



RENAULT OUVRE UNE NOUVELLE ÉTAPE DE LA TRANSFORMATION DE SON MARKETING AVEC LA NOMINATION DE JEAN-PIERRE DIERNAZ AU POSTE DE VICE-PRESIDENT RENAULT BRAND GLOBAL MARKETING ET CHIEF BRANDING OFFICER ALL BRANDS

- Renault annonce la nomination de Jean-Pierre Diernaz en tant que Vice-Président Renault Brand Global Marketing et Chief Branding Officer all brands, à compter du 14 septembre 2026.
- À ce titre, il intègre le comité de direction de la marque Renault.
- Il sera rattaché hiérarchiquement à Fabrice Cambolive, Directeur Général de la marque Renault et Chief Growth Officer de Renault Group.



RENAULT PRESSE

Karin Kirchner, Directrice de la Communication
karin.kirchner@renault.com / Tél. : +41 (0) 44 777 02 48
media.renault.ch

Marc Utzinger, Attaché de Communication
marc.utzinger@renault.com / Tél. : +41 (0) 44 777 02 28



Renault annonce la nomination de Jean-Pierre Diernaz au poste de Vice-Président Renault Brand Global Marketing et Chief Branding Officer all brands, à compter du 14 septembre.

En tant que **Vice-Président Renault Brand Global Marketing**, Jean-Pierre Diernaz aura pour mission de renforcer la préférence de marque, accélérer la transformation du marketing de Renault, et contribuer directement à la dynamique de croissance de l'entreprise. Il pilotera l'ensemble des activités marketing de la marque Renault, avec l'ambition de développer un modèle plus digital, fondé sur la connaissance client, la data, l'intelligence artificielle et le pilotage de la performance. Son mandat s'inscrit dans une ambition plus large : faire du marketing un levier encore plus puissant de création de valeur et de croissance, en rapprochant davantage marque, expérience client et performance commerciale. Sa vision internationale et son expérience du secteur automobile contribueront notamment à poursuivre la dynamique engagée en Europe autour de l'électrification et à renforcer les positions de Renault sur ses marchés internationaux clés.

En tant que **Chief Branding Officer all brands**, il aura également pour mission de développer la valeur et la complémentarité du portefeuille de marques de Renault Group. Il veillera à la cohérence de leur expression tout en affirmant la singularité de Renault, Dacia et Alpine, afin d'accroître leur attractivité, leur différenciation et leur contribution à la croissance du Groupe.

Cette nomination accompagne la mise en œuvre du plan futuREady, qui structure la trajectoire de croissance et de compétitivité de Renault Group.

RENAULT PRESSE

Karin Kirchner, Directrice de la Communication
karin.kirchner@renault.com / Tél. : +41 (0) 44 777 02 48
media.renault.ch

Marc Utzinger, Attaché de Communication
marc.utzinger@renault.com / Tél. : +41 (0) 44 777 02 28



// *Jean-Pierre Diernaz nous rejoint à un moment clé pour Renault. Nous avons engagé ces dernières années une transformation profonde de la marque et notre ambition est désormais d'aller encore plus loin : mettre la puissance de la marque, la connaissance client et les nouvelles technologies au service d'une croissance plus forte et plus durable.*

Jean-Pierre aura pour mission de poursuivre le travail engagé pour renforcer notre capacité à créer de l'émotion, du désir et de la préférence de marque. Il apportera également une contribution déterminante à l'évolution de nos activités marketing, en intégrant davantage la data, l'IA et les nouveaux outils de pilotage de la performance. Sa capacité à conjuguer créativité et innovation digitale au service du business, combinée à sa vision internationale, sera essentielle pour poursuivre la dynamique engagée en Europe autour de l'électrification, soutenir le développement sur les marchés internationaux et accompagner la mise en œuvre du plan futuREady. **//**

Fabrice Cambolive, Directeur Général de la marque Renault et Chief Growth Officer de Renault Group.

Fort de plus de 25 ans d'expérience dans l'industrie automobile, Jean-Pierre Diernaz a acquis une expertise reconnue en marketing, transformation digitale et développement des marques. Il débute sa carrière chez Ford en France et à l'international avant de rejoindre Nissan en 2005 comme Directeur de la Publicité Europe. Il y exercera plusieurs fonctions de direction au niveau européen, notamment pour Infiniti et son activité véhicules électriques, avant d'occuper le poste de Vice-Président Marketing & Digital Europe.

En 2019, il rejoint MotorK en tant que Chief Strategy Officer, contribuant au développement de l'entreprise dans le domaine de la transformation digitale de l'automobile.

Il intègre ensuite General Motors Europe en 2024 comme Chief Marketing Officer puis Président-Directeur Général de General Motors Europe, tout en conservant ses responsabilités de Chief Marketing Officer Europe.

À PROPOS DE RENAULT

Première marque automobile française dans le monde, Renault s'appuie sur plus d'un siècle d'innovation pour concevoir des voitures à vivre : désirables par leur design, utiles grâce à des technologies people first, électrifiées sans compromis sur le plaisir de conduite, et pensées comme de véritables espaces de vie embarqués, adaptés au quotidien. Après avoir engagé une transformation profonde avec le plan Renaulution, la marque ouvre un nouveau cycle stratégique avec futuREady, destiné à renforcer sa compétitivité et à

RENAULT PRESSE

Karin Kirchner, Directrice de la Communication
karin.kirchner@renault.com / Tél. : +41 (0) 44 777 02 48
media.renault.ch

Marc Utzinger, Attaché de Communication
marc.utzinger@renault.com / Tél. : +41 (0) 44 777 02 28



inscrire sa performance dans la durée, en Europe comme à l'international. Cette ambition repose sur des produits désirables, une approche pragmatique de l'électrification sur deux piliers - 100 % hybride et 100 % électrique- afin d'accompagner la transition énergétique à tous les rythmes, ainsi que sur une dynamique internationale renforcée.

La marque Renault est présente en Suisse depuis 1927 et est importée et commercialisée par Renault Suisse SA. En 2025, 13'400 nouvelles voitures de tourisme et véhicules utilitaires légers de la marque Renault ont été immatriculés en Suisse. Avec les modèles E-Tech 100 % électriques, comme Renault 5 (Car of the Year 2025), Renault 4, Megane, Scenic (Car of the Year 2024) Kangoo, Kangoo Van, Trafic et Master, et les véhicules E-Tech full hybrides et E-Tech plug-in hybrides Clio, Captur, Arkana, Symbioz, Austral, Espace et Rafale, plus de 82% des voitures particulières vendues par Renault en Suisse sont déjà électrifiées. En 2026, ces nombreuses nouveautés devraient encore renforcer considérablement la position de Renault sur le marché des véhicules électrifiés. Le réseau de concessionnaires de la marque Renault en Suisse compte 148 partenaires commerciaux et 52 partenaires de service qui proposent des voitures et des services sur 200 sites.

Pour plus d'informations, rendez-vous sur renault.ch ou suivez Renault sur Instagram, Facebook, Youtube, TikTok et LinkedIn.

RENAULT PRESSE

Karin Kirchner, Directrice de la Communication
karin.kirchner@renault.com / Tél. : +41 (0) 44 777 02 48
media.renault.ch

Marc Utzinger, Attaché de Communication
marc.utzinger@renault.com / Tél. : +41 (0) 44 777 02 28