

UN MONDE DE RESPONSABILITÉ[S]

“ SOCIALE, SOCIÉTALE & ENVIRONNEMENTALE ”



CHANGEONS DE VIE
CHANGEONS L'AUTOMOBILE



RAPPORT RSE 2013

06 enjeux SOCIÉTAUX



12 enjeux ENVIRONNEMENTAUX



18 enjeux SOCIAUX



24 entrepreneuriat SOCIAL ET MÉCÉNAT



01

ENJEUX
ÉCONOMIQUES ET RSE

02 Relations
parties-prenantes

04

UNE GOUVERNANCE
RESPONSABLE

05 La responsabilité sociale
de l'entreprise vue
par Renault

06

ENJEUX
SOCIÉTAUX

08 Réinventer l'automobile
pour rester une source
de progrès
10 À chacun sa solution
de mobilité

12

ENJEUX
ENVIRONNEMENTAUX

14 L'économie circulaire,
déjà une réalité
16 Un engagement sur
l'ensemble du cycle de vie

18

ENJEUX
SOCIAUX

20 Ensemble, pour préparer
l'avenir
22 La RSE dans la chaîne
d'approvisionnement

24

ENTREPRENARIAT
SOCIAL ET MÉCÉNAT

24 Co-construction
« Public-privé »
25 Développement des territoires
et engagement citoyen
26 Insertion par la mobilité
27 Sécurité pour tous
28 Diversité /
Aménagement local
29 Éducation /
Engagement citoyen

30

INDICATEURS

30 Indicateurs environnementaux
des sites du groupe Renault
30 Indicateurs environnementaux
des produits
31 Indicateurs sociaux
et sociétaux
32 Notations extra-financières
de Renault en 2013
33 La RSE, une tradition
bien enracinée



La version numérique de ce document est conforme aux normes pour l'accessibilité des contenus du Web, les WCAG 2.0, et certifié ISO 14289-1. Son ergonomie permet aux personnes handicapées moteurs de naviguer à travers ce PDF à l'aide de commandes clavier. Accessible aux personnes déficientes visuelles, il a été balisé de façon à être retranscrit vocalement par les lecteurs d'écran, dans son intégralité, et ce à partir de n'importe quel support informatique. Enfin, il a été testé de manière exhaustive et validé par un expert non-voyant. Version e-accessible par : [ipedit](#)

**“ Nous concevons
notre responsabilité
sociale, sociétale et
environnementale (...)
comme un engagement
concret au service du
bien commun.**

”

CARLOS
GHOSN



enjeux

ÉCONOMIQUES ET RSE

**Interview de Carlos Ghosn,
Président-Directeur général du groupe Renault**

D'ici 2030, la population mondiale aura gagné près de 1,5 milliard d'habitants. Comment allez-vous accompagner cette évolution, en tant que constructeur automobile ?

Tout au long du XX^e siècle, l'automobile a constitué un formidable facteur de progrès. En permettant à des générations entières de femmes et d'hommes d'accéder à la mobilité, elle leur a également ouvert la voie de la modernité, de la liberté et de l'indépendance.

Mais ces avancées ont eu leurs revers : accidents de la route, embouteillages, émissions polluantes, et dépendance à l'égard du pétrole.

Aujourd'hui, dans un contexte de pression démographique, d'urbanisation croissante et de raréfaction des ressources naturelles, l'industrie automobile doit se transformer si elle veut rester une source de progrès pour l'humanité et participer ainsi à une économie positive.

En tant que constructeur automobile responsable, nous nous sommes fixé trois priorités : améliorer la sécurité des usagers de la route, et celle de nos véhicules, diminuer l'impact environnemental de nos produits et de nos activités, et proposer

une offre abordable pour le consommateur. Ces objectifs sont en permanence au cœur de notre démarche d'innovation et de nos efforts de recherche et développement. Dans tous ces domaines, nous avons également besoin de collaborer étroitement avec les pouvoirs publics, et l'ensemble des acteurs de la mobilité, sans oublier la société civile. Réinventer l'automobile du XXI^e siècle est un défi que nous ne pourrons réussir que collectivement.

Qu'en est-il en particulier de la sécurité automobile ?

La prochaine étape décisive en matière d'amélioration de la sécurité automobile et routière, c'est la délégation de conduite. Renault et Nissan travaillent actuellement sur des technologies complémentaires, destinées à prévoir, détecter et éviter les collisions à la place du conducteur. Avec le soutien des pouvoirs publics, cette approche très prometteuse pourrait déboucher sur des routes « zéro décès » dans moins d'une génération. Ce projet de véhicule dit « autonome » est également porteur d'espoir pour les personnes âgées ou handicapées. En parallèle, et parce que 70 %

des victimes des accidents de la route ne se trouvent pas à bord d'une voiture, nous menons des actions pédagogiques importantes. Grâce à notre programme « Sécurité et mobilité pour tous » et à notre soutien au *Global Road Safety Partnership*, près de 40 millions de personnes sont sensibilisées chaque année. Nous contribuons ainsi à l'objectif fixé par les Nations unies de réduire par deux le risque routier d'ici 2020.

Et sur le plan environnemental ?

Depuis près de vingt ans, Renault est fortement engagé dans la voie de la réduction continue de son empreinte environnementale. Concernant nos véhicules, nous travaillons dans deux directions : la baisse constante des émissions de CO₂ des véhicules thermiques, et le développement d'une offre électrique, ce qui nous a permis en 2013 de vendre la gamme de produits la moins émettrice de tout le marché européen. Nous travaillons également sur l'ensemble de nos activités et sur tout le cycle de vie du véhicule. Le Groupe a ainsi réduit de 10 % son empreinte carbone entre 2010 et 2013, en moyenne par véhicule.



Signature du contrat

pour une nouvelle dynamique de croissance et de développement de Renault en France, le 13 mars 2013. (cf page 21)

Renault s'est aussi engagé dans la voie de l'économie circulaire, quel est l'intérêt de ce type d'approche ?

L'objectif principal de l'économie circulaire est de limiter la consommation des ressources naturelles. Cette approche va plus loin que le recyclage, en intégrant trois principes clés : la durabilité, la « régénéralité » et l'instauration de boucles courtes entre les acteurs du recyclage et de la filière automobile. Dans le même temps, cela permet de rendre les entreprises moins sensibles aux variations des cours des matières premières. L'économie circulaire présente ainsi un double intérêt : c'est un levier de réduction de notre empreinte environnementale, et c'est un facteur de compétitivité dans un monde où

les ressources naturelles deviennent de plus en plus rares et chères. Renault expérimente en France la pièce de réemploi, c'est aussi l'opportunité de proposer de nouveaux services de réparation pour des véhicules à des prix abordables pour nos clients, souvent les plus contraints.

Qu'en est-il de l'empreinte sociale de Renault ?

Les défis ne manquent pas : développer les compétences dont nous aurons besoin pour concevoir, fabriquer et vendre les voitures de demain, attirer les meilleurs talents, refléter au sein de nos équipes la diversité de nos clients et de nos marchés, continuer à motiver et à fédérer l'ensemble de nos collaborateurs dans le monde, malgré des contextes locaux très contrastés...

Nous y répondons en développant des référentiels communs, comme l'Accord cadre mondial de responsabilité sociale, sociétale et environnementale, signé en juillet 2013, et en nous appuyant sur un dialogue social de qualité.

Et pour les personnes exclues du système, que faites-vous ? Selon vous, l'entreprise a-t-elle à jouer un rôle d'insertion ?

Si l'industrie automobile mondiale actuelle était un pays, ce serait la sixième économie du globe, avec un PIB plus important

que celui du Brésil. Les constructeurs ont donc *de facto* un rôle majeur dans le développement économique des pays où ils sont présents. En 2013, Renault a investi près de 12 millions d'euros dans 36 pays pour soutenir des actions citoyennes. En France, nous avons développé *Renault Mobiliz*. À l'origine de ce programme, un constat : l'accès à la mobilité est un besoin fondamental, à l'instar du droit à la santé et au logement. Nous avons considéré qu'il était de notre responsabilité sociale d'imaginer et de mettre en œuvre des solutions adaptées aux publics défavorisés. Avec les *Garages Renault Solidaires*, notre réseau de concessionnaires et d'agents propose aux bénéficiaires des réparations mécaniques à prix coûtant. Le fonds *Mobiliz Invest* permet quant à lui de financer des structures proposant des solutions de mobilité innovantes pour les personnes en difficulté sociale et financière.

Un dernier mot ?

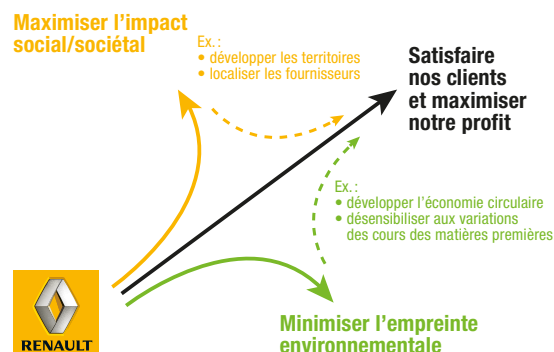
Toutes ces actions sont à la fois une fierté et une évidence pour l'ensemble du Groupe et de ses collaborateurs. Elles sont le reflet de la manière dont nous concevons notre responsabilité sociale, sociétale et environnementale au quotidien : un engagement concret au service du bien commun.



Compte tenu de l'empreinte mondiale du Groupe et de la diversité de nos parties prenantes, Renault entend poursuivre une démarche volontariste de progrès continu et de dialogue en matière de responsabilité sociale, sociétale et environnementale. En renouvelant notre adhésion au Pacte mondial, nous réaffirmons notre engagement auprès des Nations unies à adopter une attitude socialement responsable dans la conduite de nos affaires. Cette adhésion vient renforcer les engagements pris vis-à-vis des femmes et des hommes de Renault ainsi que de nos fournisseurs et sous-traitants. Elle élargit également notre responsabilité à l'égard des populations des territoires sur lesquels nous sommes implantés, et à l'égard des générations futures, à travers la préservation de la planète.

Carlos Ghosn

ENJEUX ÉCONOMIQUES & RSE TROIS DYNAMIQUES À CONCILIER



RELATION PARTIES PRENANTES

Parce que les attentes des parties prenantes sont diverses, Renault organise un dialogue ouvert et constructif le plus large et mondial possible.
Les formes du dialogue sont multiples. Illustration non exhaustive des acteurs.

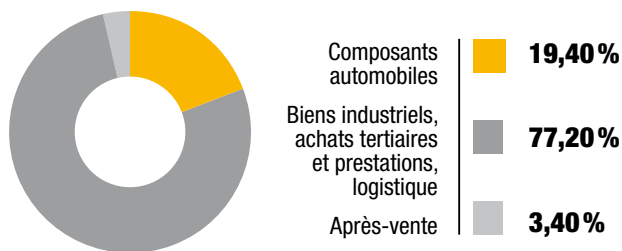
COLLABORATEURS

DANS LE MONDE À FIN 2013

 **121 807**

RÉPARTITION DES FOURNISSEURS

DE RENAULT S.A.S, Y COMPRIS FILIALES.



40

REPRÉSENTANTS

DES SALARIÉS ISSUS DE 20 PAYS
AU COMITÉ DE GROUPE RENAULT

330

ACTIONS CITOYENNES

MENÉES DANS 36 PAYS

90

IMPORTATEURS

MONDE

8 000

ACTIONNAIRES

INDIVIDUELS SONT MEMBRES
DU CLUB DES ACTIONNAIRES

15,01 %

DE CAPITAL

SONT DÉTENUS
PAR L'ÉTAT FRANÇAIS

10%

DE CAPITAL

SONT DÉTENUS PAR
DES ACTIONNAIRES INDIVIDUELS

2,6 %

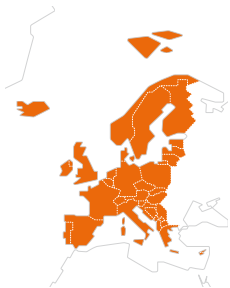
DE CAPITAL

SONT DÉTENUS PAR LES SALARIÉS
ET ANCIENS SALARIÉS DE RENAULT

  **12 126**
POINTS DE VENTE

POINTS DE VENTE

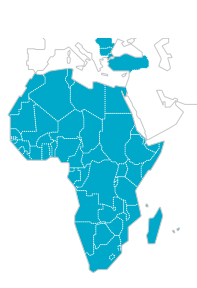
9 401
EN EUROPE



238
EN EURASIE



687
EN EUROMED-AFRIQUE

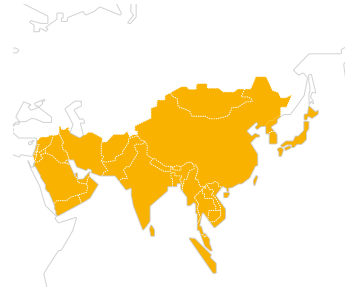


RENAULT PRÉSENT
DANS **128 PAYS**

937
EN AMÉRIQUES



863
EN ASIE-PACIFIQUE





MOUNA SEPEHRI
DIRECTEUR DÉLÉGUÉ À LA
PRÉSIDENTIE DE RENAULT

**L'ensemble des critères
extra-financiers (...)
sont transparents et
facilement accessibles."**

une gouvernance **RESPONSABLE**

Le Conseil d'administration de Renault procède chaque année, sur la base de travaux du Comité des nominations et de la gouvernance, à une revue des sujets majeurs pour l'entreprise.

C'est un processus rôdé, exigeant, et en amélioration constante.

La gouvernance responsable est au cœur des préoccupations de Renault. Preuve avec Mouna Sepehri, Directeur délégué à la présidence du Groupe, membre du Comité exécutif.

Lors des Conseils d'administration 2013, des sujets relevant de la gouvernance responsable ont-ils été abordés ?

En 2013, le conseil a permis d'examiner des sujets clés tels que l'adoption d'un nouveau règlement intérieur en conformité avec les plus récentes recommandations du Code de gouvernement d'entreprise Afep/Medef ou la composition du conseil, plus particulièrement au regard des questions de diversité et de complémentarité des compétences. Le renforcement des pouvoirs de l'administrateur référent, qui contribue à l'équilibre des pouvoirs a également été à l'ordre du jour.

Quels sont les leviers majeurs en matière d'éthique ?

La préoccupation en matière de gouvernance s'incarne à travers trois cercles concentriques. Le Conseil d'administration donne la direction et l'ambition prioritaire, le management prend le relais opérationnel et l'ensemble des collaborateurs appliquent les meilleures pratiques. Le Conseil d'administration s'est doté d'un règlement intérieur qui énonce des règles éthiques et les attitudes déontologiques auxquelles

les administrateurs de Renault doivent naturellement se conformer. Par ailleurs, le Directeur de l'éthique du Groupe rend compte au Président-Directeur général auquel il est rattaché, ainsi qu'au Conseil d'administration et au Comité d'audit, des risques et de l'éthique. Il n'est pas anodin que le Service central de prévention de la corruption ait placé Renault parmi les huit entreprises leaders au sein du CAC 40.

Comment le Groupe prend-il en compte les attentes des actionnaires sur l'intégration de critères RSE dans la rémunération des dirigeants ?

Nos actionnaires veulent à juste titre des résultats et de la transparence ! La part variable de la rémunération du Président-Directeur général est notamment fixée en fonction de l'atteinte de résultats sur des critères stratégiques extra-financiers, au nombre desquels figurent le leadership en matière de respect de l'environnement qui se décline autour des émissions CO₂ des véhicules en Europe, de la gamme VE et la réduction de l'empreinte carbone de l'entreprise. L'ensemble des critères extra-financiers, ainsi que les éléments mesurés pour

évaluer l'atteinte de ces critères, sont communiqués dans le Document de référence, et sont donc transparents et facilement accessibles.

Renault va s'implanter en Chine, quelles sont les conditions posées par Renault – en matière de RSE – vis-à-vis des fournisseurs que le Groupe entend faire travailler localement ?

D'ici 2016, notre site de production basé à Wuhan sera d'une capacité de production initiale de 150 000 véhicules par an. Renault s'appuie sur l'historique de l'implantation Nissan. Autant dire que le réseau de nos fournisseurs locaux – à quelques rares exceptions – est semblable à celui de notre base mondiale et leur niveau d'automatisation est très élevé.

S'ils sont déjà fournisseurs de Nissan, les CSR Guidelines valables pour l'ensemble du Groupe sont déjà appliquées et auditées. Lorsque nous avons recours à de nouveaux fournisseurs, nous prenons soin de partager avec eux ce cadre de référence des pratiques RSE dans lequel tout nouveau fournisseur doit s'inscrire. En résumé, le groupe Renault a les mêmes exigences RSE en Chine qu'ailleurs.

LA RESPONSABILITÉ SOCIALE DE L'ENTREPRISE VUE PAR RENAULT

Les fondements de l'approche de Renault en matière de responsabilité sociale, sociétale et environnementale reposent sur la réduction de notre empreinte environnementale sur le « cycle de vie » et l'usage raisonné des ressources naturelles, la santé des usagers de la route, riverains et salariés, le développement des compétences et le principe d'égalité des chances en fonction du mérite. Ils témoignent de la capacité d'ouverture au monde et de la volonté du Groupe de répondre aux attentes de la société.

La mobilité est indispensable au développement économique et à la création de lien social. Elle constitue un vecteur de liberté et de plaisir autant qu'un moyen fonctionnel et d'inclusion dans la société. Mais elle peut conduire à des accidents et avoir des impacts sur la santé et sur l'environnement, qui constituent des enjeux majeurs à l'échelle mondiale. Notre industrie prend sa part de responsabilité, pour que la qualité de vie de chacun s'en trouve améliorée.

Le défi de Renault, constructeur automobile responsable et pionnier de la mobilité durable pour tous, implique d'élaborer des offres de mobilité accessibles au plus grand nombre, à concevoir des technologies innovantes telles que le véhicule électrique, zéro émission à l'usage, et à veiller à l'utilisation frugale de l'énergie et des matières premières. Il consiste aussi à accompagner l'évolution des comportements et des usages. Il exige enfin d'inventer les modèles économiques adaptés qui contribuent autant à la pérennité de l'entreprise qu'à la création de la valeur ajoutée pour les parties prenantes associées.

Parce qu'une entreprise, c'est d'abord un Groupe constitué de femmes et d'hommes compétents et motivés, à l'origine de sa compétitivité, Renault veille au développement de ce capital humain.

En interne, comme sur nos territoires d'implantation, nous soutenons des actions favorisant, l'éducation et la diversité, les leviers les plus puissants de performance et de développement individuel et collectif. Ces initiatives contribuant à une meilleure équité sociale et à l'évolution des compétences de tous, sont réalisées dans l'enseignement supérieur comme auprès des plus jeunes, au moyen notamment de nos Fondations.

En tenant compte de nos priorités et de nos valeurs, nous nous sommes fixé sept ambitions cohérentes avec les standards internationaux RSE les plus exigeants* :

- assurer une application stricte des règles d'éthique à tous les niveaux et des pratiques loyales dans les affaires ; garantir l'engagement RSE de nos fournisseurs ;
- créer des conditions de travail motivantes et respectueuses des droits humains et du bien-être, pour attirer et faire évoluer les salariés dans tous les pays ; et promouvoir la diversité et l'égalité des chances ;
- veiller à l'employabilité en développant les compétences de demain ;
- réduire de génération en génération l'empreinte environnementale sur l'ensemble du cycle de vie du véhicule en intégrant les

principes de l'économie circulaire dans nos processus, produits et services ;

- contribuer aux objectifs de santé publique : diminuer la mortalité routière, en particulier dans les pays en développement ; préserver au mieux la santé des employés, usagers et riverains ;
- proposer des offres de mobilité innovantes accessibles au plus grand nombre ;
- soutenir le développement économique et social responsable de nos territoires d'implantation, par des actions ciblées vers les communautés locales, dans le domaine de l'éducation et de l'accès à la mobilité.

Notre objectif : que la mobilité durable soit un vecteur de développement dans le monde et de progrès pour tous.

* Avec l'Accord cadre mondial de responsabilité sociale, sociétale et environnementale signé le 2 juillet 2013 entre le groupe Renault, le comité de groupe Renault et IndustriALL Global Union, le Groupe renouvelle et renforce les engagements pris lors de la signature de la Déclaration des droits sociaux fondamentaux du 12 octobre 2004.



Il s'engage notamment à respecter :

- les principes énoncés dans le cadre de la Déclaration de l'Organisation Internationale du Travail de 1998, relative aux principes et droits fondamentaux au travail ;
- les principes universels qui constituent le Pacte mondial adopté à l'initiative des Nations unies *Global Compact* et auquel Renault a adhéré dès 2001 ;
- les principes directeurs de l'OCDE à l'intention des entreprises multinationales adoptés le 27 juin 2000.

Le Groupe reconnaît également la norme ISO 26 000 comme référence.

“ La montée en puissance de la mobilité partagée est largement due (...) à l'innovation technologique, mais aussi à l'évolution des usages.



SUSAN SHAHEEN
DIRECTEUR DE RECHERCHE
NOUVELLES MOBILITÉS
UNIVERSITÉ DE BERKELEY/
CALIFORNIE



enjeux SOCIÉTAUX

Le monde s'urbanise à grande vitesse. La part de la population mondiale vivant dans des villes a atteint 50,6 % en 2010 et devrait passer à près de 60 % en 2030 selon le programme des Nations unies (ONU-Habitat). Dans les villes comme dans les zones rurales, les solutions de mobilité sont essentielles pour garantir un développement durable, harmonieux et équitable. Nous avons interrogé Susan Shaheen, Directeur de recherche nouvelles mobilités à l'Université de Berkeley/Californie, sur sa vision en matière de mobilité urbaine.

QUEL AVENIR POUR LA MOBILITÉ URBAINE DANS LES PAYS DÉVELOPPÉS ?

« Ces quinze dernières années, le transport durable a connu des développements significatifs. Tous les grands constructeurs automobiles produisent désormais des véhicules électriques. Le vélo connaît une renaissance aux États-Unis et sa part augmente de manière significative dans le monde. À tous les niveaux, les pouvoirs publics consacrent des fonds aux infrastructures de transport public. À mesure que les individus migrent vers ces modes de déplacement, leur accès et leur détention évoluent également. L'émergence de l'économie du partage et des services de mobilité à utilisation partagée – autopartage et partage de scooters, covoiturage, partage de vélos, navettes privées et services de chauffeur communautaires – témoignent de la volonté des utilisateurs de s'éloigner de la « propriété » pour privilégier « l'accès ». Nombre d'entreprises transforment cette demande en valeur économique.

Ces systèmes d'utilisation partagée permettent aux consommateurs d'économiser de l'argent tout en finançant l'économie locale. Selon une enquête menée en 2013 à Washington, D.C., pour Capital Bikeshare, le gain pour les utilisateurs est d'environ 800 dollars par

an en frais de transport⁽¹⁾. L'étude de Martin et Shaheen (2011) sur le partage de véhicules en Amérique du Nord démontre quant à elle que 50 % des utilisateurs ont vendu leur véhicule ou en ont retardé l'achat⁽²⁾. Enfin, les conclusions de Schoener et al. (2012) démontrent que chaque trajet effectué par le service de partage de vélo Ride MN a généré 7 dollars d'activité économique locale⁽³⁾.

Outre la création de bénéfices et d'économies pour les consommateurs, ces services génèrent des systèmes de transport plus efficaces. Si ces services génèrent des activités économiques rentables et des bénéfices financiers pour leurs utilisateurs, ils participent également d'un système de transport plus efficace. Nos études indiquent que chaque véhicule mis en autopartage dans une flotte peut réduire de 9 à 13 le nombre de véhicules individuels dans le trafic⁽⁴⁾. Venant compléter les services de transport public, ils répondent au problème du « premier/dernier » kilomètre. Et parce que les véhicules utilisés sont plus récents que la moyenne du parc automobile, ils présentent une consommation moindre : une étude en Amérique du Nord a évalué qu'en moyenne la consommation de ces véhicules est inférieure d'environ 3 l/100 km à la consommation

moyenne des véhicules qu'ils permettent de retirer du parc⁽⁵⁾. En résumé, un véhicule mis en partage permet d'augmenter la distance moyenne parcourue par véhicule et d'accélérer l'introduction de véhicules plus efficaces. Il contribue ainsi à diminuer le nombre de véhicules dans les villes, et le volume d'émissions globales en CO₂ s'en trouve réduit.

JUSQU'OU LA MOBILITÉ SERA-T-ELLE IMPACTÉE PAR LES NOUVELLES TECHNOLOGIES ?

La montée en puissance de la mobilité partagée est largement due à la renaissance des centres-villes et à l'innovation technologique. Un nombre croissant d'individus souhaite vivre dans des zones urbaines denses. Cette densité permet aux fournisseurs de mobilité de créer des services économiquement viables. Possédant pratiquement tous un smartphone, les citoyens deviennent naturellement multimodaux⁽⁶⁾. Des applications mobiles comme RideScout regroupent les services de mobilité à utilisation partagée au sein d'une seule et même application, permettant à l'utilisateur de trouver le mode adéquat, de comparer les temps de trajet et, dans certains cas, de payer le service via son application. De la même manière, une autre application

telle que TransitScreen intègre une offre de transport public. Ceci permet aux utilisateurs de choisir entre les différents services de transport disponibles à proximité.

Aujourd'hui, un grand nombre de services de mobilité partagée fonctionnent indépendamment les uns des autres, avec peu ou sans passerelle. Une étape clé consistera à intégrer les fournisseurs de mobilité, à la fois publics et privés, afin de permettre aux utilisateurs d'accéder en continu aux différents modes de mobilité par le biais d'une plateforme unique. Si de nombreux obstacles subsistent – le partage des bénéfices, la volonté politique, l'innovation technologique, les coûts de développement et les questions de confidentialité – le rêve d'un système de transport urbain multimodal "sans couture" pourrait rapidement devenir une réalité.

ET DANS LES PAYS ÉMERGENTS ?

Partout dans le monde, les classes moyennes présentent des caractéristiques similaires : des revenus fluctuants, une aspiration à l'éducation, à la promotion et à l'émancipation.

En Asie, les classes moyennes représentent 500 millions d'habitants, soit l'équivalent de la population de l'Union européenne. 54 % des consommateurs des pays en développement aspirent à des produits reflétant leur personnalité. Le nombre de véhicules circulant sur la planète devrait croître de 30 % dans les 10 ans à venir, 80 % de cette augmentation étant due aux pays émergents.

L'utilisation accrue de deux-roues motorisés dans le monde, et les 140 millions de scooters électriques en Chine, attestent du besoin persistant de mobilité individuelle. Les pays émergents « hybrident » les solutions de mobilité et l'Afrique joue un rôle plus important que prévu. L'exemple des pousse-pousse à moteur révèle ces nouvelles tendances : les solutions conçues en Inde sont désormais déployées massivement en Afrique, et font également appel à de nombreux systèmes développés par certains pays, comme la Chine. Les pays émergents seront de plus en plus à l'origine de concepts de mobilité innovante.

Le développement orienté du transport (DOT) est l'un des défis de la croissance du monde urbain, de même que la création d'écosystèmes locaux innovants, reposant sur des distances courtes, l'économie circulaire et la frugalité.

(1) <http://capitalbikeshare.com/assets/pdf/CABI-2013SurveyReport.pdf>.

(2) Shaheen, Susan et Adam Cohen (2013). « Carsharing and Personal Vehicle Services: Worldwide Market Developments and Emerging Trends. » International Journal of Sustainable Transportation, 7:1, 5-34.

(3) http://conservancy.umn.edu/bitstream/135470/1/Harrison_Sharing%20to%20Grow.pdf.

(4) Shaheen and Cohen (2013).

(5) http://www.uctc.net/access/38/access38_carsharing_ownership.pdf.

(6) Malgré ces avancées technologiques, les questions d'équité restent une préoccupation pour l'accès aux personnes qui ne disposent pas de smartphones ni de cartes de crédit, notamment à court terme.



3,7 %
DE CROISSANCE PAR AN
DU MARCHÉ AUTOMOBILE DEPUIS 10 ANS
(source OICA).

LE BESOIN DE NOUVELLES SOLUTIONS DE MOBILITÉ DANS LES VILLES EN RAPIDE ÉVOLUTION

La ville d'aujourd'hui et de demain évolue rapidement ; elle est bâtie sur les extrêmes de la société : du plus haut au plus bas de l'échelle sociale. Un milliard de personnes démunies vivent dans des bidonvilles ou *favelas*, et se déplacent principalement sur des courtes distances. À l'opposé, un milliard de personnes privilégiées vivent dans des îlots résidentiels privatisés et sécurisés, se déplaçant d'un « archipel » à l'autre, en voiture pour 400 millions d'entre eux. Dans les régions métropolitaines, la croissance de l'automobile fait face à différents défis : la population de masse, les zones denses, les embouteillages, le déficit de places de stationnement, les péages, les restrictions de circulation.

L'offre de transport public ne devrait pas être en mesure de répondre à la demande globale de mobilité ; la création de corridors de transports rapides n'en demeure pas moins une priorité. Les nouveaux services de mobilité et moyens alternatifs – tels que le covoiturage, l'autopartage, le libre-service, l'électromobilité – sont en mesure de fournir des solutions intermédiaires de manière significative et durable. Les nouvelles applications smartphone reposant sur une connectivité plus large peuvent permettre de développer de nouveaux comportements en matière de mobilité et faire évoluer les besoins fondamentaux dans un avenir proche.

RÉINVENTER L'AUTOMOBILE POUR RESTER UNE SOURCE DE PROGRÈS

Pour Renault, la mobilité durable doit apporter des solutions conciliant le besoin d'« hypermobilité » et l'aspiration à une meilleure qualité de vie. Parmi ces solutions, la mise sur le marché de véhicules de plus en plus efficaces en émissions CO₂, avec – comme aboutissement de la démarche – la gamme de véhicules électriques.

LES VÉHICULES ÉLECTRIQUES SE PRÊTENT À L'AUTO-PARTAGE

En Italie, Bee - Green Mobility Sharing compte une flotte de 40 Twizy pour répondre aux attentes des citadins et des touristes de la ville de Naples. Réservables via téléphone ou site Internet, les véhicules sont disponibles sur les 35 Bee Points situés dans des parkings de la ville et peuvent y être redéposés dans n'importe quel autre point. Ci.Ro (City Roaming), mis en place par l'association Napoli Città intelligente, utilise huit ZOE, trois Kangoo Z.E. et une Fluence Z.E. pour un usage privé et professionnel. En Suisse, par le biais de Mobility Carsharing, plus de 105 000 clients peuvent rouler avec ZOE en auto-partage. En Allemagne, la société Cambio-Carsharing et la banque Sparda à Hamburg ont développé une activité de car-sharing dans le cadre d'un projet immobilier à Hambourg. En France, le système Bluely, financé par le groupe Bolloré, intégrera 50 Twizy à Lyon. Ce service d'auto-partage est le deuxième lancé par le groupe Bolloré, après Autolib' en Île-de-France.

UNE EMPREINTE ENVIRONNEMENTALE EN DIMINUTION

Renault est aujourd'hui le constructeur automobile dont la gamme de véhicules est la plus performante en termes d'émissions de CO₂ en Europe (chiffres à fin 2013). Des efforts sont entrepris continuellement pour diminuer l'empreinte carbone du Groupe, grâce à une approche globale de toutes ses activités : conception, production, usage automobile et recyclage. Si Renault s'est lancé en pionnier du Véhicule Électrique, c'est parce que cette technologie est un levier majeur pour contribuer à la mobilité durable urbaine, en adaptant la voiture à la ville et non l'inverse : il offre un rapport nouveau à l'automobile, une conduite plus sereine, une diminution des nuisances sonores, une attention à la consommation énergétique, une absence de pollution locale. Les premiers retours enthousiastes des clients de ZOE montrent la fécondité d'une telle démarche.

DE L'AUTOMOBILE À LA MOBILITÉ

Le biplace Twizy incarne une approche radicalement nouvelle de la mobilité automobile. Conçu comme un objet en rupture, donc résolument militant, il se veut à la fois ludique et plus respectueux de l'environnement. Défrichant un univers nouveau qui réenchante la ville. Proposé aujourd'hui en version 80 km/h et en version 45 km/h sans permis, avec de nombreuses possibilités de personnalisation, Twizy est par définition un objet évolutif, « ouvert », qui laisse les différentes com-



Renault Twizy

munautés d'utilisateurs se l'approprient et « inventer la vie qui va avec ». Avec Twizy, Renault inaugure une conception collaborative de la mobilité, où les usages sont avant tout créés par différentes situations de la vie en société, aussi bien dans des organisations structurées (entreprises, collectivités locales...) que dans des réseaux sociaux informels. Parce que les services partagés des véhicules – libre-service, covoiturage, location entre particuliers – réconcilient les besoins individuels et le bien-être collectif en optimisent l'usage, Renault s'investit dans les services de mobilité « zéro émission ». C'est le cas notamment avec le groupe Bolloré pour développer des services d'autopartage de véhicules électriques (cf. encadré).

LA TECHNOLOGIE AU SERVICE DU BIEN-ÊTRE INDIVIDUEL ET COLLECTIF

Avec R'Link sur ZOE, Clio, Captur et Nouvelle Twingo, Renault propose déjà le système multimédia qui connecte son véhicule à Internet afin d'offrir une palette toujours plus grande de services, pour optimiser son temps, trouver facilement où se garer, vivre pleinement dans son véhicule. À terme, les véhicules pourront devenir de véritables « infrastructures mobiles », permettant selon les besoins individuels et les contextes collectifs d'être des objets de mobilité purement individuels, régulés dans des environnements qui l'imposent (centre-ville, trafic dense...), ou mutualisés dans leurs usages, jusqu'à de véritables « transports publics individuels » complémentaires des

620

BREVETS

DÉPOSÉS PAR LE GROUPE
RENAULT EN 2013.

À ce jour, 23 pays dans le monde proposent partiellement ou en totalité la gamme Renault Z.E. à la vente. 2014 est marqué par leur commercialisation hors d'Europe avec la Turquie, le Maroc, le Brésil, les Émirats arabes unis...



Renault R-Link, la tablette tactile intégrée et connectée, est un lien entre le monde de l'automobile et la vie connectée. L'interface propose un magasin d'applications conçues pour un usage automobile, sans les limitations fonctionnelles ou ergonomiques inhérentes aux smartphones. Plus besoin d'appairer un téléphone pour disposer des services ou applications.

Au carrefour des tendances, l'automobile doit s'adapter à l'évolution de la société et des technologies, notamment pour offrir une information en temps réel et une continuité d'usage entre les différents mondes dans lesquels conducteurs et occupants d'un véhicule évoluent.



* NEXT TWO

Avec ce prototype, Renault expose sa vision de l'automobile à horizon 2020, dont l'objectif est de redonner du temps aux automobilistes tout en améliorant leur sécurité et celle des usagers de la route. Grâce à une délégation de conduite, l'utilisateur peut utiliser ce temps retrouvé en explorant les fonctionnalités d'un véhicule hyperconnecté.

transports de masse. Avec son projet de voiture automatique « Next Two* » et sa future solution intégrée de véhicule prêt à l'auto-partage, Renault se place résolument dans cette voie d'avenir. Faire rimer hypermobilité et qualité de vie : c'est viser une solution de déplacement « zéro bruit, zéro émission à l'usage, zéro accident ». Et 100 % connectée.

LA SÉCURITÉ POUR TOUS AU CŒUR DE LA MOBILITÉ DURABLE

Afin qu'elle soit durable et soutenable, la mobilité doit aussi répondre aux exigences de sécurité. Or chaque année, selon l'OMS (Organisation Mondiale de la Santé), 1,3 million de personnes sont tuées sur les routes du monde, et entre 20 et 50 millions sont blessées.

Précurseur en la matière, Renault est en pointe dans le domaine de la sécurité active (par exemple le 4 control qui allie sécurité et plaisir de conduite) et passive (protection des occupants et des piétons quand le choc n'a pu être évité). Ainsi, 15 véhicules de la gamme ont obtenu la note maximum décernée par EuroNcap, organisme européen indépendant qui évalue la sécurité passive des véhicules.

Par ailleurs, dans le cadre de son expansion internationale, Renault travaille à la conception de véhicules qui répondent aux attentes croissantes de sécurité des nouveaux marchés. Parce que les causes des accidents et blessures diffèrent selon les pays, le Groupe ne cesse d'élargir sa recherche accidentologique et transfère son savoir-faire au-delà de l'Europe.

Ce à quoi s'emploie la Fondation Renault avec la première chaire de recherche et le master de Management de la sécurité routière pour les pays du Maghreb, du Levant, du Golfe et d'Afrique sub-saharienne.

En parallèle, Renault agit dans le domaine de l'éducation et de la sensibilisation. Le programme international à vocation pédagogique « Sécurité et Mobilité pour tous » l'illustre. Lancé en 2000, et déployé dans une quinzaine de pays sur tous les continents, ce programme s'adresse principalement aux enfants et aux adolescents. Il constitue la plus grande opération de sensibilisation à la sécurité routière jamais menée par un constructeur automobile dans le monde. À ce jour, 800 000 outils pédagogiques ont été distribués, et plus de 15 millions de jeunes ont été sensibilisés.

À CHACUN SA SOLUTION DE MOBILITÉ

Dans un monde marqué par la croissance des inégalités, l'accès à la mobilité est souvent déterminant pour extraire les populations de situations de fragilité économique ou pour faciliter les déplacements de personnes handicapées. Renault agit à différents niveaux pour leur faciliter l'accès à une solution de mobilité tout en continuant à développer une large gamme répondant aux besoins du plus grand nombre.



CHAUFFEUR & GO,
start-up co-financée par Renault Mobiliz Invest,
créée de l'emploi par la micro-franchise solidaire
de chauffeurs sans voiture.

POUR UNE MOBILITÉ SOLIDAIRE

Le programme Renault Mobiliz constitue la première initiative d'entrepreneuriat social d'un constructeur automobile. Il a pour objectif de faciliter l'insertion de personnes en situation de précarité par l'accès à la mobilité. Destiné dans un premier temps à la France, il se décline notamment à travers les garages solidaires et volontaires du réseau Renault – on en compte 130 à fin mars 2014 – qui proposent des produits et services à prix coûtant pour des bénéficiaires désignés sur critères sociaux. Mobiliz s'appuie également sur la société d'investissement Mobiliz Invest qui finance des projets innovants de mobilité solidaire. Par exemple, depuis juillet 2013, le programme soutient deux sociétés coopératives d'intérêt collectif : Chauffeur & Go et MobilEco. Au-delà de l'investissement financier, Mobiliz leur facilite l'accès à des ressources internes Renault – ingénieurs, commerciaux, juristes, financiers, etc., et leur ouvre des opportunités commerciales. Le programme Mobiliz se décline aussi à travers le partenariat avec la chaire Social Business

« Entreprise & Pauvreté » d'HEC Paris, dont la vocation est de participer à l'enseignement et l'élaboration de nouvelles solutions d'entrepreneuriat social pour lutter contre la pauvreté et l'exclusion. En 2013, Renault a remporté, grâce à Mobiliz, le trophée de l'entreprise citoyenne*, qui récompense chaque année les entreprises réalisant des actions d'intérêt général. Quant au Conseil Général du Bas-Rhin, il a remis son prix « coup de cœur de la solidarité » au programme Mobiliz mis en place sur le département.

Une adaptation du programme est à l'étude en Inde.

DES PRODUITS ACCESSIBLES ET ADAPTÉS

À travers sa gamme Dacia, le groupe Renault propose également des solutions de mobilité abordables pour les familles contraintes financièrement, singulièrement quand elles vivent dans des territoires ruraux, mal desservis, ou dans des pays aux infrastructures défaillantes et au climat extrême. Pour ces clients, la gamme Dacia leur permet – souvent pour la première fois – d'accéder à un véhicule neuf, remplaçant le plus souvent un véhicule hors d'âge, donc moins sûr et plus polluant. La gamme Dacia représente également une option recherchée pour les clients soucieux d'investir le juste nécessaire dans un véhicule fiable et robuste.

Adaptations complémentaires
Renault TECH propose des transformations pour les clients particuliers et professionnels : auto-école, sur mesure industriel, transport de personnes à mobilité réduite...



Renault Mobiliz
Les personnes en situation de précarité peuvent bénéficier, après éligibilité confirmée par un prescripteur social, de l'offre d'« Automobilité » des Garages Renault Solidaires.

Dans un autre registre, depuis plus de 25 ans, Renault œuvre également en faveur des personnes à mobilité réduite. C'est le seul constructeur qui propose en Europe des transformations de véhicules dédiés aux personnes handicapées moteur, via Renault Tech. Tous les ans, plus de 1 000 véhicules adaptés sortent des trois lignes de production de l'usine d'Heudebouville. Outre la France, les ventes concernent onze autres pays d'Europe, ainsi que Singapour et Hong Kong.

LA COMPLÉMENTARITÉ DES TROIS MARQUES DU GROUPE RENAULT

Plus globalement, les véhicules proposés par les marques Renault, Dacia et Renault Samsung Motors permettent de couvrir un spectre large de besoins, sur plusieurs régions du monde : des SUV baroudeurs aux pick-up robustes, des monospaces habitables aux petites compactes sportives ou sensuelles... sans compter les près de 300 variantes possibles sur les fourgons et fourgonnettes de la gamme de véhicules utilitaires et les 18 000 références d'accessoires disponibles : multimédia, personnalisation intérieure et extérieure, protection du véhicule. De quoi proposer une offre adaptée au besoin et aux envies de chacun.



DACIA, UNE MARQUE RECONNUE ET PLÉBISCITÉE PAR SES CLIENTS

Depuis son lancement de Logan en 2004, la marque Dacia a su gagner la confiance de ses clients et trouver ainsi sa place au sein du marché automobile. Présente à fin 2013 dans 43 pays, la marque a su proposer une offre correspondant aux différents besoins des clients suivant les marchés :

- en Europe, la marque a permis à des consommateurs plus contraints d'accéder bien souvent pour la première fois à un véhicule neuf ;
- en Euromed-Afrique, Dacia a accompagné la transition économique en démocratisant l'accès au marché automobile.

* Organisé sous le haut patronage du Sénat.



“ De nouveaux modes de production, de transport, de consommation apparaissent (...) et bouleversent les modèles industriels établis.



LAURENCE
TUBIANA

enjeux

ENVIRONNEMENTAUX

Depuis septembre 2012, Laurence Tubiana co-préside le Conseil de direction du Réseau des solutions pour le développement durable des Nations unies et préside le Conseil d'administration de l'Agence française de développement (AFD). Fondatrice de l'Institut du développement durable et des relations internationales (Iddri), et professeur et directrice de la chaire Développement durable de Sciences po, Laurence Tubiana nous confie son analyse des enjeux environnementaux auxquels les industriels sont confrontés.

UN MONDE EN MUTATION

La transition écologique est un impératif : le modèle de développement des pays industrialisés ne peut être dupliqué partout dans le monde sous peine d'engendrer des bouleversements climatiques, l'érosion de la biodiversité et de générer des tensions extrêmement fortes sur l'approvisionnement en ressources. Le

XXI^e siècle compte déjà treize des quatorze années les plus chaudes jamais observées et près du tiers des espèces étudiées par la Liste rouge mondiale* sont menacées. Au niveau mondial comme dans chaque pays, l'heure est à la définition de nouvelles trajectoires de développement qui soient durables. La tâche est évidemment difficile : personne ne sait exactement à quoi res-

semble une ville durable, un système énergétique durable, une mobilité durable. Il n'y a pas de réponse toute faite, il n'y a que des pistes. Il n'y a pas de réponse universelle, le contexte local pesant souvent lourd.

DE NOUVEAUX MODES DE CONSOMMATION

La transition écologique est ardue, et la lenteur de sa progression dans les institutions internationales ou les politiques publiques nationales en est une illustration. Mais cela ne doit pas masquer les mutations en cours portées par des citoyens, des entreprises ou des territoires. Des nouveaux modes de production, de transport, de consommation apparaissent, qui aident à construire un monde plus durable et bouleversent les modèles industriels établis, à l'image de l'économie circulaire ou de la consommation collaborative. L'enjeu pour tout acteur industriel, c'est d'apporter des réponses durables aux enjeux planétaires en s'inspirant de ces mutations. L'enjeu pour toute entreprise qui veut rester compétitive et se développer, c'est d'être à la pointe de ces mutations. En matière de durabilité du modèle d'affaire, on peut distinguer trois types de mutations pour une industrie : mutation du produit ; mutation de son procédé de fabrication ; mutation de son



+ 1,5 à + 2°C

DE RÉCHAUFFEMENT CLIMATIQUE

d'ici la fin du siècle
(source GIEC septembre 2013).

- 1/3

DES 60 MÉTAUX EXISTANTS

et dont beaucoup sont présents dans les voitures ont un taux de recyclage en fin de vie supérieur à 50 % (exemples : plomb, fer...) et 34 sont recyclés à moins de 1 % (source GIEC septembre 2013).

0,2 mètre

AUGMENTATION MOYENNE DU NIVEAU DE LA MER

entre 1900 et 2012. D'ici la fin du siècle, les changements climatiques conduiraient à une élévation supplémentaire de 0,4 à 0,6 mètre (source GIEC septembre 2013).

2 litres

DE PÉTROLE

C'est la consommation moyenne par habitant et par jour sur la planète, dont 0,5 litre en moyenne pour un usage automobile (source Phs).



UTILISATION DES MATIÈRES PREMIÈRES DANS L'INDUSTRIE AUTOMOBILE



usage. Pour l'industrie automobile, la mutation du produit se traduit notamment par le développement en cours de la mobilité électrique. D'autres initiatives sont prises pour faire progresser les procédés de fabrication, valoriser les voitures usagées et utiliser plus de matériaux recyclés, bref pour construire une économie circulaire. Mais qu'en est-il de la troisième mutation, celle qui concerne les usages de la voiture ?

DES ALTERNATIVES VIABLES ?

Certes le modèle «à chacun sa voiture individuelle» domine dans les pays industrialisés et semble attirer toujours autant les habitants des pays en développement. Mais on observe en parallèle sinon une désaffection grandissante, en tout cas l'essor d'usages alternatifs de la voiture individuelle. Alors que la tendance en France est à la baisse de la possession de l'automobile dans les grandes villes, l'auto-partage et le covoiturage se renouvellent et se développent grâce aux technologies numériques, et contribuent à la construction d'une mobilité durable. Ces pratiques alternatives dites de

«l'économie du partage» ou de la «consommation collaborative» vont bien au-delà de la voiture, elles concernent tous les biens que l'industrie produit.

De nombreux acteurs sont sur la brèche de ces nouvelles solutions de mobilité, qui sont ou non constructeurs automobiles, qui sont ou non impliqués dans la mobilité d'aujourd'hui. Renault est-il à l'avant-garde de cette mutation ? Si la tendance est lourde, comment se positionner, comment assurer la pérennité de l'entreprise, le redéploiement des compétences vers de nouveaux usages de la voiture ?

L'industrie en général et Renault en particulier sont dans un monde en mutation, dans lequel l'enjeu de durabilité est de plus en plus poignant. L'industrie doit dès lors repenser ses produits et ses procédés de fabrication au sens large (écoconception, réparabilité, recyclage, etc.). Et elle ne pourra éviter de se poser la question de l'usage de ses produits, que ce soit à cause de leur impact environnemental ou parce que ces usages sont de toute façon en mutation perpétuelle.

Les véhicules automobiles sont composés à plus de 85 % de métaux et plastiques. En 2013, la production des véhicules vendus par le groupe Renault dans le monde a nécessité, au sein des usines du Groupe et chez ses fournisseurs de composants* :

2,7 millions de tonnes d'acier,
320 000 tonnes de fonte,
300 000 tonnes d'aluminium,
environ **485 000** tonnes de matières plastiques.

Pour en réduire l'utilisation, Renault s'appuie sur les principes de l'économie circulaire.

* Liste rouge mondiale des espèces menacées de l'Union internationale pour la conservation de la nature.

*Ces estimations incluent les chutes de tôle, copeaux métalliques, déchets générés lors du processus de fabrication chez les fournisseurs de pièces et au sein des usines Renault.

L'ÉCONOMIE CIRCULAIRE, DÉJÀ UNE RÉALITÉ

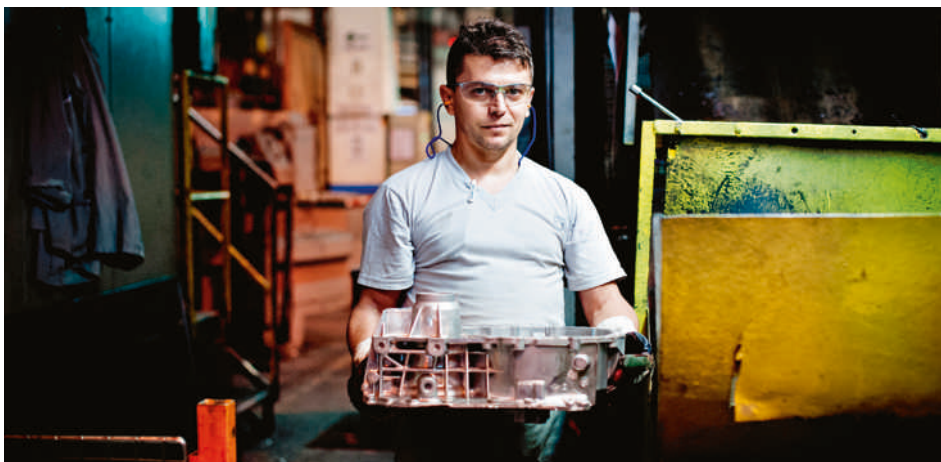
Le modèle dominant des sociétés modernes est aujourd'hui celui de l'économie linéaire. Il consiste à extraire la matière, fabriquer le produit, puis le jeter. La finitude des ressources conduit ce schéma à une impasse sur le long terme. Pour l'éviter, un nouveau modèle a été élaboré : celui de l'économie circulaire, fondé sur la régénération, dans lequel le développement n'est plus proportionnel à l'épuisement des ressources naturelles, et où les déchets deviennent des ressources.

Renault s'exerce à appliquer les principes de l'économie circulaire sur un périmètre d'action de plus en plus large. Un moyen très concret de préserver les ressources pour les générations futures, et de se désensibiliser aux fluctuations des cours des matières premières.

UN CIRCUIT REPRODUCTIBLE À L'INFINI

Dans le monde de l'économie circulaire, les matériaux et les produits en fin de vie – au-delà du recyclage –, se transforment en matières secondaires et alimentent la filière dont ils sont issus, dans un circuit fermé, reproductible à l'infini. L'enjeu consiste à maintenir les qualités techniques et la valeur économique des matières lors de leur réutilisation. Plusieurs leviers sont activés par Renault pour que les déchets générés par ses activités deviennent ses ressources de demain :

- l'usine de Choisy-le-Roi (94) illustre cette philosophie avec l'échange standard. Depuis 1949, 6 familles de produits y sont remanufacturées. Avec 120 moteurs inutilisables, l'usine remonte 100 moteurs en parfait état avec la même garantie que le neuf. En 2013, 28 200 moteurs, 20 100 boîtes de vitesses et 16 840 pompes d'injection ont été rénovés pour une seconde vie ;
- le Groupe est aussi le seul constructeur européen à avoir pris des participations dans le recyclage des véhicules hors d'usage (VHU). Sa filiale commune avec Suez, Indra, anime un réseau de plus de 380 démolisseurs, soit plus de 75 000 véhicules déconstruits en 2013, et permet la mutualisation en France d'un stock de pièces de réemploi, proposées à un coût nettement plus faible au réseau commercial – et donc aux clients – et parfaitement adaptées à la réparation de véhicules plus anciens ;
- le recyclage des déchets issus de l'industrie est une autre illustration de la démarche. Acier, cuivre, noryl et polypropylène, textile... Renault met progressivement



en œuvre des « boucles courtes » pour en recycler la matière première dans la filière automobile, et dans un univers géographique le plus réduit possible.

La boucle de l'économie circulaire ne serait pas entièrement bouclée si les matériaux recyclés n'étaient pas réintégrés dans les nouveaux véhicules comme c'est le cas avec Nouvelle Clio et Captur, qui, avec respectivement 15 % et 16 % de plastiques recyclés, sont exemplaires en la matière. Car l'économie circulaire intervient bien dès l'éco-conception du produit, avec l'anticipation de son recyclage. Comme le souligne la fondation Ellen MacArthur destinée à promouvoir l'économie circulaire, fondation dont Renault est membre fondateur : « Un produit conçu pour être déconstruit n'a rien à voir avec un produit classique en ce qu'il intègre dès la conception les contraintes liées au démontage et au recyclage ». C'est ainsi un produit qui est conçu pour être plus économe en matières premières. À titre d'exemple, Renault s'est fixé pour objectif d'atteindre un ratio de 33 % de matières recyclées dans la masse totale des nouveaux véhicules en

2016 en Europe. En 2013, ce taux est estimé à moins de 30 %.

UN CHANGEMENT DE PARADIGME

Dans un contexte de raréfaction de la ressource et d'augmentation continue de la demande compte tenu de la croissance de la population mondiale, l'enjeu d'une telle démarche tend à modifier la question de la propriété d'une part des biens produits. Et ce, d'autant plus dans le secteur automobile où les enjeux économiques sont élevés : la valeur des matières premières comprises dans chaque véhicule équivaut à 20 % de son coût. À terme propriétaire de son produit, les entreprises auront d'autant plus intérêt à développer leur durabilité, facilité d'entretien et la régénéralité des matières. C'est déjà le cas pour le Groupe avec le véhicule électrique. Les batteries sont louées, Renault en restant propriétaire, gère l'ensemble du cycle de vie, en garantissant le retraitement et l'usage.

À l'avenir, la préservation des ressources et compétitivité pourraient bien ne constituer qu'un seul et même objectif.

DAME ELLEN MACARTHUR,
FONDATRICE DE LA FONDATION ELLEN MACARTHUR



En 2010, lorsque j'ai proposé à Renault de devenir l'un des partenaires principaux de la Fondation, j'avais la conviction que l'entreprise s'engagerait en faveur d'une économie circulaire moins dépendante en ressources. Après 3 ans de partenariat, j'ai pu constater, tant sur les lignes de l'usine de Choisy qu'auprès de l'équipe dirigeante, qu'il s'agissait d'une réalité tangible au cœur de la stratégie de Renault. À cet égard, l'usine de Choisy est devenue une référence – et pas uniquement dans mes présentations publiques – de la viabilité du modèle circulaire. Aujourd'hui, grâce aux travaux de sensibilisation de la Fondation, ses rapports économiques, l'économie circulaire gagne du terrain. ”

JEAN-PHILIPPE HERMINE,
DIRECTEUR DU PLAN ET DE LA STRATÉGIE
ENVIRONNEMENT DU GROUPE RENAULT

Comprendre et surtout savoir anticiper les véritables enjeux environnementaux nous permet d'engager en premier les mutations nécessaires de notre secteur d'activité et d'en tirer profit. Notre gamme électrique avec son offre de location batterie, le partenariat avec le groupe Bolloré pour l'auto-partage ou celui de la Fondation Ellen MacArthur sur l'économie circulaire illustrent concrètement cette vision des évolutions de la mobilité automobile et de la compétitivité de l'industrie manufacturière. En 2013, l'activité Économie circulaire via Renault Environnement et notre site de Choisy-le-Roi a contribué positivement aux résultats financiers du Groupe. ”



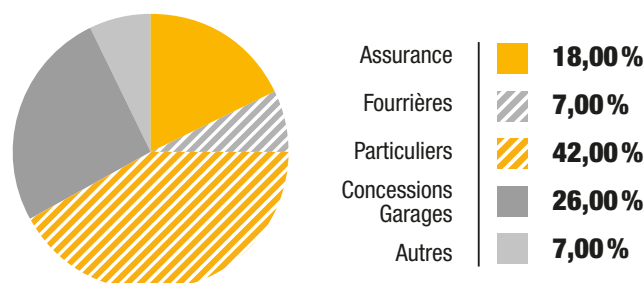
20 %

DU COÛT

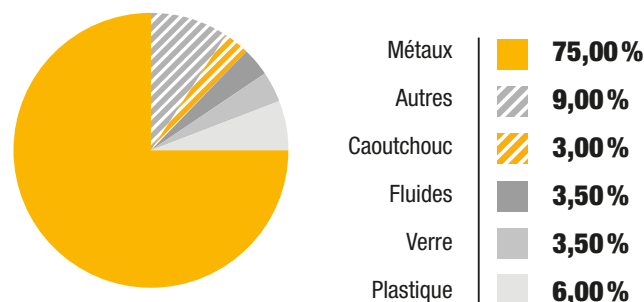
D'UN VÉHICULE NEUF
= COÛT MATIÈRE PREMIÈRE

UN VÉHICULE HORS D'USAGE EST UN VÉHICULE EN FIN DE VIE OU ACCIDENTÉ. ILS SONT 870 000 / AN EN FRANCE ET 6 760 000 / AN EN EUROPE (source Eurostat).

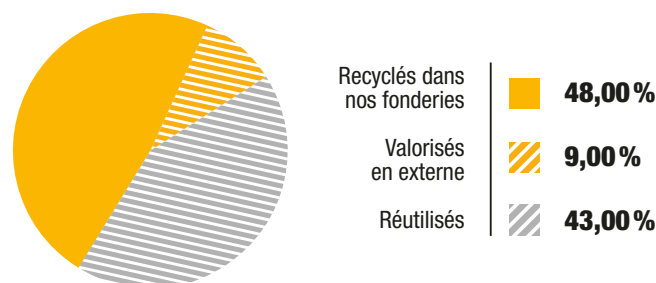
SOURCE VHU (FRANCE 2012, ADEME) :



POIDS VHU = 1 T



**FOCUS « ÉCHANGE STANDARD » :
ÉCONOMIE CIRCULAIRE DES MOTEURS RENAULT**



Les réponses de Renault



UN ENGAGEMENT SUR L'ENSEMBLE DU CYCLE DE VIE

Pour affronter les grands défis écologiques que sont le réchauffement climatique, l'épuisement des ressources naturelles, la protection des écosystèmes et la qualité de l'air dans les villes, le groupe Renault s'engage à réduire l'impact de ses activités comme de ses produits, et ce, sur l'ensemble de leurs « cycles de vie » (conception, production, distribution, utilisation et recyclage). Sa méthode : imaginer des « éco2-solutions » dont l'efficacité est systématiquement mesurée, année après année, d'une génération de produit à l'autre.

TOUS LES CHEMINS MÈNENT... AU VÉHICULE ÉLECTRIQUE !

L'étude* ARIA Technologies menée dans la ville de Rome modélise l'impact d'une politique volontariste en faveur des véhicules propres à l'horizon 2020. Dans le scénario testé, les véhicules électriques représentent 20 % du parc roulant en centre-ville au niveau de la zone à trafic limité existante, avec un accès privilégié aux véhicules propres. Les conclusions font apparaître que les concentrations en dioxyde d'azote (NO₂) seraient au maximum réduites de 9 à 25 % selon les saisons au niveau régional. C'est au niveau de la rue, le long des artères principales, que les bénéfices sont les plus importants avec des gains pouvant aller jusqu'à 45 % pour les concentrations de dioxyde d'azote et jusqu'à 30 % pour les particules (PM10). Déjà significative, cette empreinte diminuera notamment en fonction du taux d'énergie renouvelable dans le mix énergétique des pays.

* Étude réalisée en 2011 par la société ARIA Technologies, leader européen de la modélisation de l'environnement atmosphérique, et sa filiale italienne ARIANET, en collaboration avec la Ville de Rome et l'Agence Régionale de Protection de l'Environnement du Latium.

Que ce soit au travers de sa gamme de véhicules thermiques ou électriques, Renault développe des technologies de moins en moins émettrices en CO₂, non seulement à l'usage, mais plus globalement sur l'ensemble de leur cycle de vie. Un engagement qui fait de Renault le leader européen en émission CO₂ à fin 2013, et 1^{er} groupe automobile sous les 115gr CO₂/km.*

Grâce au système Stop & Start, le moteur se coupe automatiquement à l'arrêt du véhicule, supprimant consommation, émissions polluantes et bruit. Le système associé baptisé « Énergie Smart Management » (ESM) récupère quant à lui l'énergie de la décélération pour recharger la batterie, permettant ainsi de réduire la consommation de carburant.

En ce qu'ils contribuent directement à la qualité de l'air en ville, les véhicules électriques restent pour Renault la solution la plus efficace pour répondre aux enjeux environnementaux. Ils n'émettent ni CO₂, ni oxyde d'azote, ni odeur, ni bruit moteur... (voir encadré « Tous les chemins mènent au véhicule électrique »).

LE CONDUCTEUR, AU CŒUR DE LA RÉDUCTION DE L'EMPREINTE CARBONE

S'appuyant sur des équipements d'aide à la conduite comme R-Link, sur des services connectés spécifiques au véhicule électrique, ou sur la formation, la démarche Driving eco² initiée par Renault vise également à rendre le conducteur acteur de la réduction de son empreinte carbone.

Sur les véhicules thermiques, la mise en œuvre de l'ensemble des dispositifs aide à réduire la consommation de carburant et les émissions de CO₂ jusqu'à

25 %, selon les conditions de roulage et le style de conduite de l'utilisateur.

À distance ou à bord, par le biais de son smartphone ou de son PC, le conducteur d'un véhicule électrique de la gamme (hors Twizy) peut déclencher la charge du véhicule en fonction du coût de l'électricité.

LE RÔLE CLÉ DES SITES INDUSTRIELS

Du côté des sites industriels, l'expérience acquise depuis 1995 a permis au groupe Renault de concevoir une nouvelle usine à Tanger, inaugurée en 2012. En 2013, 25 % de l'eau utilisée dans le process industriel était issue du recyclage des effluents. Cette performance est d'autant plus remarquable que l'eau recyclée est de meilleure qualité que l'approvisionnement externe. Le taux de recyclage est amené à progresser au fur et à mesure de la montée en cadence de l'usine.

17 200 tonnes de résidus de bois, noyaux d'olives, coques d'argan, d'amandes ont servi de combustibles pour fabriquer l'eau chaude et surchauffée, créant ainsi la première filière biomasse au Maroc.

Renault contribue également au développement des énergies renouvelables avec son dispositif photovoltaïque, produisant de l'électricité. Fin 2012, c'est l'équivalent d'une superficie de 60 terrains de football de panneaux solaires qui ont été inaugurés dans six de ses sites industriels français : Douai, Maubeuge, Flins, Batilly, Sandouville et Cléon. Ces installations permettent de réduire de 2 200 tonnes par an la quantité de CO₂ émise pour la production d'énergie électrique.

En Corée du Sud, Renault Samsung Motors a achevé en juin 2013, sur un site de 30 hectares, les travaux de

EAU

- 38 %

DE LA CONSOMMATION PAR VÉHICULE
PRODUIT EN 2013 VS 2005.

GAZ A EFFET DE SERRE

- 10 %

DE L'EMPREINTE CARBONE PAR VÉHICULE
PRODUIT ENTRE 2013 ET 2010.

ÉNERGIES RENOUVELABLES

14,1 %

D'ÉNERGIE (DIRECTES OU INDIRECTES)
DES SITES INDUSTRIELS.

construction d'une centrale solaire sur le site de Busan : la plus vaste installation photovoltaïque au monde en un seul lieu. D'une capacité de 20 000 MWh par an, le dispositif génère l'équivalent de la consommation annuelle d'électricité de plus de 8 000 foyers. À l'horizon 2020, le Groupe vise une part d'énergie renouvelable (directe ou indirecte) de 20 % sur ses sites industriels.

UNE DÉMARCHE GLOBALE RECONNUE

Parce que la démarche de Renault concerne toutes les parties prenantes, l'entreprise soumet ses propres fournisseurs à des audits sur site et vérifie leur système de management de l'environnement.

Les efforts portent aussi sur l'optimisation des moyens logistiques. Le programme «Logistics eco²» vise ainsi l'amélioration du taux de remplissage des conteneurs et des camions. À titre d'exemple, un meilleur remplissage des camions en Europe a permis d'éviter d'envoyer 9 700 camions sur les routes et d'émettre 8 000 tonnes de CO₂. Cette approche globale menée par Renault est largement reconnue. Ainsi, les principaux organismes internationaux de notations extra-financières soulignent régulièrement l'efficacité du management environnemental de Renault, en plaçant le Groupe parmi les meilleurs constructeurs automobiles, année après année.

Pour la 15^e année consécutive, les commissaires aux comptes accordent à l'entreprise le meilleur niveau d'attestation relatif à la qualité du reporting, dans le cadre d'un audit couvrant 100 % de l'activité de production ingénierie et tertiaire et les principaux sites de logistique.

*Données issues de l'AAA Data.

Centrale photovoltaïque de Renault Samsung Motors
installée sur le parc de stationnement et les toits de l'usine de Busan en Corée.



LES 5 IMPACTS ENVIRONNEMENTAUX MAJEURS DE L'AUTOMOBILE SUR L'ENVIRONNEMENT :

De par leur mode de propulsion, les véhicules thermiques ont recours au pétrole, une ressource qui s'épuise progressivement. Une fois enflammés par combustion interne, les gaz d'échappement contribuent au réchauffement climatique (CO₂) et impactent selon leurs sensibilités les écosystèmes (pluies acides, eutrophisation des eaux, pollution atmosphérique). Plus globalement sur l'ensemble de leur cycle de vie, leur impact se mesure principalement de la manière suivante :

Acidification : augmentation des substances acides dans l'atmosphère (dioxyde de soufre, oxydes d'azote, etc.) **Effets** : pluies acides, acidification des océans.

Épuisement des ressources : quantité de minerais (fer, aluminium, cuivre, etc.), d'eau et d'énergies non renouvelables (pétrole, charbon, etc.) consommés.

Effets : pénurie, augmentation des prix.

Réchauffement climatique : émission de gaz à effet de serre (CO₂, N₂O, etc.) à l'origine du réchauffement planétaire.

Effets : sécheresse, événements climatiques extrêmes, montée du niveau des mers.

Ozone photochimique : production d'ozone polluante (à ne pas confondre avec la couche d'ozone qui protège la Terre des rayons ultraviolets).

Effets : irritation pulmonaire durant les pics d'ozone estivaux.

Eutrophisation : introduction excessive de nutriments (nitrate, phosphate) dans les milieux aquatiques.

Effets : prolifération d'algues parfois toxiques, asphyxie de la faune aquatique.

À fin 2013, les comparatifs entre les véhicules thermiques de même segment, mais de génération différente, sont systématiquement réalisés afin de confirmer leurs progrès. Par exemple entre Clio III et Clio IV, la baisse est de 18 % à 24 % selon les impacts. Avec un véhicule électrique, les impacts globaux sur l'environnement sont divisés par près de deux par rapport au véhicule thermique équivalent (selon le mix énergétique pays).

“Les entreprises (...) qui feront demain la différence sont celles qui sauront penser et incarner leur RSE.



ABDEL AÏSSOU
DIRECTEUR GÉNÉRAL
DU GROUPE RANDSTAD
FRANCE



enjeux **SOCIAUX**

Ancien préfet, Abdel Aïssou est aujourd’hui Directeur général du groupe Randstad France. Numéro 2 mondial des services en ressources humaines. Présent dans une quarantaine de pays, Randstad est particulièrement dynamique en France, parmi les premiers pays du groupe. Pour Abdel Aïssou, l’avenir appartient aux entreprises qui jouent sincèrement la carte de la RSE, point de convergence entre les pays développés et les pays émergents.

L’une des compétitions les plus acharnées qui se déroule à l’échelle mondiale est incontestablement celle des talents. Face à l’accélération des transformations du monde, les entreprises savent que leur développement et leur pérennité passent par leur capacité à attirer et fidéliser les meilleur(e)s. Bien sûr, la planète RH n’est pas homogène. La notion de marché national n’a pas disparu, et les enjeux en matière de recrutement, de formation, de compétences ou de reconversion ne sont pas interchangeables dans les pays développés et dans les pays émergents. Mais la dimension mondiale du marché des talents prend chaque jour plus de sens. Ainsi, l’Inde forme chaque année des millions d’informaticiens pour son marché national, mais également pour les start-up et les grandes entreprises des cinq continents. On pourrait aussi citer le secteur des infirmières, du paramédical des ingénieurs, ou bien encore celui du BTP, pour lesquels les employeurs se retrouvent parfois devant des situations de pénuries à l’échelle nationale. Dans le même temps, ils doivent savoir se projeter à l’autre bout de la planète pour attirer les talents.

AIDER LES PAYS À RÉUSSIR LEUR TRANSITION INDUSTRIELLE

Pour aider les entreprises qui vivent au rythme de la transition industrielle, de la digitalisation, de la montée en puissance du big data, des mutations en matière

de formation (avec notamment l’essor des MOOC*), les entreprises du travail temporaire remplissent chaque jour leur mission d’intermédiaire de l’emploi. À l’instar des départements R&D des entreprises, notre métier consiste à développer de la R&D en ressources humaines (RH), en expérimentant différents programmes, qui permettent de fournir les compétences d’aujourd’hui, et d’anticiper celles de demain. C’est ainsi Randstad qui a eu l’idée d’organiser des mobilités entre le secteur de l’automobile et celui de l’aéronautique, en analysant les compétences et les expertises nécessaires dans chacun des secteurs, et en identifiant les passerelles possibles. Ces passerelles sont encore plus cruciales dans les pays développés qui vivent la transition entre une industrie encore dominante il y a quelques années, à une industrie plus marginale qu’il faut accompagner en termes de ressources et de compétences. Certaines entreprises, comme GE ou IBM, ont su passer d’un *business model* à dominante industriel à un *business model* à dominante service, en fondant cette transition sur l’adaptation des compétences et sur la formation.

LA RSE, POINT DE CONVERGENCE ENTRE LES PAYS DÉVELOPPÉS ET LES PAYS ÉMERGENTS

Dans le contexte de concurrence exacerbée auquel se livrent les entreprises sur le terrain du village global, celles qui feront demain la différence sont celles qui

RSE & MOTIVATION

Selon une étude du cabinet Deloitte, pour 70 % des jeunes de 18 à 26 ans, l’engagement citoyen et environnemental d’une entreprise a une influence sur leur décision d’y travailler (source Deloitte Volunteer Impact Survey 2011).



+ 50 %

MOBILITÉ DES « TALENTS »

D'ICI 2020 (source PwC).

L'étude « *Talent mobility : 2020 and beyond* » publiée par le cabinet d'audit et de conseil PwC prévoit une augmentation de 50 % de la mobilité des talents d'ici à 2020, avec notamment un doublement des femmes mutées. De nouvelles formes de mobilité se développeront en réponse à une économie toujours plus internationalisée et aux nouvelles attentes de la Génération Y. Une croissance qui génère de nouveaux risques pour les entreprises : celles-ci devront donc concevoir des stratégies de mobilité proactives et flexibles pour continuer à attirer des talents et conserver leur compétitivité internationale.

Salariés de Renault do Brasil

posant pour une campagne interne de reconnaissance du personnel.

sauront à la fois penser et incarner leur Responsabilité Sociale d'Entreprise. Les salariés éprouvent aujourd'hui un besoin croissant de savoir quelle est la position de leur entreprise sur les grands sujets de l'environnement, des relations sociales, ou du refus de la discrimination. Nos partenariats avec notamment l'association Force Femmes ou bien avec la Fédération des Aveugles de France, nous permettent de travailler respectivement sur la restauration de l'estime de soi comme outil d'insertion professionnelle, ou sur la bonne intégration du handicap dans l'entreprise. Notre double label « Égalité professionnelle » et « Diversité » est audité régulièrement par l'AFNOR et l'AFAQ car notre RSE est intégrée dans notre démarche qualité.

C'est en incarnant nos convictions dans notre propre entreprise que nous pouvons jouer pleinement notre rôle d'intermédiaire auprès de nos clients, en suscitant de la motivation auprès de nos salariés et des intérimaires que nous déléguons dans les entreprises. C'est sur ce socle de confiance partagé que nous nous appuyons pour développer une politique interne consistant à rechercher 80 % de promotion interne.

Jouer la carte de la RSE, c'est préparer son avenir, à l'échelle de la planète tout entière. Car s'il y a bien un point de convergence entre les pays matures et les pays émergents, c'est à la jonction des préoccupations sociales, environnementales et sociétales qu'il se trouve. La RSE, c'est aussi une manière de décliner le développement durable dans l'univers des RH.

HUMOUR ET STÉRÉOTYPES :

Travailler sur ses propres stéréotypes dans un climat de bienveillance. Telle est la méthode employée par Randstad. L'humour n'est pas le moindre levier qui permet d'y parvenir. Un travail de fond mené avec le dessinateur Antoine Chéreau, permet à Randstad d'utiliser la maïeutique du rire pour combattre ses propres préjugés.



ENSEMBLE, POUR PRÉPARER L'AVENIR

En matière de ressources humaines, les défis ne manquent pas : développer les compétences dont le Groupe aura besoin demain au rythme toujours plus rapide des bouleversements technologiques ; attirer les meilleurs talents malgré la baisse d'attractivité du secteur automobile dans certains pays ; maîtriser l'évolution des frais de personnel dans une industrie où la compétition s'intensifie ; refléter au sein de nos équipes la diversité de nos clients... Le principal enjeu pour Renault est de mener une politique RH globale, qui soit facteur de compétitivité et de cohésion sociale, tout en tenant compte des attentes variées de 121 807 collaborateurs répartis dans 36 pays, et de contextes économiques locaux très contrastés.

ADAPTER NOS COMPÉTENCES AUX DÉFIS DE DEMAIN

Dans une industrie en perpétuelle mutation, rester compétitif implique de faire régulièrement évoluer les compétences des collaborateurs et d'anticiper celles qui seront nécessaires pour concevoir, fabriquer et vendre les voitures de demain. C'est l'objectif de la gestion dynamique des compétences, qui donne également les moyens aux collaborateurs de progresser dans l'exercice de leur métier et de développer leur employabilité. Dans ce cadre, chaque métier dresse le diagnostic de ses compétences à l'échelle mondiale, visant à identifier précisément des compétences dites « critiques » (celles dont le besoin s'accroît pour l'entreprise, comme la simulation numérique, le développement électronique ou le marketing digital) et des compétences dites « sensibles » (celles dont le besoin diminue pour l'entreprise, comme les métiers autour de la production de prototypes, par exemple). C'est à partir de cette vision globale de l'évolution des compétences dans chaque métier que sont

ensuite élaborés les plans de recrutement, de formation et de reconversion. En 2013, Renault a ainsi recruté 10 986 personnes (en CDI et en CDD) dans le monde. Près de 3 millions d'heures de formation ont été dispensées dans les 10 principaux pays du Groupe (représentant 90% des effectifs), soit près de 27 heures de formation en moyenne par salarié.

DÉVELOPPER L'ÉQUITÉ AU SEIN D'UN GROUPE MONDIAL

Un nouveau dispositif de gestion des ressources humaines (Talent@Renault) a été déployé dans 16 pays en 2013. Son but : rendre le système d'évaluation, de développement et de rémunération à la fois plus équitable au sein du Groupe et plus compétitif par rapport au marché. Talent@Renault permet notamment le partage, partout dans le monde, des mêmes processus et critères d'évaluation de la performance, ainsi que de pratiques communes en matière de sélection et de développement des talents.

Pour les managers, Talent@Renault constitue un outil objectif d'aide à la décision. Pour les collaborateurs, il permettra de clarifier le lien entre performance et reconnaissance.

REFLÉTER DANS NOS ÉQUIPES LA DIVERSITÉ DE NOS MARCHÉS ET DE NOS CLIENTS

C'est en reflétant les multiples visages des 128 pays dans lesquels Renault commercialise ses véhicules que l'entreprise comprendra et répondra au mieux aux attentes de ses clients. Parmi toutes les formes de diversité existantes, Renault a choisi de porter en priorité ses efforts sur : le genre, le handicap, l'âge, l'origine et les orientations sexuelles.

En 2013, les femmes représentent 17,6% des effectifs du Groupe (contre 17,4% en 2012). Si Renault souhaite encore faire progresser ce pourcentage, soulignons que la représentation des femmes reste à peu près la même quel que soit le niveau hiérarchique : 18,4% du management, 19,3% des postes clés du Groupe et 20% du comité exécutif. Pour y parvenir, l'entreprise s'appuie sur le plan women@Renault, qui se compose de deux volets. Le premier concerne l'évolution des processus RH, du recrutement à la gestion de carrière, en passant par la formation. À ce titre, le Groupe s'est fixé comme objectif de recruter 30 % de femmes sur les postes techniques et 50 % sur les profils commerciaux. L'autre volet repose sur le développement d'un réseau social interne qui est aujourd'hui le plus important réseau social du Groupe, avec 4 000 membres et des réseaux locaux dans 12 pays.

Renault a parallèlement poursuivi ses actions en faveur de l'insertion des personnes handicapées, à travers l'intégration professionnelle (3,57% de taux d'emploi dans le Groupe), l'aménagement des postes de travail, la prévention et le développement d'un réseau social interne. Lancé en 2012, handi@renault constitue une plateforme d'échanges entre collaborateurs, permettant



5 %

D'ALTERNANTS

SUR LE PÉRIMÈTRE RENAULT S.A.S.

17,6 %

DE FEMMES

DANS LES EFFECTIFS DU GROUPE
À FIN 2013 VS 10 % EN 1999.

PRÈS DE

3 millions

D'HEURES DE FORMATION

DISPENSÉES DANS LES 10 PRINCIPAUX PAYS DU GROUPE.

3,57 %

DE PERSONNES

HANDICAPÉES AU SEIN DU GROUPE
ET 8,33 % EN FRANCE.



Avec le 6^e accord en faveur des personnes

handicapées en France, le champ des bénéficiaires a été élargi et les aides financières renforcées. Avec un budget annuel dédié au handicap de plus de 4 millions d'euros et un taux d'emploi global de 8,33 %, Renault s.a.s. dépasse l'obligation légale en France, fixée à 6 %.

notamment de faire remonter les difficultés rencontrées et de diffuser les bonnes pratiques.

En matière d'âge, de nombreuses initiatives sont prises localement pour tisser des liens entre le monde de l'éducation et celui du travail. En France, et malgré un contexte économique peu favorable, Renault a mené en 2013 une politique très volontariste en faveur de l'employabilité des jeunes : 3 500 jeunes ont été accueillis dans l'entreprise et la part d'alternants a atteint 5 % des effectifs de Renault S.A.S. Par l'accord sur la solidarité entre les générations, signé le 19 décembre 2013, Renault prend également en France des engagements chiffrés pour l'avenir : 800 contrats d'insertion de jeunes sans qualification d'ici 2016, 5 % d'alternants, 30 % des embauches réservées aux jeunes. Cet accord prévoit aussi des mesures novatrices pour les seniors, telles que la mise en place d'un temps partiel « transmission des savoirs ».

Concernant enfin l'origine, Renault est soucieux de garantir l'égalité des chances à tous ses collaborateurs et de faire bénéficier l'entreprise de la richesse culturelle de toutes ses composantes. Pour que cette diversité soit effective, y compris au plus haut niveau de l'entreprise, l'objectif a été fixé d'augmenter la part des profils internationaux parmi les postes clés du Groupe. Cette part s'établit à 26 % fin 2013.



Développer les compétences à tout âge

Renault s'engage à former tous ses collaborateurs, quels que soient l'âge, le statut ou le poste occupé au sein de l'entreprise. L'entreprise est soucieuse de développer les talents tout au long de la vie, en aidant tout particulièrement les jeunes à trouver leur place dans le monde du travail et en veillant à valoriser l'expérience des seniors.

QUALITÉ DU DIALOGUE SOCIAL EN 2013

L'année 2013 a été marquée par un dialogue social riche et innovant. Au niveau du Groupe, Renault a signé un accord cadre mondial de responsabilité sociale, sociétale et environnementale avec le Comité de groupe Renault et IndustriALL Global Union (cf. page suivante). Au niveau local, 14 accords majeurs ont été signés, et notamment des accords de compétitivité en Espagne, en France et en Corée. Il s'agit de s'adapter aux évolutions structurelles du marché, en s'attachant à trouver, à travers le dialogue social, le meilleur équilibre entre les intérêts de l'entreprise et les intérêts des salariés. En France, l'accord « *Contrat pour une nouvelle*

dynamique de croissance et de développement social de Renault en France », signé le 13 mars avec la CFDT, la CFE-CGC et FO, vise à doter Renault d'un socle solide et durable pour ses activités en France. Renault s'y engage à maintenir tous ses sites industriels et à développer l'activité des usines françaises d'ici 2016, en augmentant le volume de production à 710 000 véhicules, dont 80 000 provenant des partenaires. L'entreprise prend également l'engagement d'assurer un ajustement des effectifs sans recourir à un plan de sauvegarde de l'emploi ni à un plan de départs volontaires.

LA RSE DANS LA CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT

Parce que l'activité fournisseurs compte pour 57 % du prix de revient d'un véhicule, la responsabilité de la fonction Achat d'un Groupe comme Renault est importante en qualité de client final.

Depuis 2004, Renault déploie une politique d'achat responsable dans tous ses pays d'implantation reposant notamment sur une démarche volontariste de progrès continu. Une dynamique renforcée en 2013 avec la signature de l'accord-cadre mondial RSE.



LA RESPONSABILITÉ DES ACHETEURS

74 milliards d'euros, c'est le montant d'achat estimé à fin 2013, réalisé dans le cadre de l'Alliance Renault-Nissan. Montant considérable qui nécessite vis-à-vis de l'ensemble des acteurs impliqués dans la chaîne d'approvisionnement, une attention spécifique en matière de RSE et plus particulièrement en termes d'éthique. À commencer par les 1 600 collaborateurs Achats Renault et tous ceux qui – au sein du Groupe Renault – sont en contact avec les fournisseurs et/ou influencent l'acte d'achat. Un code de déontologie dédié *Achats* a été conçu à leur intention et déployé en 2013. Il pose 5 principes fondamentaux : le respect des lois, l'équité de traitement envers les fournisseurs, la protection de la confidentialité, le respect des règles RSE du Groupe et le devoir d'alerte en cas de situations contraires à ces quatre premiers principes.

L'IMPLICATION DES FOURNISSEURS

Du côté des fournisseurs, parce que les achats du Groupe Renault sont régis à l'échelle de l'Alliance Renault-Nissan, un cadre de référence commun a été élaboré par les deux partenaires dès 2006. Diffusé à tous les fournisseurs de rang 1 dans le monde, le « Renault-Nissan Purchasing Way » permet de partager une vision, des valeurs et des procédures d'achats similaires. En 2010, il a été complété par les « CSR Purchasing Guidelines », document qui synthétise les attendus de Renault et Nissan vis-à-vis de leurs fournisseurs en matière de sécurité et qualité, de droits humains et du travail, d'environnement, de conformité, et de non-divulgaration d'informations. Le groupe Renault ne se contente cependant pas de textes de principes. Il a mis en place depuis 2007, à l'échelle du Groupe, une démarche de progrès continu, reposant sur l'évaluation des fournisseurs à l'aune de critères.

À l'échelle de Renault, les chiffres parlent d'eux-mêmes : la masse d'achat évaluée est passée d'environ 4 milliards d'euros en 2010 (soit 20 % du total), à près de 18 milliards en 2013 (soit plus de 70 % du total). Et l'objectif dans les 3 années à venir est d'atteindre 80 %. C'est en s'appuyant sur un réseau international d'une centaine de correspondants achats formés à la RSE que les fournisseurs sont régulièrement évalués, soit directement, soit par un partenaire extérieur EcoVadis. À fin 2013, et au cumul depuis 2007, 1 544 sites fournisseurs ont été évalués. En 2013, 200 sites fournisseurs ont fait l'objet d'évaluations insuffisantes. 115 sites fournisseurs (108 en 2012) et 22 groupes (7 en 2012) ont pu progresser après la mise en place d'actions concernant la sécurité, les conditions de travail, l'environnement ou les droits humains.

ÉLECTRA ET FAURECIA : DEUX PARTENAIRES IMPLIQUÉS

Installée à Casablanca, Afrique Cables s'est notamment spécialisée dans la fabrication de batteries de démarrage – 100 % marocaines – sous la marque Electra. La société entretient des relations étroites avec les collectivités locales pour promouvoir les énergies renouvelables et soutient la fondation Miloud Chaabi agissant dans le domaine de la santé, de l'éducation ou de l'environnement. Son directeur général, M. Lacham, voit très favorablement la démarche d'accompagnement des fournisseurs mise en place par Renault en matière de RSE : la méthodologie des experts Renault nous pousse à aller de l'avant, elle est très structurante pour nous.

En améliorant l'ergonomie, l'éclairage, la ventilation ou encore, la sensibilisation aux risques, les conditions de travail des employés ont évolué. Sur le plan environnemental, une nouvelle zone de produits chimiques a été construite. Suite au plan d'action RSE mis en œuvre, Electra est passé d'une notation de D à A.

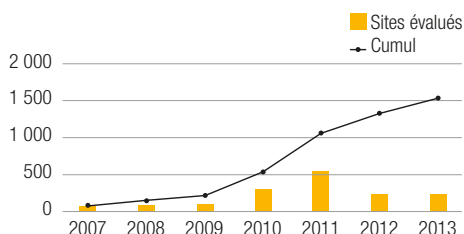
Fournisseur automobile mondial, Faurecia est soucieux de se développer de façon responsable dans tous les pays dans lesquels il opère. Le Groupe tend à faire

74 Md €

MONTANT D'ACHATS

ESTIMÉS EN 2013 DANS LE CADRE
DE L'ALLIANCE RENAULT-NISSAN.

NOMBRE DE SITES FOURNISSEURS ÉVALUÉS



converger engagement RSE, création de valeur et avantage concurrentiel. Pour ce faire, la politique d'achat a récemment renforcé ses exigences en matière de RSE vis-à-vis de ses propres fournisseurs. Plus que jamais, les dimensions sociales, environnementales et équitables sont des éléments clés de la relation commerciales avec ses fournisseurs. Le code de conduite pour les achats et fournisseurs représente ainsi l'ADN de la relation acheteurs – réseau de fournisseurs et fait l'objet de formations spécifiques.

Enfin, et parce que toute politique et action de progrès ne peut reposer que sur des faits et des chiffres, Faurecia a accueilli très positivement la méthodologie RSE proposée par Renault à ses fournisseurs également appliquée par Faurecia en interne et envers ses propres fournisseurs. L'évaluation RSE effectuée par une société tierce, indépendante, permet de mieux comprendre, de démontrer et d'améliorer les pratiques de développement durable de l'entreprise.

* IndustriALL Global Union : fédération syndicale mondiale qui rassemble notamment les salariés de la métallurgie.



Signature de l'accord-cadre mondial RSE

De gauche à droite : Jocelyne Andreu, secrétaire générale du comité de groupe Renault ; Marie-Françoise Damesin, membre du Comité exécutif et Directeur des ressources humaines Groupe et Jyrki Raina, secrétaire générale de IndustriALL Global Union.

UN PAS DE PLUS POUR LES FOURNISSEURS EN MATIÈRE DE RSE

Dans la lignée de la Déclaration des droits sociaux fondamentaux de 2004, Renault, le Comité de Groupe Renault et IndustriALL Global Union* ont signé le 2 juillet 2013 un accord-cadre mondial de responsabilité sociale, sociétale et environnementale. Cet accord s'applique partout dans le monde, dans l'ensemble des sociétés dont Renault S.A.S. possède plus de la moitié du capital, ainsi qu'à tous ses fournisseurs. Par cet accord, Renault réaffirme, précise et élargit sa responsabilité avec une conviction profonde : pour que sa croissance soit soutenue et durable, elle doit s'appuyer sur deux piliers indissociables – la performance économique et le développement social – dans le respect des grands équilibres

sociétaux et environnementaux. Renault y renforce ses engagements en matière de droits sociaux, notamment par l'introduction de la notion de qualité de vie au travail, d'une clause sur la gestion de l'emploi et des compétences ou encore par l'ajout d'un nouvel article sur la promotion de la diversité. Autre avancée majeure, le Groupe étend ses engagements à deux nouveaux domaines : la responsabilité sociétale et la protection de l'environnement. Acteur mondial, Renault entend exercer aussi sa responsabilité vis-à-vis des populations qui vivent dans les territoires où il est implanté et vis-à-vis des générations futures, à travers la préservation de la planète.

co-construction

“PUBLIC-PRIVÉ”



ENTRETIEN AVEC Claire Martin

Directrice de la Responsabilité Sociale de l'entreprise
et de la fondation Renault

Associations, chercheurs, entrepreneurs, acteurs publics, innovateurs : telles sont les parties prenantes avec lesquelles le Groupe échange et collabore au quotidien, aussi bien au niveau national que local. L'objectif de cette démarche : accroître la dynamique économique et sociale des territoires pour créer de la richesse et de l'emploi.

2 plateformes de mobilité de l'association Voiture & co, partenaire de l'initiative des Garages Renault solidaires du programme Mobiliz. La mise en commun de la connaissance qu'ont les associations des publics fragiles et de leurs besoins, avec les compétences de l'entreprise en matière de réparation automobile a rendu possible cette offre originale de réparation à prix coûtant, fruit de l'hybridation des pratiques.

Voilà trois exemples de collaboration avec le monde associatif ou avec les pouvoirs publics, qui démontrent la richesse de la démarche de co-construction.

Ces exemples relèvent du domaine économique et social. Y a-t-il d'autres domaines concernés ?

La démarche est aussi très active dans le champ de la recherche : 2 nouvelles chaires de recherche et d'enseignement ont été signées, une autre a été renouvelée. Chaque fois, la fécondité de la démarche vient de la rencontre de deux mondes aux logiques parfois opposées : le monde des savoirs théoriques et celui de l'industrie confrontée aux questions concrètes et pratiques. La plateforme de recherche Renault-ParisTech dédiée à la Mobilité durable, apporte depuis 5 ans la preuve que les laboratoires les plus en pointe, stimulés par les interrogations de l'industrie sont capables de produire des analyses immédiatement intégrées aux réflexions et décisions stratégiques pour les nouvelles technologies de la mobilité décarbonée. Évoquons aussi un domaine connexe : celui de l'innovation. La communauté d'innovation de Renault qui réunit ingénieurs, designers, philosophes, sociologues, entrepreneurs de la nouvelle économie s'est penchée sur le champ des possibles « mobiles », se mêlant aux pionniers

Shamengo*. Ces confrontations irriguent l'entreprise de « l'innovation pour une vie meilleure » et permettent d'adapter nos produits aux nouveaux comportements des usagers de la mobilité. Notons que de nombreux salariés encouragent ces pratiques, y trouvent de nouvelles formes de réalisation de soi et d'engagement citoyen.

Qu'en est-il de la co-construction pour accroître le dynamisme des territoires ?

À l'échelle d'un territoire où le Groupe compte plusieurs sites de fabrication automobile, le Nord-Pas-de-Calais, Renault a accompagné les travaux commandités par les pouvoirs publics de la région, sous la houlette de l'inspirateur de la 3^e révolution industrielle : Jérémy Rifkin... Renault a montré comment les véhicules électriques connectés aux réseaux intelligents pourront devenir des stockeurs d'énergie. Dans le même esprit, en signant la charte « Entreprises et quartiers » du Ministère de la Ville, le Groupe s'engage à contribuer concrètement au développement économique, social et culturel notamment des quartiers prioritaires. Il agit en tant qu'acteur économique et au nom de sa responsabilité sociale, pour aider à relever le défi des inégalités géographiques.

Je me suis ici concentrée sur des exemples en France, mais la démarche dépasse largement nos frontières. Ainsi, le Groupe a par exemple contribué à la réflexion sur « l'alliance pour le développement** » qui encourage le dialogue et la mise en place d'actions concertées entre le secteur privé et la société civile en faveur des politiques publiques de développement.

* www.shamengo.com

** Rapport « 10 propositions pour une nouvelle approche de l'aide au développement » / Ministère des Affaires Étrangères.

Développement collaboratif, co-construction, co-développement : ce sont des termes porteurs. Mais quelle philosophie, et surtout quelles réalités concrètes recouvrent-ils pour Renault ?

Ces termes sont effectivement porteurs de nouvelles approches partenariales ! Au sein de Renault, ils recouvrent des pratiques bien concrètes dans plusieurs domaines. La philosophie de la démarche repose sur la conviction qu'une entreprise crée davantage de valeur ajoutée, trouve davantage de solutions lorsqu'elle travaille au sein d'un éco-système, en intelligence avec ses parties prenantes des univers économique, politique, scientifique, social ou sociétal.

Au sein du Groupe, les exemples abondent. Si l'on se concentre sur la France, on peut évoquer le domaine de l'emploi, avec l'accord destiné à promouvoir « l'emploi des jeunes et des seniors et la solidarité entre générations ». Dans ce cadre, Renault s'engage à recruter 2 000 alternants par an et 800 contrats d'insertion sur trois ans.

Dans le champ de l'économie, Renault a participé aux conclusions du rapport sur l'économie positive remis au gouvernement français par Jacques Attali.

Une illustration récente concerne le domaine de la mobilité des personnes précaires, avec la mise en place de

mécénat

DÉVELOPPEMENT DES TERRITOIRES ET ENGAGEMENT CITOYEN

Renault est convaincu que deux facteurs peuvent sensiblement accroître la performance d'une entreprise : d'une part, le dynamisme des territoires sur lesquels les sites de l'entreprise sont implantés ; d'autre part, le bon accueil et l'acceptation de son activité industrielle et commerciale par les citoyens, les riverains et les parties prenantes locales. C'est pourquoi le Groupe facilite l'insertion économique et sociale des populations locales en menant des actions citoyennes ou philanthropiques.

12 MILLIONS D'EUROS INVESTIS DANS 330 ACTIONS

En 2013, près de 330 actions citoyennes ont ainsi été engagées par Renault dans 36 pays, soit directement, soit en collaboration avec des partenaires associatifs. Ces actions concernent principalement la sensibilisation à l'insertion par la mobilité et l'éducation, à la sécurité routière, à la promotion de la diversité ainsi que l'égalité des chances. L'objectif est d'accompagner le développement économique et social des territoires où Renault est présent.

12 millions d'euros ont ainsi été investis, dont 75 % sous forme de dons financiers, et le reste en mécénat de compétences ou en nature (don de matériel, véhicules, etc.). Le budget était réparti selon les quatre axes de la stratégie de responsabilité sociale de l'entreprise : éducation (39 %), sécurité (26 %), mobilité durable pour tous (13 %), diversité (9 %) et autres (13 %).

Géographiquement, ces investissements ont été effectués de la façon suivante : 32 % Europe dont France, 21 % Amériques, 4 % Asie-Pacifique, 1 % Eurasie, 8 % Euromed-Afrique, 34 % Corporate.

UN PROCÉDÉ DÉDIÉ

Pour recueillir les sollicitations de soutien à des projets d'intérêt général, de solidarité ou d'engagement citoyen, Renault a mis en place un espace dédié sur www.renault.com. Les ONG, associations, bénévoles, mais aussi les salariés Renault peuvent y déposer leur dossier de candidature. Toutes les demandes sont

étudiées, puis sélectionnées par les membres du comité mécénat de Renault. Celui-ci est composé d'un représentant du personnel (Secrétaire du comité de Groupe), d'un représentant des fonctions commerce, ressources humaines, juridique, communication, responsabilité sociale de l'entreprise (RSE) et d'un représentant des différentes régions.

PRÈS DE
330
ACTIONS
CITOYENNES
ENGAGÉES PAR RENAULT
DANS 36 PAYS EN 2013.



INSERTION PAR LA MOBILITÉ

Parce que la mobilité est indispensable au développement économique et à la création de lien social, – à l'échelle d'un pays comme sur le plan individuel –, Renault a soutenu 35 actions en 2013 dans 15 pays. Un soutien qui bénéficie aux personnes ayant des difficultés à se déplacer.

MAROC

LUTTER CONTRE L'ABANDON SCOLAIRE

Depuis février 2012, date de l'inauguration de l'usine de Tanger, Renault Maroc travaille en collaboration avec le tissu associatif local, notamment sur la question de l'accès à la mobilité des populations de la province de Fahs Anjra. Afin d'améliorer l'accès à l'éducation des élèves de la région et de lutter contre l'abandon scolaire, le Groupe a financé l'achat de bus destinés au transport des jeunes.



ITALIE

COURS DE CONDUITE POUR PERSONNES HANDICAPÉES

Renault Italie et l'association «Uno di Noi» se sont associés pour permettre à des personnes handicapées de bénéficier de cours de conduite. Ces cours sont dispensés dans toute l'Italie par des instructeurs, médecins, psychologues et physiothérapeutes. Ils s'adressent à trois types de population : les conducteurs/passagers souhaitant découvrir les équipements spécifiques mis à leur disposition, les personnes expérimentées souhaitant mettre à jour leurs compétences ; les experts désireux d'obtenir une licence de conduite sur circuit.



Jacques Prost, Directeur général de Renault Maroc, en compagnie des bénéficiaires de leur nouveau moyen de transport scolaire.

La filiale a mis trois véhicules à disposition. Ils sont équipés de boîtes de vitesses automatiques et de systèmes d'aide à la conduite, tels qu'un accélérateur et frein au volant pour les conducteurs qui n'ont pas l'usage d'un ou deux de leurs membres inférieurs. Un minibus avec rampe d'accès permet à l'organisation de véhiculer jusqu'à quatre personnes en fauteuil roulant.

FRANCE / MARTINIQUE

UN MINIBUS POUR L'EMPLOI

«Prévention Martinique» a été créée par Jean-Philippe Marel dans le but d'associer prévention et éducation. Cette démarche nouvelle, a également donné naissance à une auto-école sociale, ainsi qu'à Mobil Emploi Services. En Martinique, 47 % des jeunes de moins de 30 ans sont au chômage. «*Nous sommes face à des jeunes en difficulté, qui rencontrent des problèmes de déplacement*», constate quotidiennement Jean-Philippe Marel. Y compris ceux qui ont pu passer leur permis grâce à l'école de conduite sociale, mais qui, faute d'emploi, n'ont pas les moyens d'acheter une voiture. L'activité Mobil Emploi Services leur donne alors accès à des moyens de transport pour se rendre en formation, ou à des entretiens d'embauche. Cette plate-forme expérimentale est aujourd'hui unique dans les départements d'outremer. Outre sa vocation sociale, elle est également respectueuse de l'environnement. Elle est ainsi dotée de scooters électriques et d'un taxi emploi : «*Un minibus de*



9 places que nous allons pouvoir acheter grâce au soutien financier de Renault.». Mobil Emploi Services va permettre d'accompagner 1 700 jeunes sur deux ans. Jean-Philippe Marel s'est déjà fixé comme objectif d'étendre ce service à l'ensemble de l'île.

FRANCE

UN MASTER ADAPTÉ POUR ENFANTS HOSPITALISÉS

Le centre Erea Jacques Brel a pour mission d'assurer la scolarisation d'enfants hospitalisés pour de longs séjours. Parce qu'il est essentiel pour leur développement que les enfants continuent à vivre le plus normalement possible durant leur passage dans le centre, de nombreuses visites et sorties scolaires sont organisées. Pour ce faire, cette école établie au sein de l'hôpital de Garches en région parisienne dispose depuis le 17 décembre 2013 d'un Master adapté pour le transport de personnes à mobilité réduite.

FRANCE

AUTO-ÉCOLE SOCIALE

En Ardèche, les liaisons ferroviaires sont peu nombreuses et les services de car fonctionnent surtout pendant les périodes scolaires. La voiture est le plus souvent le seul moyen de locomotion pour se rendre à son travail. Pour aider les personnes en difficulté à passer leur permis, l'auto-école sociale Tremplin a été créée. Cette auto-école, qui bénéficie d'un parc de trois véhicules et d'un simulateur de conduite, s'adresse à des publics cumulant des difficultés financières et des problèmes psychomoteurs, de concentration ou d'illettrisme. Les élèves font l'objet d'une formation adaptée, avec en moyenne plus d'une centaine d'heures de cours de code et de conduite dispensées par personne. Grâce à ce dispositif, les candidats reprennent confiance en eux, surmontent leurs difficultés et obtiennent in fine un taux de réussite de 85 %. Depuis la création de l'auto-école sociale Tremplin, il y a 15 ans, 400 élèves en difficulté ont pu décrocher le permis.

SÉCURITÉ POUR TOUS

3 000 personnes décèdent chaque jour sur les routes du monde entier. Les pays à faible niveau de revenu ou – moyennement faible – représentent à eux seuls 80 % des accidents. Les grands chantiers pour y remédier concernent une meilleure gestion de l'espace entre flux et trafic automobile, ainsi qu'une sensibilisation accrue aux usages de la route.

INTERNATIONAL

REMISE DU PRIX PRINCE MICHAEL

Le 10 décembre dernier, Son Altesse Royale le Prince Michael de Kent a remis au Global Road Safety Partnership (GRSP) le prestigieux prix international de la sécurité routière Prince Michael. Ce prix récompense chaque année les organisations ou initiatives les plus significatives mises en œuvre pour atteindre les objectifs fixés par les Nations unies dans le cadre de la décennie d'action pour la sécurité routière 2011-2020 : réduire de 50 % le nombre de morts sur les routes d'ici 2020. Créé en 1999, le GRSP intervient dans 36 pays afin de traiter le problème de la sécurité routière au niveau international et local. Renault y adhère activement depuis 2006, et participe à la stratégie commune de sensibilisation des populations (38 millions de personnes sensibilisées chaque année), d'aide et de conseil auprès des autorités des pays concernés par les problèmes de la sécurité routière.

BRÉSIL

DES MINI-CLIO POUR APPRENDRE À CIRCULER EN SÉCURITÉ

Le 18 décembre 2013, la piste « La Route et Moi » a été inaugurée par l'Institut Renault au Brésil en partenariat avec Ecovia, entité gestionnaire de l'autoroute qui se situe à proximité de l'usine Renault. Le projet « La Route et Moi » commence dès l'école ; l'institut Renault met à disposition des élèves du réseau public



de São José dos Pinhais du matériel pédagogique. Les enfants âgés de 6 à 10 ans se familiarisent avec des notions de réglementation routière, apprennent la signification des panneaux de signalisation et découvrent les comportements et les réflexes qui assureront leur sécurité. Après la partie théorique, ils peuvent aller expérimenter sur la piste les connaissances acquises, en jouant le rôle de piétons, de cyclistes, mais aussi de conducteurs, au volant de mini-Clio électriques qui ne dépassent pas la vitesse de 6 km/h.

Les élèves acquièrent ainsi dès leur plus jeune âge les valeurs et les attitudes qui contribuent à développer leur esprit de citoyenneté, tout en assurant leur sécurité.



INTERNATIONAL

LA ROUTE ET MOI : DE L'ASPHALTE AUX ÉCRANS

Dans le cadre du programme pédagogique « Sécurité et Mobilité Pour Tous », qui a sensibilisé depuis près de 15 ans plus d'1 million d'enfants sur plusieurs continents, Renault a développé une application gratuite, « la Route et Moi », téléchargeable sur iPad avec iBooks, et sur ordinateur avec iTunes. « La Route et Moi » est la 1^{re} application ludique, conçue avec des enseignants, destinée à sensibiliser les enfants à la sécurité routière et à l'éco-mobilité. Elle existe en trois



langues – français, anglais et espagnol – et en deux versions : l'une adaptée aux enfants de 7-8 ans, l'autre conçue pour les enfants de 9 à 11 ans.

RUSSIE

DES APPUIE-TÊTE POUR TÊTES BIEN FAITES

En 2012, 810 personnes – dont 17 enfants – ont péri lors d'un accident de la route dans la seule ville de Moscou (Russie) et 14 000 ont été blessées, dont plus de 1 000 enfants. La situation de 2012 marque une aggravation par rapport à celle de 2011. Renault Russie, qui travaille avec les pouvoirs publics pour inverser la tendance, a lancé une action de sensibilisation originale. Elle vient compléter son programme phare, mené avec la police de Moscou (GIBDD), qui touche la quasi-totalité des écoles primaires de la ville de Moscou, soit 1 500 écoles et de nombreux jardins d'enfants. Pour cette nouvelle initiative, Renault Russie s'est associé à la société de transport Avtoline pour équiper l'ensemble de ses 100 bus scolaires d'affiches de sensibilisation au code de la route, glissées dans les appuie-tête. Le temps de trajet scolaire devient ainsi un temps de sensibilisation à la sécurité routière.

CORÉE

LES ENFANTS SUR LES BANCS... DE L'USINE

Renault Samsung Motors s'est associé aux autorités locales de la ville de Busan (éducation, transport, police) pour organiser – au sein même de son usine – un cours de sensibilisation aux risques routiers visant les enfants de six écoles primaires. Inspiré par le programme pédagogique international de Renault (Sécurité et mobilité pour tous), « Safe Road, Safe Kids » a été adapté au contexte local pour répondre à l'intérêt des enfants, mais aussi de leurs parents et de leurs enseignants.

DIVERSITÉ

Près de 122 000 salariés Renault travaillent dans 36 pays. Le Groupe est naturellement soucieux d'encourager la diversité et l'égalité des chances sur l'ensemble de ses sites et plus globalement dans la société. Revue de quelques initiatives sur différents continents.

COLOMBIE

LES JEUNES FILLES CONDUISENT LEUR DESTIN

En Colombie, une femme est victime d'abus sexuel toutes les heures. Et dans 85 % des cas, la victime est une mineure. Face à ce fléau, Renault a soutenu un programme baptisé « Conduciendo nuestro destino » – conduire notre destin, inspiré par une campagne globale développée par l'ONG PLAN « Because I'm a Girl ». Ce programme, qui a duré une année et s'est achevé en avril 2013, s'adressait aux jeunes filles de communautés défavorisées de Carthagène.

L'objectif du programme s'appuyait notamment sur l'art-thérapie, l'auto-protection et l'accès à l'éducation : faire prendre conscience aux jeunes filles qu'elles peuvent maîtriser leur destin. Au total, 600 jeunes filles âgées de 10 à 21 ans ont pu bénéficier du programme.

RUSSIE

VACANCES STUDIOUSES POUR ORPHELINS

Pour guider les étudiants orphelins âgés de 14 à 18 ans dans le choix de leur orientation professionnelle, Renault Russie leur a permis de bénéficier du programme appelé « Les débuts dans le métier ». Le 27 mars 2013, durant les vacances scolaires, 30 collégiens et lycéens de différentes régions du pays se sont retrouvés à Moscou pour participer

au programme de découverte des métiers organisé par la filiale. L'occasion pour eux de visiter l'usine, mais aussi une caserne de pompiers, un hôtel, une imprimerie, une banque... et la cuisine d'un restaurant.

BRÉSIL

FÉDÉRATION FRANÇAISE HANDISPORT : 3 ATHLÈTES AMBASSADEURS POUR RIO

Dans le cadre du partenariat historique de Renault avec la fédération française Handisport, le Groupe a officialisé en juillet 2013 la création de son « Team

handisport ». L'équipe est constituée de 3 athlètes ambassadeurs : Marie-Amélie Le Fur (athlétisme), Élodie Lorandi (natation) et Alim Latrèche (escrime). Renault accompagnera ces sportifs jusqu'aux Jeux paralympiques de Rio en 2016. Cet engagement permet aussi d'attirer l'attention des collaborateurs, et du grand public, sur les initiatives et programmes déployés par Renault pour faciliter l'insertion économique et sociale des personnes handicapées. Qu'il s'agisse de leur intégration dans les effectifs du Groupe, de la fabrication d'une gamme de véhicules adaptés, ou encore du recours au secteur protégé.



AMÉNAGEMENT LOCAL

SLOVÉNIE

UN PROJET ENVIRONNEMENTAL POUR DÉCLOISONNER LA VILLE

L'usine Renault de Novo Mesto est l'initiateur d'un projet d'aménagement visant à atténuer les frontières entre les zones industrielles, urbaine et naturelle, améliorant la fluidité des déplacements entre les différentes zones. Par le passé, le site avait aménagé une partie des abords de l'usine au profit des promeneurs et des riverains, le long de la rivière Težka voda. Le projet évolue désormais et gagne en ampleur : il consiste désormais à aménager l'ensemble du territoire autour de l'usine, qui sera reliée à terme, avec la partie ouest de la ville.



ÉDUCATION

La performance et la compétitivité d'une entreprise reposent, comme dans la société, sur la motivation et la compétence de ses collaboratrices et collaborateurs. Renault met ainsi un accent particulier sur le développement du capital humain au sein de ses effectifs. Le Groupe s'appuie notamment sur de nombreux partenariats avec les acteurs de l'éducation, de l'enseignement primaire jusqu'au monde des universités et des Grandes Écoles.

FONDATION RENAULT 12 ANS DE PARTENARIATS ACADÉMIQUES

Depuis 12 ans, la Fondation Renault finance et co-élabore des programmes académiques innovants avec des partenaires universitaires prestigieux en France et au Liban, et noue des relations à l'année avec une cinquantaine d'universités et grandes écoles dans le monde entier (Maroc, Brésil, Corée, Japon...). La mission de la Fondation est de soutenir des programmes d'enseignement centrés sur la mobilité durable et le management international. Depuis sa création, en 2001, plus de 670 étudiants provenant d'une vingtaine de pays ont ainsi pu suivre ses programmes. Début septembre 2013, la Fondation accueillait sa 12^e promotion d'étudiants à la Cité Universitaire Internationale de Paris. Sur les 78 étudiants boursiers 2013-2014, 66 d'entre eux suivront l'un des quatre programmes co-élaborés avec des partenaires académiques français : un MBA «Management International» en partenariat avec Dauphine IAE Sorbonne ; un Master «Transport et Développement Durable» (TRADD) en partenariat avec l'École des Ponts Paris-Tech, un Master «Mobilité et Véhicule Électrique» (MVE) en partenariat avec les Mines ParisTech, et enfin, la Licence Professionnelle «Véhicule Électrique et Électromobilité» (LPVEE) en partenariat avec l'IUT de Mantes-la-Jolie.

Les 12 autres étudiants ont fait quant à eux leur rentrée... à Beyrouth, au Liban, le 19 septembre dernier au sein du Master Management de la Sécurité Routière (MANSER).

ESPAGNE PASSEPORT POUR LA FRANCE

La Fondation Renault en Espagne attribue chaque année des bourses d'étude aux enfants de ses employés. Co-financé par l'Ambassade de France en Espagne depuis 2008, ainsi que par d'autres entreprises françaises implantées dans le pays, le programme s'adresse en particulier aux jeunes souhaitant poursuivre leurs études post-universitaires en France (Master ou Master of Business Administration - MBA). Les domaines d'expertise sont larges : ingénierie, finances, nouvelles technologies de l'information, ou encore droit et commerce. La gagnante de la bourse 2012-2013, Leticia Valerio, a ainsi pu suivre un MBA à Paris afin de compléter sa formation.

ESPAGNE DES RÉCEPTEURS SOLAIRES DÉCROCHENT LA LUNE

La deuxième édition du concours du meilleur projet de fin d'études, organisé par la Fondation Renault pour la Mobilité Durable, a récompensé Pablo Fernández del



Campo, étudiant en «ingénierie industrielle» à l'Université de Valladolid. Le jury, conquis par son travail sur la modélisation numérique de récepteurs solaires, a salué la pertinence du projet tout autant que ses possibilités réelles d'application.

AFRIQUE DU SUD LEADERSHIP AU FÉMININ

INSPIRE est un programme de leadership de l'association Valued Citizens Initiative, soutenu par Renault en Afrique du Sud. Pour la 9^e année consécutive, ce programme se concentre sur l'apprentissage des jeunes filles, considérées comme des acteurs majeurs pour le développement du pays. Dans le cadre de cette initiative, 105 filles des écoles du «Ekhuruleni District» sont venues au siège social de Renault en Afrique du Sud pour présenter leurs initiatives locales et échanger avec des jeunes leaders sud-africains.

ENGAGEMENT CITOYEN

ARGENTINE MAÇONS DU CŒUR

Poser le plancher et la toiture, assembler les cloisons, installer portes et fenêtres... pendant deux jours, les 14 et 15 décembre 2013, 18 collaborateurs de Renault Argentine se sont mobilisés pour construire deux maisons.

Ces spécialistes en marketing, finance, planification commerciale, relation client ou encore après-vente sont venus en aide le temps d'un week-end à une

famille vivant en situation précaire à Ezeiza, dans la banlieue de Buenos Aires. Les collaborateurs de Renault sont ainsi venus grossir les rangs des jeunes volontaires et habitants sollicités par l'ONG «Un Techo para mi país» (Un Toit pour mon pays), qui soutient les personnes démunies, vivant dans des bidonvilles. Après deux jours de travail intense pour les salariés, César, Ana, leurs enfants et petits-enfants avaient un toit au-dessus de la tête.



INDICATEURS ENVIRONNEMENTAUX DES SITES DU GROUPE RENAULT

	EAU			AIR			DÉCHETS		ENERGIE	
	Consommation d'eau en milliers de m³	Rejet de matières en suspension (MES) en tonnes	Rejet de métaux en tonnes	Gaz à effet de serre en tonnes équivalent CO₂	Composés organiques volatils (COV) en g/m² de carrosserie peinte	Dioxyde de soufre (SO₂) en tonnes	Oxydes d'azote(NOx) en tonnes	Déchets non dangereux en tonnes	Déchets dangereux en tonnes	Consommation d'énergie en MWh PCI
Sites de production	10 817,80	410,50	8,30	1 104 075,40	43,7	7,60	506,43	830 382,00	56 171,20	4 994 474,90
Usines de carrosserie-montage	4 418,47	150,40	5,60	490 053,70		2,90	295,00	353 788,80	18 252,20	2 450 705,90
Usines de mécanique	3 528,40	47,20	0,20	182 771,60		0,60	64,41	107 029,40	16 845,40	1 058 276,90
Usines mixtes	2 704,03	212,70	2,50	404 876,30		3,90	136,95	348 572,10	15 626,80	1 331 581,70
Fonderies	166,90	0,20	0,00	26 373,50		0,00	10,07	20 991,70	5 446,80	153 910,40
Sites d'ingénierie, tertiaires et logistiques	573,39	8,10	0,03	120 890,00		8,18	27,87	14 893,40	1 603,41	482 920,81
GROUPE RENAULT	11 391,20	418,70	8,30	1 224 965,40	43,70	15,80	534,30	845 275,20	57 774,60	5 479 395,60

INDICATEURS ENVIRONNEMENTAUX DES PRODUITS

Caractéristiques environnementales des véhicules les plus vendus en Europe (27 pays) en 2013.

		VERSION LA PLUS VENDUE						VERSION LA MOINS ÉMETTRICE DE CO ₂				
Modèle	Carburant	Norme de dépollution	Bruit extérieur DB	Moteur	Consommation NEDC	Émissions	Signature	Norme de dépollution	Moteur	Consommation NEDC	Émissions	Signature
MARQUE RENAULT												
Twingo II	E	Euro 5	71.4	1.2 16v	4.5	105	Eco ²	Euro 5	1.2 16v	4.5	102	Eco ²
	D	Euro 5	71.8	dCi 85	3.3	85	Eco ²	Euro 5	dCi 85	3.3	85	Eco ²
ZOE	VE	-	70.0	5AM	0.0	0,0	-	-	5AM	0.0	0,0	-
Wind	E	Euro 5	72.1	1.2 16v	6.0	139	-	Euro 5	1.2 16v	6.0	139	-
Clio Campus	E	Euro 5	70.0	1.2 16v	5.7	133	-	Euro 5	1.2 16v	5.7	133	-
Clio III	E	Euro 5	72.5	1.2 16v	5.8	135	-	Euro 5	1.2 16v	5.1	119	Eco ²
	D	Euro 5	71.4	dCi 75	3.8	99	Eco ²	Euro 5	dCi 90	3.4	89	Eco ²
	E85	Euro 5	73.2	1.2 16v	8.3	133	-	Euro 5	1.2 16v	8.3	133	-
	GPL	Euro 5	73.2	1.2 16v	7.6	121	-	Euro 5	1.2 16v	7.6	121	-
Clio IV	E	Euro 5	72.3	1.2 16v 75	5.5	127	-	Euro 5	Energy TCe 90	4.2	95	Eco ²
	D	Euro 5	73.5	Energy dCi 90	3.4	90	Eco ²	Euro 5	Energy dCi 90 83g	3.2	83	Eco ²
				1.2 16v 75					1.2 16v 75			
	GPL	Euro 5	72.0	GPL	7.2	116	Eco ²	Euro 5	GPL	7.2	116	Eco ²
Captur	E	Euro 5	71.8	Energy TCe 90	4.9	113	Eco ²	Euro 5	Energy TCe 90	4.9	113	Eco ²
	D	Euro 5	71.0	Energy dCi 90	3.6	95	Eco ²	Euro 5	Energy dCi 90	3.6	95	Eco ²
Mégane III	E	Euro 5	70.8	Energy TCe 115	5.3	119	Eco ²	Euro 5	Energy TCe 115	5.3	119	Eco ²
	D	Euro 5	72.8	Energy dCi 110	3.5	90	Eco ²	Euro 5	Energy dCi 110	3.4	88	Eco ²
Fluence	E	Euro 5	74.0	1.6 16v 110	6.8	155	-	Euro 5	2.0 140	6.4	149	-
	D	Euro 5	69.5	dCi 110 EDC	4.40	114,0	Eco ²	Euro 5	dCi 110	4.4	114,0	Eco ²
	VE	Euro 5	69.0	5AM	0.0	0,0	-	Euro 5	5AM	0.0	0,0	-
Scénic	E	Euro 5	70.8	Energy TCe 115	5.9	135	-	Euro 5	Energy TCe 115	5.9	135	-
	D	Euro 5	71.0	Energy dCi 110	4.1	105	Eco ²	Euro 5	Energy dCi 110	4.1	105	Eco ²
	GPL	Euro 5	73.5	1.6 16v	10.1	162	-	Euro 5	1.6 16v	10.1	162	-
Laguna III	E	Euro 5	71.0	2.0 16v	7.5	173	-	Euro 5	2.0 16v	7.5	173	-
	D	Euro 5	72.3	dCi 110	4.2	109	Eco ²	Euro 5	dCi 110	4.2	109	Eco ²
	E85	Euro 5	71.0	2.0 16v	10.7	171	-	Euro 5	2.0 16v	10.7	171	-
Latitude	D	Euro 5	72.0	Energy dCi 150	5.0	129	-	Euro 5	Energy dCi 150	4.7	125	-
	E85	Euro 5	74.0	2.0 140	10.7	172	-	Euro 5	2.0 140	10.7	172	-
Koleos	E	Euro 5	74.0	2.5 16v	9.5	220	-	Euro 5	2.5 16v	9.3	214	-
	D	Euro 5	73.0	dCi 150	5.7	147	-	Euro 5	dCi 150	5.7	147	-
Espace IV	E	Euro 5	70.7	2.0 16v Turbo	8.5	198	-	Euro 5	2.0 16v Turbo	8.5	198	-
	D	Euro 5	71.7	dCi 150	5.0	150	-	Euro 5	dCi 150	5.0	150	-
Kangoo II	E	Euro 5	73.3	1.6 16v	7.7	180	-	Euro 5	Energy TCe 115	6.1	140	-
	D	Euro 5	72.2	dCi 90	4.6	119	Eco ²	Euro 5	Energy dCi 90	4.3	112	Eco ²
	E85	Euro 5	73.3	1.6 16v	10.6	170	-	Euro 5	1.6 16v	10.6	170	-
Trafic	D	Euro 5	72.8	dCi 115	7.3	190	-	Euro 5	dCi 115 BVR	6.5	171	-
Master	D	Euro 5	72.9	2.3 dCi	7.2	190	-	Euro 5	2.3 dCi	6.7	176	-

INDICATEURS SOCIAUX

THÈMES	INDICATEURS	PÉRIMÈTRE	DONNÉES
EMPLOI	Effectifs Groupe	Groupe	121 807 salariés dans 36 pays
	Répartition des effectifs par région	Groupe	Europe = 54,6 % (dont France = 39,9 %) ; Euromed-Afrique = 25,6 % ; Amériques = 9,9 % ; Asie-Pacifique = 5,8 % ; Eurasie = 4,1 %
	Répartition des effectifs par sexe	Groupe	Femmes = 17,6 % ; hommes = 82,4 %
	Répartition des effectifs par âge	Groupe	< 20 ans = 0,4 % ; entre 20 et 29 ans = 17,8 % ; entre 30 et 39 ans = 33,7 % ; entre 40 et 49 ans = 25,9 % ; entre 50 et 59 ans = 20,3 % ; > 60 ans = 1,9 %
	Nombre de recrutements CDD + CDI	Groupe	10 986 personnes
	Répartition des recrutements par région	Groupe	Europe = 31,5 % ; Euromed-Afrique = 35,1 % ; Amériques = 12,5 % ; Asie-Pacifique = 6,5 % ; Eurasie = 14,4 %
ORGANISATION DU TRAVAIL	Salariés en télétravail	France	1490 personnes
	Taux d'absentéisme	Groupe	2,91
	Répartition du taux d'absentéisme par région	Groupe	Europe = 3,40 ; Euromed-Afrique = 2,14 ; Eurasie = 2,29 ; Asie-Pacifique = 3,08 ; Amériques = 2,48
FORMATION	Nombre total des heures de formation	10 grands pays*	2 942 077 heures
	Gestion prévisionnelle de l'emploi et des compétences	France	4 030 collaborateurs ont adhéré à une mesure de la GPEC depuis son démarrage en 2011
DIVERSITÉ	Part des postes clés occupés par des femmes	16 pays**	19,3 %
	Part des postes clés occupés par des profils internationaux	16 pays**	26,2 %
	Taux de salariés handicapés	Groupe	3,57 %
	Part des alternants dans les effectifs	Renault s.a.s.	5 %
CONDITIONS DE SANTÉ ET DE SÉCURITÉ	Prévention des risques psycho-sociaux et du stress professionnel	France	Observatoire médical du stress mis en place en 1998. Plus de 90 000 tests effectués à fin 2013.
	Cotation des postes de travail en fabrication (ergonomie)	Groupe	70 % de postes corrects ; 26 % de postes contraignants ; 4 % de postes durs
	Certification «système de management de la santé, de la sécurité et des conditions de travail»	Groupe	98 % des sites industriels, tertiaires et ingénieries certifiés
	Nombre d'accidents du travail (taux F1)	Groupe	6,27 % (nb d'accidents du travail qui nécessitent des soins en dehors de l'entreprise, par million d'heures travaillées)
	Nombre d'accidents du travail avec arrêt (taux F2)	Groupe	3,35 % (nb d'accidents du travail avec arrêt par million d'heures travaillées)
	Nombre de jours d'arrêt de travail pour accident du travail (taux G)	Groupe	0,17
RELATIONS SOCIALES	Taux de maladies professionnelles	Groupe	5,24 déclarations pour 1 000 salariés
	Signature et suivi d'un accord cadre mondial	Groupe	Signature d'un accord cadre mondial de RSE le 2 juillet 2013 et tenue d'une commission de suivi en novembre
ENGAGEMENT DES SALARIÉS & QUALITÉ DU MANAGEMENT	Nombre d'accords locaux majeurs	Groupe	14 accords collectifs, dont 6 en France
	Taux d'engagement (capacité de l'entreprise à donner envie aux salariés de livrer le meilleur d'eux-mêmes)	Groupe	72 % (= résultat 2010)***
	Taux d'enablement (capacité de l'entreprise à créer les conditions permettant au salarié d'assurer au mieux ses missions)	Groupe	66 % (= résultat 2010)***
	Index Renault Management Way (qualité du management)	Groupe	68 % (+ 1 point vs. 2010)***

* Les 10 principaux pays représentent 90 % des effectifs du Groupe. ** 16 pays : Algérie, Argentine, Brésil, Chili, Colombie, Espagne, France, Hong-Kong, Mexique, Maroc, Portugal, Roumanie, Royaume-Uni, Russie, Turquie, Venezuela. Ces pays représentent plus de 85 % des cols blancs du Groupe. *** Résultats de l'enquête 2013 menée auprès de l'ensemble des salariés par un cabinet indépendant.

RÉPARTITION DES INVESTISSEMENTS SOCIÉTAUX (en euros)

Thématique	Europe dont France	France	Amériques	Asie-Pacifique	Eurasie	Euromed-Afrique	TOTAL
Total	8 229 680	6 889 845	2 642 323	466 844	172 562	968 874	12 480 283
Diversité	523 385	463 928	725 295	3 484	15 521	58 765	1 326 450
Éducation	3 489 964	3 342 404	693 670	21 445	0	389 341	4 594 420
Sécurité	2 370 030	1 782 733	263 001	158 624	10 311	419 652	3 221 618
Mobilité	1 303 649	985 913	80 833	194 642	2 500	3 930	1 585 553
Autres*	542 653	314 868	879 525	88 649	144 230	97 186	1 752 243

RÉPARTITION DES INVESTISSEMENTS SOCIÉTAUX (en nombre d'actions)

Thématique	Nb. d'actions	Europe	Amériques	Asie-Pacifique	Eurasie	Euromed-Afrique
Total	328	176	74	33	10	35
Diversité	66	43	12	3	3	5
Éducation	60	30	14	3	0	13
Sécurité	72	38	14	9	3	8
Mobilité/ environnement	38	25	7	4	1	1
Autres*	92	40	27	14	3	8

EXTRA-FINANCIÈRES 2013

NOTATIONS EXTRA-FINANCIÈRES DE RENAULT EN 2013

SAM (SUSTAINABLE ASSET MANAGEMENT)

Fondée en 1995, SAM est une société de gestion d'actifs basée en Suisse spécialisée dans la mise en place de stratégies d'investissement intégrant des critères économiques, environnementaux et sociaux,

analysés sous l'angle de la valeur long terme. Résultats 2013 : Renault n'est pas retenu pour figurer dans l'indice Dow Jones Sustainability World Index (DJSI World), malgré une très bonne performance du

Groupe, notamment en matière environnementale (83/100), et sa notation globale reste très au-dessus de la moyenne du secteur Auto.

	Score Renault	Limite inférieure composant DJSI world	Moyenne du secteur ⁽²⁾
SCORE TOTAL⁽¹⁾	79	89	61
Performances économiques	78	86	65
Performances environnementales	83	88	59
Performances sociales	74	89	58

(1) Notations sur 100.

(2) Secteur des constructeurs Automobiles.

OEKOM

Oekom est l'une des principales agences de notation allemandes, qui analyse 750 grandes et moyennes entreprises et plus de 100 petites entreprises sur un périmètre géographique comprenant l'OCDE, les

nouveaux entrants de l'UE, la Russie et les principaux pays asiatiques. L'agence couvre ainsi 80 % du *MSCI World* (le *MSCI World Index* est un indice boursier mesurant la performance des marchés boursiers de pays économiquement développés).

Résultats 2013 : les performances de Renault ont été récompensées par la note globale B et le Groupe confirme sa première place au sein des 16 premiers constructeurs mondiaux analysés.

ÉCHELLE DE NOTATION DE A+ À D-	Note Oekom	Classement parmi les constructeurs automobiles
Social et culturel	B	1
Performances environnementales	B	1
SCORE TOTAL	B	1

Oekom a créé en 2007 l'indice *Global Challenges Index*, qui inclut 50 sociétés à travers le monde, reconnues pour leurs efforts substantiels concernant les grands enjeux de la planète (changement climatique, eau potable, déforestation, biodiversité, pauvreté et gouvernance globale). Renault est intégré dans cet indice depuis sa création. Plus d'informations sur www.gcindex.com.

VIGEO

Vigeo est une agence de notation indépendante, fondée en juillet 2002, avec un actionnaire de référence, la Caisse des Dépôts et Consignations, qui lui a apporté les actifs d'Arese, agence pionnière en France de la notation sociale et environnementale. Avec un capital

composé d'une cinquantaine d'actionnaires, investisseurs institutionnels, organisations syndicales européennes et entreprises multinationales, répartis en trois collèges. Vigeo présente un modèle particulier, puisqu'elle s'adresse à la fois aux investisseurs, avec la notation déclarative de l'Euro Stoxx 600, et aux entreprises en leur proposant une notation sollicitée. Résultats février 2013 : Renault est toujours noté par l'agence Vigeo.

CARBON DISCLOSURE PROJECT

Le *Carbon Disclosure Project* (CDP), fondé en 2000, est mandaté par un groupe d'investisseurs institutionnels pour améliorer la compréhension des impacts de

l'évolution du climat sur la valeur des actifs gérés par ses signataires. Il couvre notamment les membres du FT500 (les 500 plus grandes entreprises du monde en termes de capitalisation boursière).

Le CDP a constitué un indice, le *Climate Disclosure Leadership Index*, composé des 50 entreprises du FT500 jugées comme ayant les meilleures pratiques en matière d'information sur le changement climatique.

Résultat 2013 : Renault obtient la note de 96/100, associée à une note de performance B selon la classification de A à D introduite en 2010.

Questionnaire disponible sur le site Internet www.cdproject.net

REMERCIEMENTS :

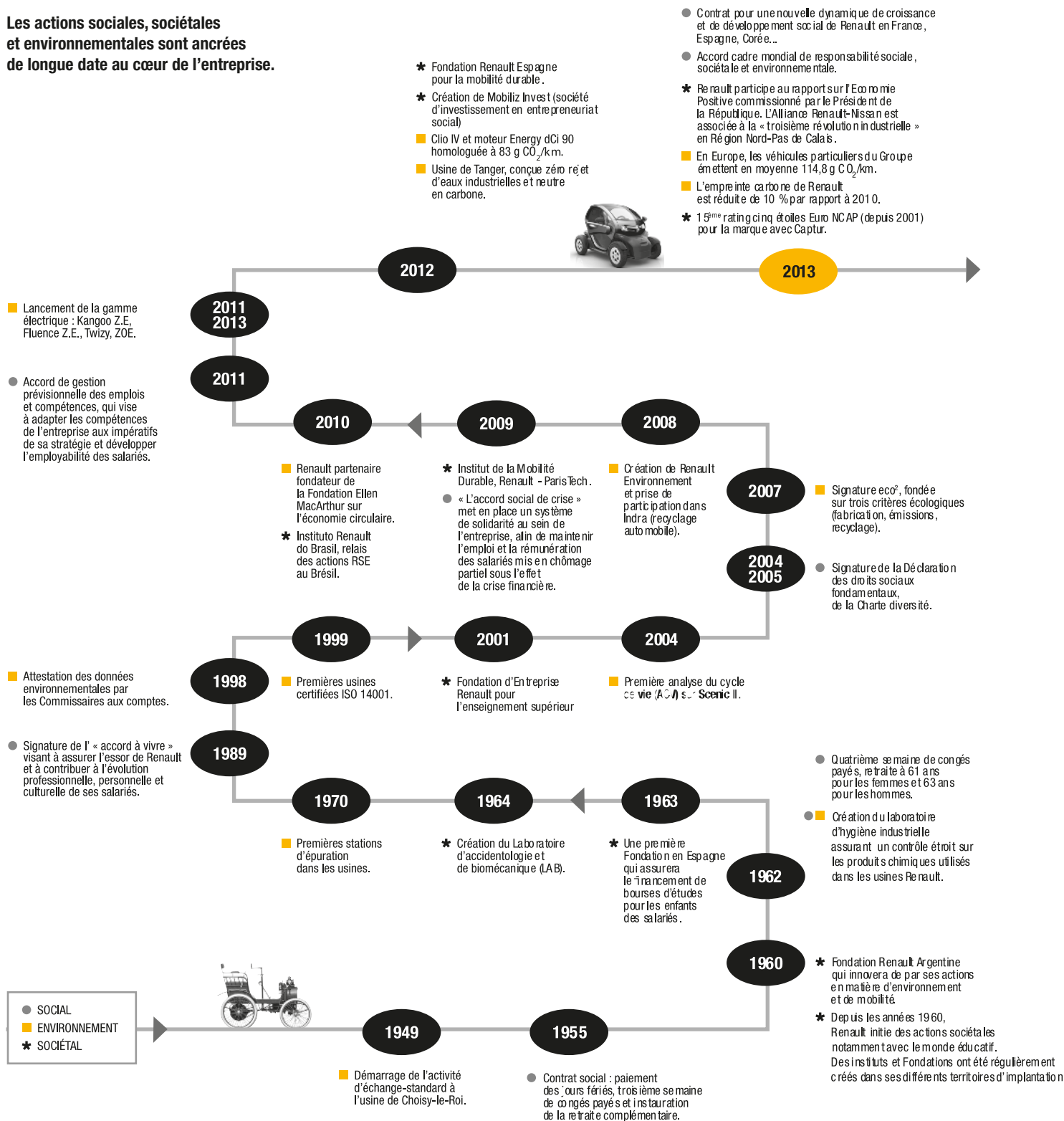
La Direction de la Responsabilité Sociale de l'entreprise tient à remercier l'ensemble des experts et acteurs de terrain pour leur implication quotidienne et leur contribution à ce rapport.

POUR PLUS D'INFORMATIONS, retrouvez le Document de référence de Renault :
www.renault.com/fr/finance/presentations-et-documents/pages/documents-et-presentations.aspx

Depuis 2012, en anticipation de la mise en application de la loi française dite Grenelle 2, article L.225-102-1 du 24 avril 2012, les informations sociales et environnementales, tant quantitatives que qualitatives font l'objet d'une vérification par des Commissaires aux comptes.

LA RSE, UNE TRADITION BIEN ENRACINÉE

Les actions sociales, sociétales et environnementales sont ancrées de longue date au cœur de l'entreprise.



Direction de la Responsabilité sociale de l'entreprise : Claire Martin. Direction de la communication du groupe Renault : Florence de Goldfiem. Rédaction : FRAPADOPUR & Co. Conception : Marika Doulas. Conception et réalisation : EUROAPI / Crédits photos : Couverture : © MOURON Roland / PLANIMONTEUR - Sommaire : © MOURON Roland / PLANIMONTEUR (Inde), © STROPPIA Philippe / Studio Pons (Glace), © WACK Patrick (Chine, Colombie) - Page 1 : © KORGANOW Grégoire - Page 2 : © PERENOM Luc - Page 4 : © KORGANOW Grégoire - Page 7 : © MOURON Roland (Inde) / © WACK Patrick - Page 8 : © WIPPLI Isa - Page 9 : © CURTET Patrick / Publicis Events France (R-link) / © PERENOM Luc (Next Two) / © BERNIER Anthony (Espace) - Page 10 : © FEL, Veronique / © God save the queen (logo voiture main) - Page 11 : © MARTIN-GAMBIER Olivier (clio) / © LA ROCCA, Antoine (Renault) / © Veronique FEL / © Renault Marketing 3D-Commerce gamme Dacia - Page 12 : © WACK Patrick / CAPA Pictures - Page 13 : © Maïenga (désert) / © BROSSARD Yannick (matières premières) / © STROPPIA Philippe / Studio Pons (glace) - Page 14 : © JUERY Franck / TEXTUEL La Mine - Page 15 : © DAUTIGNY, Raphaël - Page 16 : © VILLARON, Laurent / Publicis Events France - Page 17 : © MASTERS, Coco / Nissan Media Center - Page 18 : dessin - Page 19 : © BUHRER, Rodolfo / Renault / © CHEREAU, Antoine (dessins) / Page 20 : © MOURON Roland / PLANIMONTEUR - Page 21 : © BROSSARD, Yannick / © MARTIN-GAMBIER Olivier (handicap) - Page 22 : © BROSSARD Yannick - Page 23 : © MARTIN-GAMBIER Olivier / © STROPPIA Philippe (Faurecia) - Page 24 : © MILLIER Sébastien - Page 25 : Renault Russie - Page 26 : © LA ROCCA Antoine (Renault) - Page 27 : © BUHRER Rodolfo (Renault) / © BUHRER Rodolfo (Renault) - Page 28 : © LE CHAPELAIN Denis.

Renault a choisi un papier composé à 60 % de fibres recyclées et à 40 % de fibres FSC, issues de forêts gérées durablement. Imprimé par TYPOFORM, labellisé FSC et Imprim'vert, gages de son engagement en faveur de l'environnement.



Rapport RSE
interactif