

Waiblingen, 15.09.2021

Le pouvoir de fascination de STIHL : « STIHL Brand World », le musée de la marque, ouvrira ses portes en 2023

Le musée STIHL Brand World retracera l'histoire de la société, présentera ses produits et proposera une plateforme éducative sur les bois et forêts.

STIHL s'est lancé dans la modernisation et l'extension de son siège situé à Waiblingen. Le projet phare du futur complexe est le STIHL Brand World qui verra le jour sur ce site. Le musée, qui ouvrira en 2023, présentera la marque STIHL sur trois niveaux et proposera aux visiteurs une plateforme éducative sur les bois et les forêts.

STIHL est une marque qui fascine dans le monde entier et suscite des émotions. Le musée STIHL Brand World, en cours de construction au siège de la société, à Waiblingen, renforcera le rayonnement de la marque au-delà des outils STIHL et la présentera de manière unique. D'une surface totale de 5000 m², il comportera trois niveaux sur différents thèmes, dont un espace d'exposition de 1500 m². Les visiteurs pourront se familiariser non seulement avec la société et ses produits, mais également avec un thème cher à la marque depuis sa fondation : la fascination pour la nature, et notamment les bois et les forêts. Pour lui faire dûment honneur, un niveau entier du STIHL Brand World sera consacré à ce thème.

Un parcours divertissant qui s'achève par une fenêtre sur le futur

Les niveaux « Vision » et « Innovation » inviteront les visiteurs à remonter le temps lors d'un parcours ludique qui présentera les 100 ans d'histoire de la société, de ses débuts avec les scies à deux mains jusqu'aux technologies STIHL actuelles, avant-gardistes à bien des égards, et se terminera par une perspective sur les technologies du futur et leurs applications. Le STIHL Brand World comprendra en outre un espace dédié à STIHL TIMBERSPORTS qui plongera les visiteurs dans l'univers des compétitions de bûcheronnage. Une cafétéria et une boutique commercialisant des articles STIHL seront également mises à la disposition du public. « Tous ces espaces de notre futur Brand World permettront à nos clients, à nos fans et à tous ceux qui s'intéressent à nous de découvrir la marque STIHL sous un angle informatif et divertissant. Je suis convaincu que la fidélité des clients à la marque STIHL en sortira renforcée », a déclaré Norbert Pick, membre du conseil exécutif de STIHL et responsable du marketing et des ventes.

Ressources sur la thématique bois et forêts

Le troisième niveau du Brand World, baptisé « Emotion », est une immense plateforme éducative sur le bois et les forêts, avec pour fil rouge le développement durable. D'ailleurs, c'est justement pour décrire une gestion des forêts tournée vers l'avenir que le terme allemand signifiant développement durable (*Nachhaltigkeit*) fut utilisé il y a plus de 300 ans. Cette plateforme fournira aux visiteurs de nombreuses informations sur des thèmes comme les écosystèmes forestiers, d'anciennes régions boisées, et la gestion durable des forêts. « L'exposition, qui traitera tant de l'Allemagne que de l'étranger, ambitionne de devenir une ressource de référence sur les forêts et leur gestion, et incitera les visiteurs à se faire leur propre opinion sur les thèmes abordés, qu'il s'agisse de scolaires ou de professionnels de la sylviculture », explique Jürgen Bausch, directeur de la Chaire Sylviculture à l'université de Fribourg et conservateur de ce niveau du STIHL Brand World.

Le nouveau STIHL Brand World est en cours de construction dans le cadre de la modernisation et de l'extension du siège de STIHL à Waiblingen. Il constitue l'élément phare de l'ensemble du projet, qui sera intégré de manière harmonieuse dans son environnement, sur les berges de la Rems. Son ouverture est prévue en 2023.

À propos de STIHL

Le groupe STIHL conçoit, fabrique et distribue des outils à batterie destinés à la sylviculture et à l'agriculture, à l'entretien des jardins et des installations paysagères, au secteur de la construction et aux propriétaires de jardins privés. Cette gamme de produits est assortie de solutions et de services numériques. Les produits sont distribués exclusivement par l'intermédiaire de revendeurs agréés et des boutiques en ligne de STIHL ; ce réseau, qui est appelé à s'étendre au cours des prochaines années, compte actuellement 41 filiales de vente et de marketing, quelque 120 importateurs et plus de 53 000 revendeurs dans plus de 160 pays. STIHL dispose de ses propres usines de fabrication dans sept pays : Allemagne, États-Unis, Brésil, Suisse, Autriche, Chine et Philippines. STIHL est la marque de tronçonneuses la plus vendue au monde depuis 1971. Fondée en 1926, la société est basée à Waiblingen près de Stuttgart. En 2020, STIHL a réalisé un chiffre d'affaires mondial de 4,58 milliards d'euros avec un effectif de 18 200 employés.

À propos de STIHL France

La filiale française de STIHL a été créée en 1984 et a généré un chiffre d'affaires de 323 millions d'euros en 2020. STIHL France collabore avec un réseau de 1880 revendeurs et compte 192 collaborateurs répartis dans 3 sites. www.stihl.fr

Contacts presse – Agence Rumeur Publique
stihl@rumeurpublique.fr

Stéphane Chevalier - 06 26 63 69 08
Julie Fontaine – 06 26 73 39 03