



FABRICE CAMBOLIVE NOMMÉ CHIEF OPERATING OFFICER DE LA MARQUE RENAULT

A compter du 1er juin 2022, Fabrice Cambolive est nommé Chief Operating Officer (COO) de la marque Renault. Il sera rattaché à Luca de Meo, CEO de Renault Group, qui demeure CEO de la marque Renault.

Dans ses nouvelles fonctions, Fabrice Cambolive pilotera les opérations de la marque et animera le Comité du Management de la marque Renault. Parmi ses principales missions, il devra développer et piloter le plan moyen terme de Renault avec l'ensemble des fonctions et métiers, ainsi qu'assurer le lancement des 14 nouveaux véhicules de la marque d'ici 2025.

Luca De Meo, CEO de Renault Group et de la marque Renault : « J'ai toute confiance en Fabrice Cambolive qui, grâce à sa connaissance approfondie du Groupe et sa grande expérience à l'international, pourra accélérer l'exécution du plan Renaulution au sein de la marque, et créer de la valeur en transformant Renault en une marque 100% électrique d'ici à 2030 et un acteur de référence sur les nouvelles énergies et technologies digitales. »

Fabrice Cambolive, 54 ans, est diplômé de TBS Education à Toulouse. Il rejoint Renault Group en 1992 et occupe pendant vingt ans différents postes à l'international dans les domaines de la vente et du marketing en Espagne, Suisse, France, Allemagne et Roumanie.

Sa carrière internationale se poursuit en 2011 suite à sa nomination en tant que directeur commercial et marketing de la Région Eurasie et de Renault Russie, avant d'être nommé directeur général de Renault do Brasil en 2015. En 2017, il est promu directeur des opérations de la Région Afrique, Moyen Orient, Asie et Pacifique. En 2021, Fabrice Cambolive est nommé directeur des ventes et opérations de la marque Renault, en charge du déploiement de la stratégie Renaulution sur l'ensemble des marchés et de la transformation du business model de la marque.



À PROPOS DE RENAULT

Marque historique de la mobilité, pionnier de l'électrique en Europe, Renault développe depuis toujours des véhicules innovants. Avec le plan stratégique « Renaulution », la marque dessine une transformation ambitieuse et génératrice de valeur. Renault évolue ainsi vers une gamme encore plus compétitive, équilibrée et électrifiée. Elle entend incarner la modernité et l'innovation dans les services technologiques, énergétiques et de mobilité dans l'industrie automobile et au-delà.