

**COMUNICATO STAMPA**

2012-10-10

## **RISULTATI CONCRETI PER L'ALLEANZA RENAULT-NISSAN NELLA PARITÀ TRA DONNE E UOMINI**

- Le donne ricoprono il 15% delle posizioni manageriali chiave di Renault.
- La percentuale di donne impiegate nella rete di vendita di Renault in Francia è raddoppiata dal 2009.
- La percentuale di donne ai vertici globali di Nissan è aumentata del 75% rispetto a tre anni fa.

PARIGI, 10 ottobre 2012 – L'impegno dell'Alleanza Renault-Nissan per la parità fra le donne e gli uomini ha dato importanti risultati in entrambe le aziende.

L'Alleanza presenta un aggiornamento annuale della relazione sulla parità fra le donne e gli uomini in occasione del Women's Forum for the Economy and Society, conferenza internazionale in corso dal 10 al 12 ottobre a Deauville in Francia, che, come ogni anno, difende il principio delle pari opportunità delle donne nell'industria, nel mondo accademico, nella politica e nella società.

Questi i punti principali rilevati nel 2012 da Renault e Nissan:

- Nel Comitato esecutivo di Renault, due dei dieci dirigenti sono donne: l'azienda detiene una delle più elevate percentuali di partecipazione femminile ai vertici direzionali dell'industria automobilistica mondiale. Si tratta di Marie-Francoise Damesin, Vicepresidente esecutivo delle Risorse Umane, e Mouna Sepehri, Vicepresidente esecutivo dell'Ufficio del Presidente.
- Le donne occupano il 15% delle posizioni manageriali di Renault a livello globale.
- Le donne rappresentano il 17% dell'organico totale di Renault e il 14% del personale impiegato nelle linee produttive dell'azienda.
- Nella rete di concessionarie, le donne rappresentano il 34% del personale di vendita in Francia, una quota più che raddoppiata rispetto al 2009. Renault punta a raggiungere il 50% di rappresentanza femminile nelle nuove posizioni di vendita.
- In Francia, il brand entry-level di Renault, Dacia, ha già raggiunto l'obiettivo della parità numerica tra donne e uomini nello staff di vendita delle concessionarie. Nel 2012, l'80% del nuovo personale di vendita era composto da donne.
- Renault ha sviluppato "Women@Renault", una rete professionale interna con 3300 appartenenti e comunità locali in 11 Paesi. L'iniziativa rientra nel quadro della strategia di responsabilità sociale dell'azienda, che mira a rafforzare la parità tra i sessi in tutte le funzioni nel mondo.
- Le donne occupano il 7% dei ruoli di senior manager di Nissan nel mondo, in crescita rispetto al 4% del 2009.
- Il 4% delle posizioni di senior manager di Nissan in Giappone è composto da donne, in salita rispetto al 3% dello scorso anno.
- In Giappone, le donne occupano il 6,7% delle posizioni manageriali e di alta dirigenza, rispetto alla media del 2,9% delle aziende giapponesi con più di 5000 dipendenti, secondo il Ministero giapponese del Lavoro, della Salute e delle Politiche Sociali.
- Nissan ha ricevuto il "Diversity Award" dall'ente no-profit "Japan Women's Innovative Network". È la seconda volta che l'azienda viene premiata per l'eccellenza nella gestione delle pari opportunità, attraverso approcci innovativi nell'ambito dell'accesso al lavoro, della formazione professionale e della tutela dell'occupazione femminile.

### **Impegno in difesa dell'uguaglianza e della parità fra donne e uomini**

Con l'ampliamento dei mercati coperti dal brand nel mondo, la composizione dei vertici aziendali di Renault si fa sempre più eterogenea. Renault conta 15 diverse nazionalità tra i suoi top manager globali, tra cui quella francese, spagnola, giapponese,

brasiliana e tedesca.

La direzione generale di Nissan in Giappone è tra le Case automobilistiche mondiali più eterogenee in termini di nazionalità dei suoi funzionari. Il 48% delle 100 posizioni ai vertici aziendali è detenuto da manager esteri, provenienti da 15 Paesi: Francia, Australia, Brasile, Canada, Cina, India, Italia, Paesi Bassi, Spagna, Sudafrica, Regno Unito, Stati Uniti, Irlanda, Argentina e Polonia.

“L’Alleanza Renault-Nissan seleziona e coltiva talenti sulla base delle capacità personali, non basate sul genere, sul paese di origine o altri fattori” ha sottolineato il Presidente e CEO dell’Alleanza Carlos Ghosn. “Stiamo creando il gruppo automobilistico più eterogeneo del mondo, un posto che riconosce valore al successo individuale e difende la diversità a ogni livello.”

L’Alleanza è “Premium Partner” del Women’s Forum, che sostiene dal 2006. Nella mattinata di venerdì, l’Alleanza terrà un’esclusiva sessione interattiva con Michele Mouton, prima donna ad aggiudicarsi una tappa del Campionato Mondiale Rally e attuale presidente della Commissione Women & Motor Sport della Federazione Internazionale dell’Automobile.

## **L'ALLEANZA RENAULT-NISSAN**

L’Alleanza Renault-Nissan è una partnership strategica tra la francese Renault (la cui sede è a Parigi) e la giapponese Nissan (con sede a Yokohama), che insieme vendono 1/10 dei veicoli in tutto il mondo. Partner strategici dal 1999, Renault e Nissan hanno venduto, nel 2011, 8,03 milioni di veicoli in circa 200 Paesi. Sin dalla sua nascita 13 anni fa, l’Alleanza interculturale Renault-Nissan si è significativamente estesa, in particolar modo nei mercati emergenti.

### **Per Maggiori Informazioni:**

**Gabriella Favuzza**  
Corporate Communication Manager  
+39 06 4156486  
[gabriella.favuzza@renault.it](mailto:gabriella.favuzza@renault.it)

Siti web: [www.media.renault.com](http://www.media.renault.com) - [www.group.renault.com](http://www.group.renault.com)