comme actionnaire majoritaire au capital du premier constructeur russe AVTOVAZ.