



RENAULT NISSAN MITSUBISHI

COMUNICATO STAMPA

15 ottobre, 2013

NUOVI PROGRESSI PER L'ALLEANZA RENAULT-NISSAN SUL FRONTE DELLA PARITÀ FRA DONNE E UOMINI

- *L'accesso delle donne al mondo del lavoro ha visto un'importante accelerazione nelle economie emergenti, contribuendo ad affermare le pari opportunità in paesi chiave come Russia e Brasile.*
- *Renault si conferma punto di riferimento per la presenza delle donne ai vertici aziendali nel settore automobilistico e lo diventa anche per il panorama generale delle aziende francesi.*
- *La percentuale di donne ai vertici di Nissan in Giappone supera di oltre il doppio la media nazionale relativa all'industria.*
- *La crescente eterogeneità del management di Renault e Nissan riflette la tendenza in atto nelle due aziende a livello globale.*

DEAUVILLE, FRANCIA (15 ottobre 2013) — L'Alleanza Renault-Nissan continua a fare progressi nel superamento del cosiddetto *gender gap*, cioè nella disparità fra i sessi: l'anno scorso ha registrato, nei principali mercati in crescita, un netto miglioramento dei dati che riguardano l'assunzione e la carriera professionale delle donne.

Russia e Brasile sono tra le regioni di Renault-Nissan più virtuose in fatto di assunzioni e incarichi manageriali al femminile. In Russia, il terzo mercato di Renault per dimensioni, le donne costituiscono il 19% della forza lavoro e il 25% dei dirigenti. Nel 2013, il 40% di tutti i neoassunti di Renault in Russia è stato di sesso femminile, in aumento rispetto al 35% dell'anno precedente.

Sempre in Russia, le donne rappresentano il 15% dell'organico di Nissan e il 27,7% delle posizioni manageriali, un rapporto che figura tra i più alti all'interno della Casa automobilistica.

In Brasile, altro mercato in forte crescita, la rapidità delle assunzioni ha contribuito ad ampliare la presenza delle donne fra gli incarichi manageriali in Nissan: in un solo anno, infatti, il numero delle donne manager è quasi triplicato, e oggi costituisce quasi il 20% di tutti i ruoli manageriali di Nissan in Brasile. Grazie anche ai progressi compiuti in Brasile, il numero delle donne manager nelle attività di Nissan nelle Americhe è aumentato del 70% negli ultimi cinque anni.

"I mercati emergenti crescono a velocità superiori alla media e hanno bisogno di persone di talento: ecco perché offrono l'opportunità storica di colmare la disuguaglianza di genere," ha dichiarato Carlos Ghosn, Presidente e CEO di Renault-Nissan. "Ma attenzione: risolvere il *gender gap* è un obiettivo che perseguiamo a livello mondiale, quindi anche sui nostri mercati interni."

In tutto il mondo, Renault resta ai primi posti per la partecipazione delle donne all'alta dirigenza nel settore automobilistico. Nel Comitato esecutivo, due dei dieci dirigenti sono donne. Oggi, Renault vanta un'analoga rappresentanza femminile a tutti i livelli dell'azienda. Le donne ricoprono il 17,4% dell'organico totale di Renault, il 17% delle funzioni manageriali e il 16% delle 150 posizioni di top manager dell'azienda nel mondo.

In Francia, Renault detiene una delle più alte percentuali di presenza femminile ai vertici societari fra le aziende comprese nell'indice CAC40.

In Giappone, le donne occupano il 6,8% dei ruoli manageriali in Nissan, più del doppio rispetto alla media nazionale per il settore industriale, e l'obiettivo dell'azienda è portare questa percentuale al 10% entro il 2017.

Team dirigenziali all'insegna della diversità

Oltre alla parità dei sessi, Renault e Nissan – che vendono veicoli in tutti i segmenti del mercato automobilistico, in quasi 200 paesi del mondo – sono anche impegnate a promuovere la diversità del management.

La composizione dei vertici aziendali di Renault si fa sempre più multiculturale, di pari passo con l'espansione geografica della Casa automobilistica. Renault conta 20 diverse nazionalità tra i suoi 150 top manager globali: francese, spagnola, giapponese, brasiliana e tedesca, solo per citarne alcune. Nel 2012, oltre la metà delle vendite di Renault hanno interessato per la prima volta mercati extra-europei.

Nissan continua a essere leader del settore in fatto di diversità del management. Il 48% dei 100 top manager proviene infatti da 17 paesi diversi. Nissan, inoltre, genera più dell'85% delle vendite globali al di fuori del

Giappone.

Ogni anno, Renault e Nissan presentano una relazione su parità di genere e diversità in vista del Women's Forum for the Economy and Society, conferenza internazionale che incoraggia le donne a superare le difficoltà e le barriere che da sempre si trovano ad affrontare e a cogliere le opportunità economiche. La conferenza di quest'anno si terrà a Deauville, Francia, fra il 16 e il 18 ottobre.

L'evento annuale, che l'Alleanza sostiene dal 2006, ha l'obiettivo di difendere il principio della non discriminazione fondata sul genere in tutti i settori professionali e sociali, dall'industria al mondo accademico, alla politica.

In veste di "Premium Partner" del Women's Forum di Deauville, l'Alleanza Renault-Nissan terrà tre interventi all'edizione di quest'anno:

- 16 ott.: Mouna Sepehri, Vice Presidente Esecutivo dell'ufficio del Presidente di Renault e membro del Consiglio di amministrazione di Renault-Nissan, parlerà in occasione della sessione plenaria; tema dell'intervento sarà "Dove termina la cooperazione e dove ha inizio la competizione oggi?".
- 16 ott.: l'Alleanza Renault-Nissan terrà una sessione sul tema "L'innovazione alla base della piramide" con Claire Martin, Vice Presidente della Corporate Social Responsibility di Renault e Direttore Generale della Renault Foundation.
- 17 ott.: Marie-Françoise Damesin, Vice Presidente Esecutivo delle Risorse Umane di Renault, interverrà nel corso di una sessione intitolata "Come richiamare le donne nei settori dominati dagli uomini".

Alleanza Renault-Nissan

L'Alleanza Renault-Nissan è una partnership strategica fra Renault (con sede a Boulogne-Billancourt, Francia) e Nissan (con sede a Yokohama, Giappone), che insieme vendono 1/10 dei veicoli in tutto il mondo. Partner strategici dal 1999, nel 2012 le due aziende hanno venduto 8,1 milioni di automobili in quasi 200 paesi. L'Alleanza ha avviato collaborazioni strategiche con numerose Case automobilistiche, tra cui Daimler in Germania e Dong Feng in Cina, e con costruttori regionali come Ashok Leyland in India.

Contatto:

Gabriella Favuzza
Corporate Communication
Manager
+39 06 4156486

Siti web: www.media.renault.com - www.group.renault.com