Communiqué de presse

STIHL FRANCE ANNONCE LA NOMINATION DE CHARLES HERVET AU POSTE DE DIRECTEUR MARKETING & COMMUNICATION

Torcy, le 5 novembre 2026 - STIHL France annonce la nomination de Charles Hervet, au poste de Directeur Marketing & Communication. Fort de plus de 20 ans d'expérience au sein du groupe Volkswagen, son parcours lui a permis de développer une solide maîtrise des stratégies de marque, des enjeux commerciaux et de l'animation des réseaux de distribution. Charles Hervet aura pour mission de développer la stratégie marketing et communication de STIHL France qui affiche une ambition claire pour 2027 : faire de STIHL la marque de référence des équipements à batterie pour le jardin, la forêt et l'entretien des espaces verts.



Après avoir débuté sa carrière dans le marketing produit chez Volkswagen, Charles Hervet évolue vers des fonctions commerciales en tant que Chef de District puis

Directeur Régional, où il développe une solide expertise du réseau de distribution, du retail et de l'accompagnement des partenaires. Il rejoint ensuite les équipes Marketing & Communication du groupe, d'abord comme Directeur de la Communication d'Audi France, puis comme Directeur Marketing & Communication de Volkswagen Véhicules Utilitaires France. Ces expériences lui ont permis de bénéficier d'une double culture « marque et réseau » qu'il met aujourd'hui au service de STIHL dans une période particulièrement stratégique pour l'entreprise.

« Je suis très heureux de rejoindre la marque STIHL. Peu de marques peuvent revendiquer 100 ans de succès tout en conservant une culture familiale, une image extrêmement inspirante et une capacité d'innovation reconnue dans le monde entier. Avec les équipes de STIHL France et notre réseau de 1 800 revendeurs partenaires, nous allons poursuivre le développement de la préférence de marque, renforcer encore la visibilité de nos innovations et accélérer la notoriété de notre offre à batterie auprès des particuliers comme des professionnels. » **Charles Hervet, Directeur Marketing & Communication STIHL France.**

CAP SUR 2027 : ACCÉLÉRER LA CROISSANCE ET PRÉPARER L'AVENIR

A l'horizon 2027, STIHL France ambitionne de déployer fortement ses équipements à batterie aussi bien pour les particuliers exigeants que pour les professionnels, tout en accompagnant l'évolution des usages et l'accélération de la transition vers des solutions plus durables. Dans cette mission, Charles Hervet pourra s'appuyer sur sa connaissance fine de l'industrie et de ses évolutions technologiques, en particulier le passage à l'électrification des équipements, qui constitue un point central dans la stratégie du groupe STIHL.

Une stratégie marketing et communication qui s'articule autour de cinq piliers majeurs :

1. Renforcer durablement la préférence de marque

STIHL poursuivra ses investissements dans la construction de marque afin d'accroître sa visibilité, sa désirabilité et sa différenciation. L'objectif sera de consolider son statut de marque premium de référence sur le marché français dans un contexte de parcours omnicanal.

2. Accélérer l’adoption des produits à batterie

La communication mettra l’accent sur les bénéfices concrets des technologies à batterie : performances, confort d’utilisation, réduction du bruit, simplicité d’usage et innovations. L’enjeu sera d’accélérer la conversion des utilisateurs vers ces nouvelles solutions.

3. Générer davantage de valeur pour le réseau et pour la vente en ligne

Les dispositifs marketing seront conçus avec une logique de contribution business mesurable. La création de trafic, le développement de la vente en ligne directement sur le site de STIHL France et le soutien à la conversion en point de vente constitueront des indicateurs clés de succès.

4. Renforcer la relation directe avec les utilisateurs

L’exploitation de la data client, des outils CRM et des dispositifs digitaux permettra d’améliorer la connaissance des utilisateurs et de développer des parcours plus personnalisés tout au long du cycle de vie client.

5. Amplifier l’influence et la visibilité de STIHL

La marque poursuivra le développement d’une stratégie de communication reposant sur la complémentarité entre médias, influence, relations presse, contenus digitaux, événements et activations terrain afin d’étendre encore son rayonnement auprès du grand public et des professionnels.

À PROPOS DE STIHL France

STIHL France est la filiale française du Groupe STIHL, leader mondial de référence dans le domaine des outils motorisés. Le groupe conçoit, fabrique et commercialise une large gamme de solutions à batterie, électrique et thermiques destinées aux professionnels de la sylviculture, de l’agriculture et des espaces verts, de la construction ainsi qu’aux particuliers propriétaires de jardins.

La gamme de produits est complétée par des solutions digitales et de services associés. Les produits sont distribués via des revendeurs agréés ainsi que par les boutiques en ligne du groupe STIHL, dont le développement international sera renforcé dans les prochaines années - avec notamment 40 filiales de vente et de marketing, environ 100 importateurs et plus de 50 000 revendeurs assurant le service dans plus de 160 pays. STIHL produit dans ses propres usines réparties dans huit pays : Allemagne, États-Unis, Brésil, Roumanie, Suisse, Autriche, Chine et Philippines. Depuis 1971, STIHL est la marque de tronçonneuses la plus vendue au monde. STIHL a été fondée en 1926 et demeure une entreprise familiale indépendante, dont le siège est situé à Waiblingen, près de Stuttgart. Animé par une vision durable, le groupe s'attache à faciliter le travail des femmes et des hommes qui œuvrent dans et avec la nature En 2025, STIHL a réalisé un chiffre d'affaires mondial de 5,48 milliards d'euros, avec un effectif de 20 246 collaborateurs.

Conçu pour la nature. Une référence depuis 1926

STIHL est une présence familière dans les grands espaces extérieurs depuis 100 ans. Son centenaire rend hommage à toutes celles et ceux qui œuvrent chaque jour dans l'univers de STIHL : qu'il s'agisse d'entretenir les forêts, de préserver les écosystèmes urbains, de soigner des jardins paysagers ou encore de concevoir et fabriquer les nouveaux produits STIHL. Découvrez les histoires et les projets de ces personnes sur la page dédiée aux 100 ans de STIHL