



Mercedes-Benz

Information Presse

27 octobre 2022

## Les sons du futur : Mercedes-Benz lance son podcast "Future Dimensions"

**Stuttgart.** Avec le tout nouveau podcast "Future Dimensions", Mercedes-Benz fait entrer sa série de podcasts dans l'avenir. Sa première saison de quatre épisodes met en lumière des visions audacieuses qui feront bouger les entreprises et la société dans les prochaines décennies. Aujourd'hui, le premier épisode portant sur la question du luxe éco-responsable est en ligne.

Dans chaque épisode du nouveau podcast "Future Dimensions", l'animatrice Ricardia Bramley entraîne les auditeurs dans un scénario futuriste fictif présenté sous forme de pièce radiophonique - des utopies devenues réalité qui peuvent sembler impensables aujourd'hui. Au fur et à mesure de sa progression, la podcasteuse chevronnée s'intéresse à la question cruciale au cœur de chaque épisode : que doit-il se passer pour que ces visions deviennent réalité ?

Dans sa quête de réponses, l'animatrice examine les tendances, révèle des faits fascinants et les replace dans leur contexte - avec beaucoup de charme, une touche d'humour, mais aussi un œil critique. Des experts internationaux ayant des positions et des points de vue différents s'expriment également.

La variété de sujets abordés par "Future Dimensions" relie l'industrie automobile à divers environnements de style de vie. Il couvre tout, du luxe durable à l'avenir des voyages et au potentiel des matériaux innovants, en passant par la façon dont la fiction et la réalité continuent de s'inspirer mutuellement. Ainsi, le nouveau format audio s'adresse non seulement aux journalistes des secteurs de l'automobile et du lifestyle, aux clients et aux parties prenantes de Mercedes-Benz, mais aussi aux auditeurs grand public curieux des tendances et de l'avenir.

### "Une scène audio pour des visions audacieuses"

"Lorsqu'il est question de l'avenir, chez Mercedes-Benz, nous aspirons non seulement à contribuer à le façonner, mais aussi à montrer activement la voie et à inspirer", explique Bettina Fetzter, Directrice Communication et Marketing Mercedes-Benz AG. "Pour inviter le plus grand nombre de personnes à nous rejoindre sur ce chemin, nous voulons communiquer ce que cet avenir réserve tant aux clients et aux fans de la marque qu'à ceux qui n'ont pas encore eu de contact avec Mercedes-Benz. Avec le podcast "Future Dimensions", nous avons délibérément choisi de créer une scène pour des récits inspirants et des visions

Mercedes-Benz AG | 70546 Stuttgart | T +49 711 17 0 | F +49 711 17 2 22 44 | [dialog@mercedes-benz.com](mailto:dialog@mercedes-benz.com) | [www.mercedes-benz.com](http://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](http://www.dat.de).

audacieuses émanant de leaders d'opinion extraordinaires. Après tout, c'est aujourd'hui qu'il faut façonner ce à quoi ressemblera notre avenir".

Pour cette mission, Mercedes-Benz passe également à l'étape suivante en matière de montage et de production, explique Bettina Fetzer : "la force des podcasts réside dans les images que le format évoque dans l'esprit de l'auditeur. C'est pourquoi Mercedes-Benz utilise des passages semblables à ceux d'une pièce radiophonique dans 'Future Dimensions' et soutient ce qui est dit avec des paysages sonores immersifs."

### **Premier épisode disponible dès maintenant : luxe et développement durable - une contradiction (ou pas) ?**

Comment le luxe et le développement durable peuvent-ils aller de pair ? Partant de cette question, le premier épisode de "Future Dimensions" illustre un avenir dans lequel l'humanité utilise les ressources de manière responsable, en produisant et en consommant des produits de luxe de manière respectueuse de l'environnement. En utilisant l'industrie de la mode comme exemple, l'épisode explore comment le changement se manifeste déjà dans de nombreux endroits, et montre pourquoi chaque entreprise de luxe devra aborder la question de la durabilité à l'avenir. En s'entretenant avec l'expert en luxe Antonio Paraiso et la scientifique Wided Batat, l'animatrice Ricardia Bramley apprend ce qui constitue le luxe aujourd'hui. Avec la créatrice de mode Sofia Ilmonen et Dounia Wone de Vestiaire Collective, une plateforme de mode seconde-main d'occasion de luxe, Bramley montre dans quelle mesure l'industrie de la mode devient plus durable. Enfin, dans un dialogue avec le Dr Benjamin Berghaus, consultant en marques, et la futurologue Daria Krivonos, elle explique comment la consommation de produits de luxe a changé et quelles sont les mégatendances qui touchent actuellement l'ensemble du secteur du luxe.

Le deuxième épisode du podcast du 10 novembre prochain sera consacré à l'avenir du voyage. Alors que la philosophe Emily Thomas aborde la fascination pour les déplacements d'un point de vue émotionnel, Ricardia Bramley jette un coup d'œil par-dessus l'horizon occidental. Avec Arnold Ma, expert de l'Asie et du numérique, elle discute des tendances actuelles et futures en matière de voyage qui font et feront bouger les gens en Chine. Avec le futurologue Bugge Holm Hansen, le regard se porte enfin sur l'avenir lointain et se tourne vers une vision dans laquelle nous ne voyageons plus exclusivement sur Terre mais prenons également des vacances sur Mars.

Les deux derniers épisodes emmènent les auditeurs dans des mondes possibles où les innovations matérielles changent fondamentalement notre quotidien et où la science-fiction devient le modèle des technologies réelles.

"Future Dimensions" est disponible en anglais sur les services de streaming Spotify, Apple Podcasts, Deezer et la plateforme de communication Mercedes me media. En outre, Mercedes-Benz fournit un contenu approfondi sur les sujets des différents épisodes dans un [podcast spécial](#) séparé. Les auditeurs peuvent se tenir au courant des nouveaux épisodes via le canal Twitter @MB\_Press ainsi que sur la présence de Mercedes-Benz AG sur LinkedIn.

**Contact :**

Christin Müller, téléphone : +49 (0) 176 30943837, [christin.c.mueller@mercedes-benz.com](mailto:christin.c.mueller@mercedes-benz.com)

De plus amples informations sur **MercedesBenz** sont disponibles à l'adresse [www.mercedes-benz.com](http://www.mercedes-benz.com). Des informations de presse et des services numériques pour les journalistes et les multiplicateurs sont disponibles sur notre **plateforme en ligne Mercedes me media** à l'adresse [www.media.mercedes-benz.com](http://www.media.mercedes-benz.com) et sur notre **site** -média MercedesBenz à l'adresse [www.group-media.mercedes-benz.com](http://www.group-media.mercedes-benz.com). Vous pouvez également vous informer sur les sujets d'actualité et les événements liés à Mercedes-Benz Cars & Vans sur notre **canal Twitter @MB\_Press** à l'adresse [www.twitter.com/MB\\_Press](http://www.twitter.com/MB_Press).

**Mercedes-Benz AG en un coup d'œil**

Mercedes-Benz AG regroupe les activités mondiales de Mercedes-Benz Cars et de Mercedes-Benz Vans. L'entreprise emploie environ 172 000 personnes dans le monde. Ola Källenius est le Président du Conseil d'Administration de Mercedes-Benz 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, 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.