



Media information

27 mars 2023

Brand Experience : Volkswagen crée un nouvel élan d'enthousiasme pour la marque auprès de son réseau de distribution

- 13 000 membres du réseau de distribution Volkswagen venus d'une soixantaine de pays sont en visite à Hambourg jusqu'à fin mars.
- Au programme : présentations et échanges sur la stratégie, la gamme de produits et de services Volkswagen pour les quatre prochaines années
- Imelda Labbé, Membre du Directoire de la marque Volkswagen en charge du Marketing, des Ventes et du Service Après-Vente : « Les réseaux de distribution incarnent et continueront d'incarner le visage de la marque pour nos clients. »

Wolfsburg/Hambourg – Les membres du réseau de distribution Volkswagen du monde entier sont en visite à Hambourg afin de participer au « Brand Experience » L'événement doit leur permettre de découvrir comment la marque entend se positionner dans les années à venir et créer un lien affectif avec ses clients. Outre le positionnement stratégique de la marque et son nouveau langage de design, le programme prévoit également une présentation détaillée de la future gamme de modèles de la marque. Les 13 000 distributeurs qui participent à l'événement découvriront ainsi 14 modèles qui doivent sortir au cours des quatre prochaines années, à commencer par la deuxième génération de l'ID.3¹, l'ID.7² et le concept ID. 2all³. Ils auront également la chance de voir le Tiguan, un modèle encore confidentiel, et la future Passat.



Imelda Labbé et Thomas Schäfer (de gauche à droite)

« Aujourd'hui, les réseaux de distribution jouent un rôle majeur dans la vente de voitures, et ils continueront à jouer un rôle primordial demain. À ce titre, il est essentiel de les associer à nos projets d'avenir et de créer un nouvel élan d'enthousiasme pour la marque auprès d'eux pour répondre aux défis de demain », explique Imelda Labbé, Membre du Directoire de la marque Volkswagen en

charge du Marketing, des Ventes et du Service Après-Vente.

Ce Brand Expérience s'articule principalement autour d'un spectacle riche en émotions. Lors des différentes présentations, Imelda Labbé est accompagnée par Thomas Schäfer, CEO de Volkswagen, Kai Grünitz, Membre du Directoire de la marque Volkswagen en charge du Développement Technique, et Andreas Mindt, Directeur du Design Volkswagen. Les intervenants présentent aux participants la future stratégie de la marque et mettent en avant les produits phares et les services numériques innovants que prépare la marque. Thomas Schäfer, CEO de la marque Volkswagen, indique : « Nous entendons faire de nouveau de Volkswagen une marque de passion, une marque qui développe un lien affectif fort avec ses clients. Nos réseaux de distribution joueront un rôle de premier plan dans ce processus, parce qu'ils entretiennent un contact humain direct avec nos clients. »

ACCELERATE
DIGITAL | ENERGIZED



Media information

Lors de leur séjour à Hambourg, les distributeurs découvriront également les grandes lignes de la stratégie de l'entreprise. La marque entend ainsi produire uniquement des véhicules électriques en Europe à partir de 2033, et lancer dix nouveaux modèles électriques d'ici 2026. D'autres régions du monde opèreront leur transition vers l'électromobilité.

Après la présentation, les représentants des distributeurs auront l'occasion d'échanger avec l'équipe de direction de la marque et des techniciens. Ils pourront poser des questions et évoquer leurs propres idées quant à l'avenir de la marque. Imelda Labbé décrit ainsi cet événement : « L'objectif est de discuter de ce que nous pouvons faire pour façonner les perspectives des points de vente. En effet, pour assurer la transformation de la branche automobile, nous avons impérativement besoin de nos réseaux de distribution. »

Dès les premiers jours de l'événement, les participants, venus notamment de Chine, d'Amérique du Sud ou d'Inde, se sont montrés enthousiastes. Le recours au numérique dans les futurs véhicules et la refonte de la communication marketing ont notamment rencontré un franc succès : « Les distributeurs sont notre lien avec nos clients. Leurs retours revêtent donc une importance capitale pour nous », a souligné Imelda Labbé.

¹ ID.3 Pro - consommation électrique en cycle mixte : 16,5-15,2 kWh/100 km ; émissions de CO₂ en cycle mixte : 0 g/km ; les données de consommation et d'émission de ce modèle ne sont disponibles qu'en cycle WLTP, et non en cycle NEDC.

ID.3 Pro S - consommation électrique en cycle mixte : 16,2-15,3 kWh/100 km ; émissions de CO₂ en cycle mixte : 0 g/km. Les données de consommation et d'émission de ce modèle ne sont disponibles qu'en cycle WLTP, et non en cycle NEDC.

Les chiffres réels de consommation et d'émission de CO₂ au sein des plages de données mentionnées dépendent des équipements de chaque modèle.

² ID.7 - Le véhicule n'est pas encore disponible à la vente.

³ ID. 2all - Le véhicule est un concept car et n'est pas disponible à la vente.

La marque Volkswagen Véhicules Particuliers est présente dans plus de 140 pays dans le monde et produit des véhicules sur 29 sites répartis dans 12 pays. En 2022, Volkswagen a livré environ 4,6 millions de véhicules dont les best-sellers Polo, T-Roc, T-Cross, Golf, Tiguan ou Passat ainsi que les modèles 100% électriques ID.3, ID.4, ID.5 et ID.6. L'année dernière, l'entreprise a livré à clients plus de 330 000 véhicules électriques dans le monde entier. Environ 170 000 personnes travaillent pour la marque Volkswagen dans le monde. Avec sa stratégie ACCELERATE, Volkswagen avance continuellement sur son développement afin de devenir la marque de référence en matière de mobilité durable.
