

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

2018/11/15

FRANCOIS RENARD EST NOMMÉ DIRECTEUR DU MARKETING MONDE GRUPE RENAULT

Boulogne-Billancourt, 15 novembre 2018

A compter du 19 novembre 2018, François Renard rejoindra le Groupe Renault et sera nommé Directeur Marketing Monde.

Il sera rattaché à Thierry Bolloré, Directeur Général Adjoint et deviendra membre du Comité de direction du Groupe Renault (CDR).

Au sein de la Direction du Marketing Monde, François Renard aura pour mission de renforcer l'attractivité et la notoriété de toutes les marques, produits et services du Groupe, à accélérer la transformation digitale de la fonction et à améliorer l'expérience client. Il contribuera ainsi à la performance de l'entreprise sur tous ses marchés.

Biographie de Francois Renard

Né en 1967 à Paris, François Renard est diplômé de l'Institut d'Etudes Politiques de Paris en 1990 et de HEC en 1992. Il a ensuite obtenu un Master en Business International à l'ESADE-Barcelone et NHH-Bergen.

Il débute sa carrière en 1992, en tant que Consultant chez Andersen Consulting/Accenture, puis rejoint en 1994, le groupe Unilever France en qualité de chef de produit Europe.

Il occupe ensuite différentes fonctions de Directeur du Marketing National puis Régional au Vietnam, en Chine, en Thaïlande sur les différentes marques du groupe Unilever. Il prend ensuite une responsabilité de Vice-Président Marketing monde (produits capillaires).

Il a ainsi fortement contribué au développement de l'entreprise et des équipes, d'abord en Asie avec en particulier le lancement d'un nouveau business en Chine, puis dans le reste du monde.

En 2015, François Renard est nommé Président directeur général de la société Kate Somerville, (Los Angeles, USA), avant de retrouver le groupe Unilever en 2017 en qualité de Vice-President Marketing.

A propos du Groupe Renault

Constructeur automobile depuis 1898, le Groupe Renault est un groupe international présent dans 134 pays qui a vendu près de 3,76 millions de véhicules en 2017. Il réunit aujourd'hui plus de 180 000 collaborateurs, dispose de 36 sites de fabrication et 12 700 points de vente dans le monde. Pour répondre aux grands défis technologiques du futur et poursuivre sa stratégie de croissance rentable, le groupe s'appuie sur son développement à l'international. Il mise sur la complémentarité de ses cinq marques (Renault, Dacia, Renault Samsung Motors, Alpine et LADA), le véhicule électrique et son alliance unique avec Nissan et Mitsubishi. Avec une écurie en Formule 1, Renault fait du sport automobile un vecteur d'innovation et de notoriété de la marque.