



7. September 2026

JEAN-PIERRE DIERNAZ ZUM VICE PRESIDENT GLOBAL MARKETING RENAULT BRAND UND CHIEF BRANDING OFFICER FÜR ALLE MARKEN ERNANNT

- Renault gibt die Ernennung von Jean-Pierre Diernaz zum Vice President Global Marketing Renault Brand und Chief Branding Officer für alle Marken mit Wirkung zum 14. September 2026 bekannt.
- In dieser Funktion wird er Mitglied des Renault Brand Management Committee.
- Er wird direkt an Fabrice Cambolive, CEO der Marke Renault und Chief Growth Officer der Renault Group, berichten.



RENAULT PRESSE

Karin Kirchner, Direktorin Kommunikation
karin.kirchner@renault.com / Tel: +41 (0) 44 777 02 48
media.renault.ch

Marc Utzinger, Kommunikationsattaché
marc.utzinger@renault.com / Tel: +41 (0) 44 777 02 28



Renault gibt die Ernennung von Jean-Pierre Diernaz zum Vice President Global Marketing Renault Brand und Chief Branding Officer für alle Marken mit Wirkung zum 14. September bekannt.

Als **Vice President Global Marketing Renault Brand** wird Jean-Pierre Diernaz dafür verantwortlich sein, die Markenpräferenz zu stärken, die Transformation des Marketings bei Renault voranzutreiben und direkt zur Wachstumsdynamik des Unternehmens beizutragen. Er wird alle Marketingaktivitäten für die Marke Renault leiten, mit dem Ziel, ein stärker digital ausgerichtetes Modell zu entwickeln, das auf Kundenkenntnissen, Daten, künstlicher Intelligenz und Leistungsmanagement basiert. Sein Auftrag ist Teil eines umfassenderen Ziels: das Marketing zu einem noch stärkeren Motor für Wertschöpfung und Wachstum zu machen, indem Marke, Kundenerlebnis und geschäftliche Leistung enger miteinander verknüpft werden. Seine internationale Perspektive und seine Erfahrung in der Automobilindustrie werden insbesondere dazu beitragen, die in Europa bereits bestehende Dynamik im Bereich der Elektrifizierung aufrechtzuerhalten und die Positionen von Renault in wichtigen internationalen Märkten zu stärken.

Als **Chief Branding Officer** für **alle Marken** wird er zudem für die Weiterentwicklung des Werts und der Komplementarität des Markenportfolios der Renault Group verantwortlich sein. Er wird für eine einheitliche Markenpräsentation sorgen und gleichzeitig die Unverwechselbarkeit von Renault, Dacia und Alpine stärken, um deren Attraktivität, Differenzierung und Beitrag zum Wachstum der Gruppe zu steigern.

Diese Ernennung unterstützt die Umsetzung des „futuREady“-Plans, der den Kurs der Renault Group in Bezug auf Wachstum und Wettbewerbsfähigkeit festlegt.

RENAULT PRESSE

Karin Kirchner, Direktorin Kommunikation
karin.kirchner@renault.com / Tel: +41 (0) 44 777 02 48
media.renault.ch

Marc Utzinger, Kommunikationsattaché
marc.utzinger@renault.com / Tel: +41 (0) 44 777 02 28



Jean-Pierre Diernaz tritt zu einem entscheidenden Zeitpunkt bei Renault ein. In den letzten Jahren haben wir einen tiefgreifenden Wandel eingeleitet, und unser Ziel ist es nun, noch einen Schritt weiterzugehen: Wir wollen die Kraft der Marke, Kundenkenntnisse und neue Technologien nutzen, um ein stärkeres und nachhaltigeres Wachstum zu erzielen.

Jean-Pierre wird dafür verantwortlich sein, die bereits laufenden Massnahmen fortzusetzen, um unsere Fähigkeit zu stärken, Emotionen, Begehrlichkeiten und Markenpräferenz zu wecken. Zudem wird er entscheidend zur Weiterentwicklung unserer Marketingaktivitäten beitragen, indem er Daten, KI und neue Tools für das Leistungsmanagement noch stärker integriert. Seine Fähigkeit, Kreativität und digitale Innovation im Dienste des Unternehmens zu verbinden, sowie seine internationale Perspektive werden entscheidend dazu beitragen, die Dynamik rund um die Elektrifizierung in Europa aufrechtzuerhalten, unsere Entwicklung auf internationalen Märkten zu unterstützen und zur Umsetzung des „futuREady“-Plans beizutragen.

Fabrice Cambolive, CEO der Marke Renault und Chief Growth Officer der Renault Group



Mit mehr als 25 Jahren Erfahrung in der Automobilindustrie hat Jean-Pierre Diernaz anerkanntes Fachwissen in den Bereichen Marketing, digitale Transformation und Markenentwicklung aufgebaut. Er begann seine Karriere bei Ford in Frankreich und auf internationaler Ebene, bevor er 2005 als Advertising Director Europe zu Nissan wechselte. Anschließend hatte er mehrere leitende Führungspositionen in Europa inne, insbesondere bei Infiniti und im Geschäftsbereich Elektrofahrzeuge, bevor er Vice President, Marketing & Digital Europe wurde.

Im Jahr 2019 wechselte er als Chief Strategy Officer zu MotorK und trug dort zum Wachstum des Unternehmens im Bereich der digitalen Transformation der Automobilbranche bei.

Im Jahr 2024 wechselte er als Chief Marketing Officer zu General Motors Europe, bevor er zum Präsidenten und Geschäftsführer ernannt wurde, wobei er weiterhin als Chief Marketing Officer Europe tätig war.

RENAULT PRESSE

Karin Kirchner, Direktorin Kommunikation
karin.kirchner@renault.com / Tel: +41 (0) 44 777 02 48
media.renault.ch

Marc Utzinger, Kommunikationsattaché
marc.utzinger@renault.com / Tel: +41 (0) 44 777 02 28



ÜBER RENAULT

Renault ist die weltweit führende französische Automobilmarke. Aufbauend auf über einem Jahrhundert Innovation entwickelt das Unternehmen „voitures à vivre“ – Fahrzeuge mit begehrenswertem Design, nützlichen „People-First“-Technologien und elektrifizierten Antrieben, die keinerlei Kompromisse beim Fahrvergnügen eingehen. Als echte Lebensräume konzipiert, sind Renault-Fahrzeuge für den Alltag gemacht. Nach einer tiefgreifenden Transformation im Rahmen des Plans „Renaulution“ beginnt die Marke nun mit „futuREady“ einen neuen strategischen Zyklus – ein Programm zur Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit und zur Sicherung einer nachhaltigen Performance, sowohl in Europa als auch international. Diese Ambition basiert auf attraktiven Produkten und einer verstärkten internationalen Dynamik sowie auf einem pragmatischen Ansatz zur Elektrifizierung mit zwei Säulen – 100 % Hybrid und 100 % elektrisch –, um die Energiewende in jedem Fortschrittstempo zu unterstützen.

Die Marke Renault ist seit 1927 in der Schweiz vertreten und wird durch die Renault Suisse SA importiert und vermarktet. Im Jahr 2025 wurden 13'400 neue Personenwagen und leichte Nutzfahrzeuge der Marke Renault in der Schweiz immatrikuliert. Mit den 100% elektrisch angetriebenen E-Tech Modellen Renault 5 (Auto des Jahres 2025), Renault 4, Megane, Scenic (Auto des Jahres 2024), Kangoo, Kangoo Van, Trafic und Master, sowie den E-Tech Full-Hybrid- und E-Tech Plug-in-Hybrid-Fahrzeugen Clio, Captur, Arkana, Symbioz, Austral, Espace und Rafale, sind bereits mehr als 82% der verkauften PW von Renault in der Schweiz elektrifiziert. Die vielen Neuheiten dürften auch im Jahr 2026 die Position von Renault im Markt der elektrifizierten Fahrzeuge nochmals deutlich verstärken. Das Händlernetz der Marke Renault in der Schweiz zählt 148 Verkaufs-Partner sowie 52 Service-Partner, die Autos und Dienstleistungen an 200 Standorten anbieten.

Weitere Informationen finden Sie unter renault.ch oder folgen Sie Renault auf Instagram, Facebook, Youtube, TikTok und LinkedIn.

RENAULT PRESSE

Karin Kirchner, Direktorin Kommunikation
karin.kirchner@renault.com / Tel: +41 (0) 44 777 02 48
media.renault.ch

Marc Utzinger, Kommunikationsattaché
marc.utzinger@renault.com / Tel: +41 (0) 44 777 02 28