

DIVERSITÉ : RENAULT ÉTEND SES ACTIONS EN ALGÉRIE AVEC WOMEN@RENAULT

- **Le 25 juin 2012, le constructeur français lance officiellement le réseau social Women@Renault pour les 450 collaborateurs de sa filiale Renault Algérie.**
- **L'objectif ? Échanger pour développer les talents féminins et faire évoluer les mentalités au sein du Groupe.**
- **Lancé il y a 2 ans au niveau du groupe, c'est aujourd'hui le plus grand réseau social de Renault avec plus de 3 300 membres – dont 6 % d'hommes – dans 9 pays (Espagne, Roumanie, Brésil, Corée...).**
- **Sur le plan de représentation des femmes dans les effectifs, Renault Algérie se positionne largement au dessus de la moyenne nationale, avec 35% de femmes.**

La diversité et plus particulièrement la question de la place des femmes est l'une des premières priorités de la politique RSE de Renault. « Avec *Women@Renault*, l'idée était de faire comprendre à tous les collaborateurs et managers ce que les femmes peuvent apporter au business en terme de performance, et dans une approche d'égalité des chances. » rappelle Claire Martin, Directeur RSE du Groupe Renault.

Véritable levier d'amélioration de l'entreprise, il contribue à faire évoluer les process RH et les mentalités en agissant sur le recrutement, la rémunération, l'équilibre vie personnelle et professionnelle, le parcours de carrière... Comme le « réseautage » est essentiel pour la réussite professionnelle, ce réseau social favorise le développement des talents féminins et les prépare aux postes de management : formations, entretiens diversité, mentoring, développement personnel...

Ce réseau social permet aux membres d'interagir, de publier des posts, de participer à des forums à idées, d'organiser des conférences, déjeuners, actions sportives et associatives (ex la course La Parisienne), ateliers de développement...

Distaçant la moyenne nationale avec 35% de femmes, Renault Algérie est aussi la championne de la diversité parmi tous les constructeurs présents dans le pays et l'une des plus féminisées de Renault. « *Cela s'explique par le fait que nous recevons davantage de candidatures féminines et qu'elles ont les compétences nécessaires pour être recrutées* »

souligne Stéphane Galoustian, Directeur Général de Renault Algérie.

En effet, outre l'équipe marketing composée à 100% de femmes (à une exception près), le Comité de Direction est à 50% féminin. De même, la direction de la supply chain est gérée par une femme, tout comme celles du marketing, des ressources humaines, de la communication et de l'audit interne. *« On retrouve le même phénomène dans le réseau qui compte 50% de vendeuses. C'est un atout évident dans un pays où les femmes sont le pilier de la cellule familiale, et jouent à ce titre un rôle de premier plan dans la décision d'achat d'une voiture »* explique Stéphane Galoustian.

« Nous espérons que Women@Renault fera une aussi belle percée en Algérie que celles rencontrées au Brésil, en Roumanie ou encore en Corée. Je suis impressionnée par la place des femmes dans cette filiale et je compte donc sur la maturité de celle-ci sur le sujet pour contribuer à faire progresser les autres filiales du groupe – y compris en France – dans le sens d'une meilleure prise en compte des tous qu'apportent une plus grande mixité » conclut Claire Martin.

Les chiffres clés de Women@Renault depuis son lancement en juin 2010 :

- 2010 : France, Roumanie et Brésil
- 2011 : Corée, Espagne, Turquie, Maroc, Argentine, Colombie
- Une centaine de publications blog / an
- Une newsletter 1 fois / semaine
- 2 forums en ligne : avec plus de 260 idées
- 18 déjeuners organisés (200 participants)

Pour Plus D'informations:

Coralie JOLLY

Attachée de presse

+33 1 76 82 82 53

coralie.jolly@renault.com

GROUPE RENAULT

SERVICE DE PRESSE

Tel.: +33 (0)1 76 84 63 36

renault.media@renault.com

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

Follow us on Twitter : **@Groupe_Renault**