



6 novembre 2019

Nomination de Gerrit Heimberg à la Direction de la marque Volkswagen en France

- Gerrit Heimberg est nommé Directeur Volkswagen France à compter du 2 janvier 2020
 - Pierre Boutin devient President & CEO de Volkswagen Group Canada Inc.
-

Gerrit Heimberg, 45 ans, marié, 2 enfants, sera nommé Directeur de la marque Volkswagen en France à compter du 2 janvier 2020.

Pierre Boutin deviendra à cette même date President & CEO de Volkswagen Group Canada Inc.

Gerrit Heimberg est actuellement Directeur de la marque Volkswagen au sein de Volkswagen Group Ireland depuis 2016.



<https://media.volkswagen.fr/>

Il a débuté sa carrière dans le secteur bancaire avant d'intégrer Volkswagen AG à Wolfsburg en 2002 dans le domaine de la stratégie marketing. Puis il devient en 2005 Responsable des Ventes pour la région France et Réunion.

En 2008, il rejoint Volkswagen Group France en qualité de Responsable Produit, Planification et Promotion des Ventes avant d'être nommé Responsable des Ventes Europe pour les marchés Angleterre, Pays-Bas, Suisse, Pologne, Irlande et Islande.

Gerrit Heimberg est titulaire du « Diplom-Kaufmann Marketing and International Management » de l'Université de Münster en Allemagne.

Pierre Boutin est nommé President & CEO de Volkswagen Group Canada Inc. Il était Directeur de la marque Volkswagen en France depuis novembre 2017.

A propos de la marque Volkswagen: "Demain démarre aujourd'hui"

La marque Volkswagen est présente dans plus de 150 pays dans le monde et produit des véhicules dans plus de 50 usines implantées dans 14 pays. En 2018, Volkswagen a livré 6,2 millions de véhicules dont les best-sellers Golf, Tiguan, Jetta ou Passat. Actuellement, 195 878 personnes travaillent pour la marque Volkswagen dans le monde. La marque dispose également d'un réseau de plus de 10 000 distributeurs et 86 000 employés.

Volkswagen prend continuellement de l'avance sur le développement de la production automobile de demain. L'électro-mobilité, la mobilité intelligente et la transformation digitale de la marque sont les sujets stratégiques clés pour l'avenir.
