



RENAULT NISSAN MITSUBISHI

COMUNICATO STAMPA

29 novembre, 2016

CS - L'ALLEANZA RENAULT-NISSAN COMPIE IMPORTANTI PROGRESSI A FAVORE DELL'UGUAGLIANZA PROFESSIONALE UOMO-DONNA

Nel 2016, Renault e Nissan hanno nominato molte donne in posizioni chiave e di responsabilità.

Un quarto dei membri del Comitato Esecutivo di Renault è costituito da donne.

Per Nissan, la percentuale di donne in posizioni dirigenziali in Giappone è due volte superiore alla media nazionale dei grandi gruppi industriali.

Renault e Nissan sono molto apprezzate per il loro impegno a favore dell'uguaglianza uomo-donna.

DEAUVILLE, FRANCIA (29 novembre 2016) – L'apertura del Women's Forum 2016 conferma il costante impegno dell'Alleanza Renault-Nissan a favore dell'uguaglianza tra uomini e donne, che ha portato, lo scorso anno, ad importanti progressi per le donne in entrambe le aziende. Nel 2016, infatti, molte donne con posizioni di quadro sono state promosse dall'Alleanza a funzioni chiave nell'ambito della Direzione, in particolare Véronique Sarlat-Depotte è stata nominata Direttore degli Acquisti dell'Alleanza Renault-Nissan e Presidente Direttore Generale di RNPO (Renault Nissan Purchasing Organization), Clotilde Delbos Direttore Finanziario del Gruppo Renault e Mayra Gonzalez Presidente-Direttore Generale di Nissan Messico.

«Il nostro impegno a favore dell'uguaglianza uomo-donna è vantaggioso per la competitività del Gruppo, poiché il nostro obiettivo è attirare i migliori talenti nel mondo intero», ha dichiarato Carlos Ghosn, Presidente Direttore Generale dell'Alleanza. «Abbiamo adottato misure significative per promuovere l'uguaglianza a tutti i livelli dell'Alleanza. Siamo fieri di essere uno dei punti di riferimento del settore automobilistico anche in questa area e continueremo ad impegnarci nel futuro con determinazione in questa direzione», aggiunge.

La percentuale di donne che lavorano in Renault, che ha sede in Francia, e in Nissan in Giappone, è sensibilmente aumentata dall'anno scorso, in particolare nelle posizioni dirigenziali.

Alla fine del 2015, **in Renault** le donne rappresentano il 18,8% dell'organico totale mondiale, contro il 18,4% nel 2014 e il 10% nel 2000. Esse occupano, inoltre, il 24,2% delle 2000 posizioni chiave dell'azienda nel mondo alla fine del 2015, contro il 22% nel 2014.

Nell'industria automobilistica, Renault è leader per il numero di donne che occupano posizioni apicali, con tre donne sui dodici membri del Comitato Esecutivo (erano soltanto due su undici nel 2015): Mouna Sepehri, Direttore Delegato alla Presidenza, Marie-Françoise Damesin, Direttore delle Risorse Umane del Gruppo Renault e dell'Alleanza e Clotilde Delbos, nominata di recente Direttore Finanziario del Gruppo Renault.

In Nissan, il 9,1% delle posizioni manageriali è occupato da donne nel 2016, una percentuale superiore all'8,2% dell'anno fiscale 2015. Secondo le statistiche 2015 del Ministero giapponese della Salute e degli Affari Sociali, questa percentuale si distacca nettamente dalla media del 3,7% registrata dalle imprese industriali giapponesi di 1.000 dipendenti e oltre.

Le donne rappresentano il 7% delle posizioni dirigenziali apicali in Giappone nel 2016, un dato che è più che triplicato rispetto al 2% del 2008.

Da aprile 2016, le donne occupano il 13% del totale delle funzioni manageriali a livello mondiale in Nissan, contro il 7% nel 2008. Il costruttore ha come obiettivo la percentuale del 14% di donne manager a livello mondiale entro il 2017.

Le donne dell'Alleanza Renault-Nissan premiate per il forte coinvolgimento nell'industria automobilistica.

Nel 2016, l'Alleanza e molte delle sue manager donna hanno ricevuto numerosi premi, tra cui:

Quattro responsabili nell'ambito dell'Alleanza sono state nominate *Leading Women* 2016 da Automotive News Europe. Si tratta di Mouna Sepehri, Marie-Françoise Damesin, Agneta Dahlgren, Direttore Design del Segmento C e veicoli elettrici del Gruppo Renault e Judith Richardson, Vicepresidente acquisti, Nissan Europa.

Agneta Dahlgren è stata nominata Donna dell'Anno 2016 dall'associazione indipendente "Women and Vehicles in

Europe" (WAVE). Il 28 settembre, alla vigilia dell'apertura del Salone dell'Auto di Parigi, Automotive News Europe ha assegnato ad Agneta Dahlgren anche il trofeo "Eurostar" 2016, distinguendola tra numerose candidate e candidati dell'industria automobilistica europea.

Renault Brasile ha conseguito la Medaglia d'Oro (Golden Award) del programma Principi di autonomizzazione delle donne dell'ONU, che premia le azioni realizzate a favore dell'autonomizzazione delle donne.

Renault Spagna ha ricevuto una certificazione del Ministero spagnolo della Sanità, dei Servizi Sociali e dell'Uguaglianza, per premiare l'impegno e le azioni dell'azienda volte a promuovere l'uguaglianza in Spagna.

Nissan ha ottenuto la certificazione "Platinum Kurumin" del Ministero giapponese della Salute, del Lavoro e degli Affari Sociali, assegnata alle aziende che garantiscono un supporto ai dipendenti con figli. Nissan è il primo costruttore automobilistico a ricevere tale certificazione.

Nissan è stata premiata dalla Borsa di Tokyo, che le ha assegnato il titolo di "Marca Nadeshiko" per il quarto anno consecutivo, riconoscendo la sua politica di supporto e promozione del personale femminile.

L'Alleanza mette in campo diverse iniziative ed eventi tesi a promuovere la crescita professionale delle donne:

Dal 2010, nella maggior parte dei Paesi in cui è presente Renault, le donne possono beneficiare di misure di sviluppo personale, tra cui sessioni di lavoro dedicate o formazioni destinate a migliorare la leadership e il potere di influenzare, nonché misure di mentoring o coaching individuale grazie a Women@renault.

Il social network Women@renault comprende oltre 4.500 membri, di cui il 23% di uomini.

Nissan continua ad estendere il concetto di vendita "Ladies First" in Giappone. Le concessionarie "Ladies First" sono essenzialmente gestite ed operate da donne. Il punto vendita di Fuchu, nella periferia di Tokyo, allestito con eleganza, dispone di una nursery e di un vasto spazio giochi per i bambini. L'obiettivo è fare in modo che donne ed acquirenti della prima auto si sentano accolti con grande attenzione. A settembre, Nissan vantava 272 concessionarie "Ladies First".

Nissan ha sensibilmente incrementato la percentuale di donne nell'organico commerciale in Giappone, portandolo al 9,9% nel mese di agosto, contro l'8,5% a metà 2015. L'obiettivo che Nissan si è prefissata è il 10%.

Al Women's Forum, l'Alleanza Renault-Nissan pone l'accento sulla tematica "Come accedere ai livelli apicali".

L'Alleanza Renault-Nissan fa il punto ogni anno sull'evoluzione in materia di uguaglianza uomo-donna e di diversità, alla vigilia del "Women's Forum for the Economy and Society". Quest'anno la conferenza si svolgerà a Deauville, in Francia, dal 30 novembre al 2 dicembre. Questo appuntamento annuale, supportato dall'Alleanza dal 2006, è teso alla promozione delle pari opportunità per le donne nei settori dell'industria, dell'insegnamento, della politica e nella società in genere.

L'Alleanza Renault-Nissan invia alla conferenza una delegazione composta dalle 50 collaboratrici più efficaci, provenienti dal mondo intero. Quest'anno, il costruttore organizzerà una sessione speciale sul modo di raggiungere il vertice della gerarchia, a cui sono invitate tutte le sue delegate.

###

Note ai redattori:

L'Alleanza Renault-Nissan si esprimerà quest'anno in occasione di tre sessioni, di cui una in plenaria:

1° dicembre, dalle 16:50 alle 17:05: Mayra Gonzalez, Presidente Direttore generale di Nissan Messico, parteciperà alla sessione plenaria sul tema: "New at the Top".

1° dicembre, dalle 12:20 alle 13:05: l'Alleanza Renault-Nissan organizzerà una sessione proposta da "Les Pionnières" (le Pioniere) sul tema "Entrepreneurial spirit: Women on the move", (Spirito imprenditoriale: le donne in movimento).

2 dicembre, dalle 10:45 alle 11:30: l'Alleanza Renault-Nissan organizzerà un'ultima sessione intitolata "Executive Presentations: Standing Out and Building your personal Brand", (Presentazione ai dirigenti: distinguersi e creare la propria marca), animata da Jane Goodman, Executive Consultant & Coach.

Per maggiori informazioni sulle iniziative di Renault a favore della diversità:

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

Per maggiori informazioni sulle iniziative di Nissan a favore della diversità:

Cenni sull'Alleanza Renault-Nissan.

L'Alleanza Renault-Nissan è un partenariato strategico tra Renault (con sede a Parigi) e il costruttore giapponese Nissan (con sede sociale a Yokohama), che vende il 10% dei veicoli commercializzati nel mondo. Renault e Nissan, partner strategici dal 1999, hanno venduto 8,5 milioni di veicoli in circa 200 Paesi nel 2015. L'Alleanza ha stipulato accordi di collaborazione strategica con diversi costruttori automobilistici, in particolare il tedesco Daimler e il cinese Dongfeng. L'Alleanza detiene anche una partecipazione di maggioranza nella joint-venture che controlla il russo AVTOVAZ, primo costruttore russo.

www.media.renault.com

www.nissan-newsroom.com

blog.alliance-renault-nissan.com

Contatti stampa:

Nissan - Fulvio FERRARI

Manager, Corporate & Internal Communications

Tel. +39 06 90808430

E-mail: F.Ferrari@nissan.it

Contatto:

Paola Repaci
Electric Vehicles & Corporate
Communication Manager
+39 06 4156965

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