



Le 27 mai 2008

RENAULT ET LA DIVERSITE

Carlos Ghosn : « *Il me semble essentiel de promouvoir la diversité dans l'entreprise, pas seulement d'un point de vue éthique, mais surtout parce que c'est un facteur clé de la performance durable.* »

Renault estime que la diversité est un levier fondamental de performance mais aussi de motivation et d'engagement des collaborateurs. Elle constitue un avantage compétitif décisif : de la diversité des formations, des talents et des parcours des salariés, naît l'innovation. Et à l'heure de la mondialisation, c'est en reflétant les multiples visages des 118 pays où Renault vend des véhicules que l'entreprise comprendra et répondra au mieux aux attentes de ses clients. C'est pourquoi Renault souhaite faire bénéficier l'entreprise de la richesse culturelle et de la diversité d'expériences de toutes les composantes des marchés sur lesquels elle opère.

Un principe ancré dans les gènes d'une entreprise internationale

L'Alliance signée entre Renault et Nissan en 1999 a constitué une expérience majeure de l'ouverture du groupe à d'autres cultures. Fondée sur le respect mutuel des deux cultures d'entreprise, l'une française, l'autre japonaise, elle a permis la réalisation de projets communs dans une optique "gagnant-gagnant". Depuis, Renault a repris la branche automobile de Samsung en Corée en 2000 pour créer Renault Samsung Motors, et signé de multiples partenariats internationaux (Roumanie, Brésil, Iran, Maroc, Russie, Inde).

En 2007 et 2008, la dynamique partenariale s'est accélérée : prise de participation dans VAZ, premier constructeur automobile russe, avec la perspective de production de 1 million de véhicules. Joint-venture avec Bajaj, constructeur indien de 2 roues, pour fabriquer un véhicule Ultra Low Cost à horizon 2011. Partenariat avec Project Better Place pour fournir des voitures électriques à l'ensemble du marché israélien en 2011... Dans le cadre de l'Alliance avec Nissan plusieurs projets d'envergure sont en cours de réalisation : la construction d'une usine à Tanger et d'une autre en Inde, ainsi que l'ouverture d'un centre d'ingénierie commun dans ce même pays.

Les opportunités ouvertes par ces partenariats soulignent plus que jamais que la diversité est un puissant moteur de performance et de croissance du groupe Renault. C'est dans cette volonté d'ouverture à d'autres cultures que la Fondation Renault a été créée en 2001. Elle permet des échanges entre étudiants de pays aux cultures très diverses dans une dynamique de découverte culturelle et de respect réciproque. En créant 3 programmes de formation, dont 2 ouverts à des pays étrangers, elle a accueilli depuis 2001 370 étudiants provenant de 9 pays. Elle a également ouvert en 2007 avec Polytechnique et HEC une chaire « Management multiculturel et performances de l'entreprise ».

Direction de la Communication

1967, rue du Vieux Pont de Sèvres – 92109 Boulogne Billancourt Cedex

Tel.: + 33 (0)1 76 84 64 69 – Fax: + 33 (0)1 76 84 52 89

Sites : www.renault.com & www.media.renault.com

© Renault - Direction de la communication / Corporate Communications

Les recrutements à l'international, dans le but d'enrichir le groupe de diverses expériences et cultures, ont été une politique affichée de l'entreprise depuis 1999. Les recrutements effectifs ont même dépassé les objectifs fixés : chaque année depuis 1999, 25 à 30% des cadres qui intègrent Renault ont un « profil international. Par ailleurs, l'obtention d'un minimum de 750 points au TOEIC, le test de référence de la maîtrise de l'anglais, est un impératif pour être recruté dans l'entreprise.

Un engagement de longue date contre la discrimination et pour la diversité

Renault a également pris de façon précoce des engagements en faveur de la non-discrimination et de l'égalité des chances, et signé en 2004 la Déclaration des droits sociaux fondamentaux ainsi que la Charte de la diversité. Dans ce cadre, le groupe a entrepris de multiples actions pour assurer la présence, l'évolution et l'égalité de traitement de toutes les composantes de la société : jeunes issus de milieux défavorisés, femmes, personnes handicapées, seniors notamment.

En 2006 et 2007, toute la fonction Ressources Humaines et les comités de directions ont été formés à la problématique de la discrimination. 1000 collaborateurs de 11 établissements et 14 filiales ont ainsi été sensibilisés. D'ici fin 2008, une nouvelle campagne de sensibilisation au thème de la diversité sera dispensée en e-learning en français et en anglais. Elle sera proposée à la fonction RH, puis aux quelques 6000 managers du groupe.

En 2008, Renault a décidé d'aller plus loin dans sa démarche et de structurer les nombreuses initiatives entreprises dans ce domaine en nommant un pilote de la diversité à la Direction des Ressources Humaines. Il anime un groupe projet pluridisciplinaire sur le périmètre mondial du groupe.

Parmi ces initiatives, une centaine de salariés du monde entier qui reflète la diversité dans l'entreprise (juniors, seniors, techniciens, cadres, origines culturelles différentes), se réunira le 28 mai pour réfléchir à des idées concrètes pour faire progresser la diversité dans l'entreprise. Autour de chaque table de discussion, on envisagera en quoi la diversité est un levier de la motivation et un levier de la performance. La journée sera ouverte par Gérard Leclercq, DRH du groupe, et close par Carlos Ghosn, Président de Renault.

Enfin, Renault s'est engagé en 2008 dans une démarche de diversité sur le long terme avec Sciences Po : le 29 mai, une convention commune sera signée par laquelle Renault s'engage à soutenir la politique de Sciences Po en faveur de la promotion de la diversité afin d'opérer des recrutements à haut niveau parmi des populations dont les talents sont souvent mal valorisés. Ce même jour, Renault et Sciences Po Paris organisent un colloque international qui rassemblera des universitaires internationaux mondialement reconnus sur le thème de la diversité et des représentants de grandes entreprises.

Des actions spécifiques pour diverses composantes de la société

Renault et les femmes

Renault œuvre activement à la promotion des femmes et favorise leurs carrières au sein de l'entreprise. Malgré une population féminine sous représentée dans les rangs des écoles qui préparent aux métiers de l'automobile, Renault recrute chaque année un quart de femmes (27,5% en 2007, et 30% des ingénieurs et cadres). Sous l'effet de ces recrutements importants, le pourcentage de femmes dans l'entreprise augmente chaque année : elles sont passées de 10,6% à 15,5% de 1999 à 2007 pour Renault sas. Le pourcentage des femmes parmi les ingénieurs et cadres a augmenté de 6 points en 8 ans pour atteindre 22% en 2007. 3 femmes siègent aujourd'hui au Comité de Direction de Renault, et d'autres ont été récemment nommées à des postes clés, comme Béatrice Foucher, Directrice du Produit, Nadine Leclair, Directrice de l'Ingénierie Véhicule.

La politique de promotion des femmes a été encadrée en 2004 par l'Accord sur l'égalité professionnelle et la conciliation vie familiale / vie professionnelle. Depuis, un Observatoire de l'égalité professionnelle tient à jour 8 indicateurs sur la situation des femmes chez Renault. Des mesures concrètes ont été prises autour de la maternité comme par exemple le cofinancement d'une crèche aux horaires élargis à l'usine de Douai. Un projet similaire verra le jour près de l'usine du Mans fin 2008.

Enfin depuis 2006, Renault est partenaire chaque année du Women's Forum auquel Carlos Ghosn participe. En 2007, Renault a également soutenu le programme « Women for Education » initié par le Women's Forum et le magazine ELLE, et doté de 100 000 euros le projet gagnant : un programme de formation des filles et jeunes femmes afghanes.

Initiatives envers les personnes handicapées

Renault a été une des premières entreprises en France à signer en 1995 avec l'ensemble des organisations syndicales un accord en faveur de l'insertion des personnes handicapées. Sur la base de cet accord renouvelé à quatre reprises, un large panel de mesures sont menées, portant sur l'emploi, l'évolution professionnelle et des dispositions facilitant la vie quotidienne des personnes handicapées. A fin 2007, le pourcentage de personnes handicapées dans l'entreprise est de 7,6 %, soit un pourcentage supérieur aux 6% réglementaires.

Insertion professionnelle des jeunes issus de milieux défavorisés

Dès 1992, Renault s'est engagé dans un dispositif d'insertion professionnelle signé avec les pouvoirs publics. Mis en œuvre sur l'ensemble des bassins d'emploi où Renault exerce des activités industrielles, il a permis depuis 15 ans à 2900 jeunes en difficulté sur le marché de l'emploi d'obtenir un diplôme (CAP ou Bac) tout en travaillant dans l'entreprise.

En février 2008, Renault a signé avec le Ministère de l'Economie, des Finances et de l'Emploi, un « Engagement national pour l'insertion professionnelle des jeunes des quartiers ». Grâce à cet accord, l'entreprise accueillera sur 3 ans (2008-2010) de l'ordre de 720 stagiaires et 450 jeunes en alternance. L'entreprise recrutera également jusqu'à 420 jeunes issus de quartiers socialement défavorisés.

Après avoir signé la « Charte d'engagement des entreprises au service de l'égalité des chances dans l'éducation », Renault s'est aussi porté partenaire en novembre 2007 de la création par le lycée Henri IV d'une nouvelle classe préparatoire pour les bacheliers boursiers. Cette « Classe Préparatoire aux Etudes Supérieures » offrira à 30 boursiers de l'Etat, issus de milieux sociaux modestes, les meilleures chances de réussite aux concours des Grandes Ecoles.

Dans le même esprit, Renault et Renault F1 Team sont partenaires du projet « Courses en Cours » qui incite depuis 2006 des jeunes de plusieurs établissements de zones socialement défavorisées à participer à un projet original : concevoir eux-mêmes des mini-voitures de Formule 1 et les faire concourir lors d'une course nationale, puis internationale. La finale nationale se déroulera au Renault Square Com le 28 mai 2008.

Enfin, Renault a une longue tradition de promotion interne de ses collaborateurs et joue ainsi en son sein le rôle d'ascenseur social. Chaque année, 100 à 120 collaborateurs accèdent au statut cadre dans tous les métiers. Le passage cadre est organisé par un accord d'entreprise et se déroule par le biais de plusieurs filières en partenariats avec des écoles. Aujourd'hui, plus de 20 % des cadres sont issus de ce parcours interne.

Insertion professionnelle des diplômés d'université

Renault recrute des profils diversifiés et intègre dans l'entreprise tant des ingénieurs issus de grandes écoles que des universitaires. En 2007, 42% des recrues étaient issues de l'université, 51% d'écoles d'ingénieurs et 9% d'écoles de commerce. Cet engagement pour un recrutement diversifié a été renforcé en 2007 par la signature de la Charte Phénix, par laquelle Renault s'engage à recruter en CDI, avec statut cadre, des étudiants issus de filières universitaires qui ne les destinaient pas à intégrer le monde de l'entreprise. En 2007, Renault a recruté grâce à ce concept 2 étudiants diplômés d'un master de philosophie, qui ont tous deux intégré la direction de l'audit.

Initiatives envers les seniors

Du fait de leur expérience, les seniors constituent pour l'entreprise une richesse qu'elle entend conserver. Aujourd'hui chez Renault, un salarié sur 3 a plus de 50 ans. Renault a pris en compte de façon précoce l'allongement de la vie professionnelle et l'a anticipé par plusieurs actions : la mise en oeuvre de conditions de travail compatibles avec l'allongement de la vie active ou encore l'actualisation des compétences tout au long de la carrière. Le personnel expérimenté qui le souhaite peut accéder au statut cadre après 50 ans, via une formation de 140 heures. En 2007, 36 personnes de plus de 45 ans sont passées cadres.