

Renault acelera su transformación global y pone a Jean-Pierre Diernaz al frente de su nueva estrategia de marketing

Motor | 07-09-2026 | 21:45



Jean-Pierre Diernaz

Renault Group inicia una nueva etapa en la transformación de su estrategia de marketing con el nombramiento de Jean-Pierre Diernaz como vicepresidente global de Marketing de la marca Renault y Chief Branding Officer del conjunto de marcas del grupo.

El nombramiento será efectivo a partir del 14 de septiembre de 2026. Diernaz se incorporará al Comité de Dirección de la marca Renault y reportará directamente a Fabrice Cambolive, consejero delegado de Renault y Chief Growth Officer de Renault Group.

Desde su nueva responsabilidad, el directivo tendrá como principal objetivo reforzar el atractivo y la preferencia por Renault, acelerar la transformación de su marketing y contribuir directamente al crecimiento de la compañía.

Diernaz dirigirá todas las actividades mundiales de marketing de la marca con la misión de desarrollar un modelo más digital, sustentado en el conocimiento de los clientes, los datos, la inteligencia artificial y una gestión más precisa del rendimiento.

La compañía quiere convertir el marketing en un motor todavía más potente de creación de valor, conectando de una forma más estrecha la identidad de marca, la experiencia de los clientes y los resultados comerciales.

Su experiencia internacional en la industria del automóvil también deberá contribuir a mantener el impulso de la electrificación de Renault en Europa y a reforzar la posición del fabricante en mercados internacionales estratégicos.

Renault, Dacia y Alpine reforzarán su diferenciación

Como Chief Branding Officer, Jean-Pierre Diernaz también asumirá la responsabilidad de desarrollar el valor y la complementariedad del catálogo de marcas de Renault Group.

Entre sus funciones estará garantizar la coherencia de la comunicación corporativa y comercial, al mismo tiempo que refuerza la diferenciación entre Renault, Dacia y Alpine. El objetivo es aumentar el atractivo de cada firma, potenciar su personalidad propia y mejorar su contribución al crecimiento del grupo.

El nombramiento forma parte de la implementación del plan estratégico futuREady, que define la nueva trayectoria de crecimiento y competitividad de Renault Group.

«Jean-Pierre Diernaz se incorpora a Renault en un momento decisivo. En los últimos años hemos emprendido una profunda transformación y nuestra ambición es ir todavía más lejos, aprovechando el poder de la marca, el conocimiento del cliente y las nuevas tecnologías para lograr un crecimiento más sólido y sostenible», ha explicado Fabrice Cambolive.

El máximo responsable de Renault ha señalado que Diernaz deberá continuar el trabajo iniciado para reforzar la capacidad de la compañía de generar «emoción, deseo y preferencia por la marca».

También tendrá que impulsar una mayor integración de los datos, la inteligencia artificial y las nuevas herramientas de gestión del rendimiento en todas las actividades de marketing.

«Su capacidad para combinar creatividad e innovación digital al servicio del negocio, junto con su visión internacional, será esencial para mantener el impulso de la electrificación en Europa, apoyar nuestro desarrollo en los mercados internacionales y contribuir a la implementación del plan futuREady», ha añadido Cambolive.

Más de 25 años en la industria del automóvil

Jean-Pierre Diernaz acumula más de 25 años de experiencia en el sector automovilístico y ha desarrollado buena parte de su carrera profesional en los ámbitos del marketing, la transformación digital y la construcción de marcas.

Comenzó su trayectoria en Ford, donde asumió responsabilidades tanto en Francia como en otros mercados internacionales. En 2005 se incorporó a Nissan como director de Publicidad para Europa.

Posteriormente, desempeñó diferentes puestos directivos europeos, especialmente en Infiniti y en el negocio de los vehículos eléctricos, antes de convertirse en vicepresidente de Marketing y Digital para Europa.

En 2019 se incorporó a MotorK como Chief Strategy Officer, desde donde participó en el crecimiento de la compañía y en el desarrollo de soluciones para la transformación digital del sector de la automoción.

Su última etapa profesional ha transcurrido en General Motors Europa. Diernaz llegó a la compañía en 2024 como Chief Marketing Officer y posteriormente fue nombrado presidente y

director general, manteniendo al mismo tiempo sus responsabilidades como máximo responsable de Marketing para el mercado europeo.

Con su incorporación, Renault refuerza su dirección en un momento marcado por la electrificación, la competencia tecnológica y el creciente peso de los datos y la inteligencia artificial en la relación entre los fabricantes y sus clientes.

Autor: Redacción