Mercedes-Benz

Communiqué de presse
13 octobre 2022

Mercedes-Benz ouvre son "Magical Garage" sous forme d'installation artistique à Paris et célèbre la première mondiale de l'EQE SUV de Mercedes-EQ et Mercedes-AMG

-Mercedes-Benz utilise la présence de sa marque dans le centre-ville de Paris pour jeter un pont entre les salons parallèles de l'automobile et de l'art, du 16 au 23 octobre 2022.
-La présence de la marque dans les jardins du musée Rodin combine les innovations technologiques et la première mondiale de l'EQE SUV avec l'art et la culture.
-Le "Magical Garage" de la campagne de marque "Showcasing Innovations 2" devient une œuvre d'art physique qui transforme les innovations en une expérience immersive à 360°.
-La présentation artistique "Peintures, concepts et un vélo" met en avant des œuvres de la collection d'art Mercedes-Benz les 22 et 23 octobre 2022.

"Ce que nous créons à Paris, c'est un lieu de rencontre, de mélange et de communication au milieu d'une exposition artistique, qui est aussi un centre pour les pionniers de la création. Nous créons une expérience de marque inattendue dans un environnement culturel qui rend notre marque émotionnellement plus accessible. Cela nous permet d'échanger des idées avec des clients, des fans et de nouveaux groupes cibles, tout en obtenant une inspiration esthétique qui est aussi une stimulation précieuse pour notre entreprise", déclare Bettina Fetzer, Vice-Présidente de la Communication et du Marketing chez Mercedes-Benz AG.

Première mondiale de l'EQE SUV : une expérience de marque durable dans toute la flotte EQ

Avec l'EQE SUV de Mercedes-EQ et Mercedes-AMG, l'entreprise profite de sa présence dans la capitale française pour soutenir son ambition de "Lead in Electric". Le portefeuille comprend désormais huit véhicules électriques à batterie : les EQA, EQB, EQC, EQE, EQE SUV, EQS, EQS SUV et EQV. À cela s'ajoutent les modèles EQE, EQE SUV et EQS de Mercedes-AMG. Il s'agit d'une étape stratégique importante pour Mercedes-Benz : d'ici à la fin de 2022, l'entreprise proposera un modèle 100% électrique dans chaque segment où elle est présente.

Mercedes-Benz présentera l'ensemble de la flotte EQ, dans les jardins du Musée Rodin du 16 au 17 octobre. Seront également exposés des véhicules conceptuels préfigurant les futurs modèles : le Concept EQG, le Concept Mercedes-Maybach EQS et la Vision AMG. Ils côtoieront le prototype VISION EQXX qui, avec ses nombreuses innovations, est un modèle pour l'avenir de l'ingénierie automobile. La présentation du véhicule

Mercedes-Benz AG | 70546 Stuttgart | T +49 711 17 0 | F +49 711 17 2 22 44 | dialog@mercedes-benz.com | www.mercedes-benz.com

Mercedes-Benz AG, Stuttgart | Siège social et tribunal d'enregistrement : Stuttgart, n° HRB : 762873
Président du conseil de surveillance : Bernd Pischetsrieder
Conseil d'administration : Ola Källenius, président ; Jörg Burzer, Renata Jungo Brüngger, Sabine Kohleisen, Markus Schäfer, Britta Seeger, Hubertus Troska, Harald Wilhelm

Vous trouverez de plus amples informations sur les chiffres officiels de la consommation de carburant et les émissions spécifiques officielles de carbone des voitures particulières neuves dans le "Guide sur la consommation de carburant, les émissions de carbone et la consommation d'énergie des nouveaux modèles de voitures particulières", disponible gratuitement chez tous les concessionnaires Audi et auprès de Deutsche Automobil Treuhand GmbH à l'adresse www.dat.de.

met en évidence la manière dont Mercedes-Benz favorise l'électrification dans toutes ses marques. Plus d'informations sur Mercedes me media.

Le "Magical Garage" : Une installation artistique pour des expériences interactives innovantes
La présence de la marque est centrée sur la mise en scène artistique de la campagne "Showcasing Innovation 2". C'est la première fois que Mercedes-Benz donne physiquement vie à une campagne de marque à grande échelle. Le "Magical Garage", une installation de six mètres sur six, flotte au-dessus d'une fontaine dans les jardins du musée Rodin. Le contenu médiatique et les surfaces extérieures en miroir interagissent avec l'environnement pour transformer l'installation en une œuvre d'art vivante qui invite les visiteurs à entrer dans le monde surréaliste de la campagne.

À l'intérieur de l'installation, une expérience immersive à 360 degrés attend les visiteurs. Comme le protagoniste de la campagne, les visiteurs s'assoient sur un siège de voiture et sont immergés dans les quatre mondes abstraits du « Magical Garage ». Chaque monde est une expérience d'une innovation révolutionnaire pour une nouvelle ère de mobilité : ENERGIZING COMFORT pour tous les sens, Dolby Atmos® pour une expérience sonore immersive en 3D, DRIVE PILOT pour une conduite conditionnellement automatisée au niveau 3 ainsi que des extras numériques pour un confort encore plus exclusif. L'expérience cinématographique donne aux visiteurs la sensation de flotter librement dans l'espace sur leur siège, tandis qu'un élément interactif leur permet de concevoir de manière ludique le paysage qu'ils voient eux-mêmes.

La mise en scène artistique de la campagne symbolise la mission de Mercedes-Benz qui consiste à créer du désir au travers des technologies innovantes pour offrir aux clients une expérience de conduite et de confort exclusive. Dans cette optique, l'entreprise présente en avant-première à Paris une nouvelle expérience sonore, avec Dolby Atmos®.

Retrouvez plus d'informations sur le " Magical Garage " à Paris sur Mercedes me media et sur la campagne de la marque ici : "Showcasing Innovations" , "Showcasing Innovations 2", #MercedesMagicalGarage #MercedesBenz

"Des tableaux, des concepts et un vélo" : Présentation de la collection d'art Mercedes-Benz
La présentation artistique "Peintures, concepts et un vélo - Aperçu de la collection d'art Mercedes-Benz" dans les jardins du Musée Rodin offre aux visiteurs une rencontre unique avec des œuvres d'art fascinantes. Les 22 et 23 octobre, l'entreprise exposera une vingtaine d'œuvres de sa propre collection. Ces pièces sont l'œuvre de 15 artistes français ainsi que d'artistes associés à la langue et à la culture françaises. Tous les artistes présentés ont un héritage qui va au-delà de l'art français du 20ème ou du 21ème siècle pour englober les développements internationaux artistiques. Le spectre des médias va de la peinture et de la photographie à l'art léger, à la vidéo et à la sculpture.

Chronologiquement, la présentation commence par une peinture de Georges Vantongerloo de 1944, l'un des fondateurs de la peinture abstraite et du mouvement artistique De Stijl. Verena Loewensberg et François Morellet, ce dernier également associé au mouvement Zéro européen des années 1960, étaient des praticiens de l'art concret. Elaine Sturtevant, Daniel Buren, Michel Verjux et Olivier Mosset apparaissent comme des représentants importants d'une nouvelle approche conceptuelle de la peinture qui s'est développée des années 1960 aux années 1990. Des exemples d'art contemporain français qui ont attiré l'attention internationale ainsi que l'art associé à la France sont représentés avec des œuvres de Sylvie Fleury, Clément Cogitore, Philippe Parreno, Bethan Huws, Philippe Decrauzat, Saâdane Afif, Ugo Rondinone et Xavier Veilhan. Certaines de ces œuvres seront également présentées à partir du 27 octobre dans le cadre de l'exposition "Moving in Stereo. Highlights of the Mercedes-Benz Art Collection" au musée Mercedes-Benz de Stuttgart.

Fondée en 1977, la collection d'art Mercedes-Benz est aujourd'hui l'une des plus importantes collections d'art d'entreprise d'Europe, de qualité et de réputation internationale. Elle incarne l'engagement social de Mercedes-

Benz en faveur de la culture et de l'éducation. La collection comprend environ 3 000 œuvres de quelques 800 artistes, dont des artistes de renommée mondiale comme Andy Warhol, Keith Haring, Charlotte Posenenske et Andrea Zittel. Les expositions des œuvres, tant au sein de l'entreprise que dans des musées internationaux, permettent à un large public intéressé par l'art de découvrir la collection. La collection d'art Mercedes-Benz se concentre sur les concepts picturaux abstraits-constructifs, sur l'art engagé ainsi que sur des œuvres représentatives et des commandes sur des thèmes tels que l'automobile, le design et la construction. La collection attache une grande importance à l'acquisition d'œuvres récentes de jeunes artistes afin de soutenir la prochaine génération. En outre, sa collection est constamment orientée vers la diversité et la promotion d'artistes internationaux, la diversité des cultures, des orientations et des points de vue, un large éventail d'œuvres multimédias ainsi que la poursuite de l'établissement des femmes dans le contexte de la collection. Pour de plus amples informations sur la Mercedes-Benz Art Collection, veuillez consulter le site https://www.mercedes-benz.art/en/.

Contact :
Christin Müller, téléphone : +49 (0) 176 30 943 837, christin.c.mueller@mercedes-benz.com
Silvia Schlotz, téléphone : +49 (0) 160 861 52 06, silvia.schlotz@mercedes-benz.com
Julia Möger, téléphone : +49 (0) 176 30 974 205, julia.moeger@mercedes-benz.com

Vous trouverez de plus amples informations sur **Mercedes-Benz** à l'adresse www.mercedes-benz.com. Les informations de presse et les services numériques destinés aux journalistes et aux multiplicateurs sont disponibles sur notre **plateforme en ligne Mercedes me media** à l'adresse media.mercedes-benz.com ainsi que sur notre **site média Mercedes-Benz** à l'adresse group-media.mercedes-benz.com. Pour en savoir plus sur les sujets d'actualité et les événements liés à Mercedes-Benz Cars & Vans, consultez notre **canal Twitter @MB_Press** à l'adresse www.twitter.com/MB_Press.

Mercedes-Benz AG en bref
MercedesBenz AG regroupe les activités mondiales de Mercedes-Benz Cars et de Mercedes-Benz Vans. Elle emploie environ 172 000 personnes dans le monde. Ola Källenius est le Président du Conseil d'Administration de MercedesBenz AG. La société se concentre sur le développement, la production et la vente de voitures particulières, de véhicules utilitaires et de services liés aux véhicules. En outre, l'entreprise aspire à être le leader dans les domaines de la mobilité électrique et des logiciels pour véhicules. Le portefeuille de produits comprend la marque Mercedes-Benz avec les marques Mercedes-AMG, Mercedes-Maybach, Mercedes-EQ, la Classe G ainsi que les produits de la marque smart. La marque Mercedes me permet d'accéder aux services numériques de Mercedes-Benz. Mercedes-Benz AG est l'un des plus grands constructeurs de voitures de tourisme de luxe au monde. En 2021, elle a vendu environ 1,9 million de voitures particulières et près de 386 200 véhicules utilitaires. Dans ses deux secteurs d'activité, Mercedes-Benz AG développe continuellement son réseau de production mondial avec environ 35 sites de production sur quatre continents, tout en se préparant à répondre aux exigences de la mobilité électrique. Dans le même temps, l'entreprise construit et étend son réseau mondial de production de batteries sur trois continents. La durabilité étant le principe directeur de la stratégie de Mercedes-Benz et de l'entreprise elle-même, il s'agit de créer une valeur durable pour toutes les parties prenantes : clients, employés, investisseurs, partenaires commerciaux et société dans son ensemble. La base de cette démarche est la stratégie d'entreprise durable du groupe Mercedes-Benz. L'entreprise assume ainsi la responsabilité des effets économiques, écologiques et sociaux de ses activités commerciales et considère l'ensemble de la chaîne de valeur.