



Mercedes-Benz

Information presse

5 janvier 2023

Mercedes-Benz et SUPERPLASTIC noue un partenariat et présentent le personnage "Superdackel" au CES 2023

- Mercedes-Benz réinterprète l'emblématique "chien qui fait signe de la tête" sur le tableau de bord en collaboration avec SUPERPLASTIC, la marque mondiale qui crée des célébrités animées, du divertissement numérique et des expériences.
- Les partenaires présentent Superdackel en avant-première dans un court-métrage d'animation. Le personnage de 2,5 mètres sera présent sur le stand Mercedes-Benz du CES.
- Cette collaboration s'inscrit dans le cadre de la stratégie de Mercedes-Benz visant à explorer de nouveaux domaines dans le secteur des arts et du divertissement, et à offrir aux clients des expériences mémorables.

Stuttgart/ Las Vegas. Mercedes-Benz franchit une étape dans le divertissement numérique en s'associant à la marque émergente SUPERPLASTIC. Connue pour son univers de célébrités synthétiques qui prennent vie grâce à un contenu original sur les réseaux sociaux et à des lancements de jouets et de vêtements en série "hyper limités", SUPERPLASTIC collabore avec un large éventail de musiciens, d'artistes et de marques internationales de premier plan. Ce qui, au premier abord, semble être un mélange contre-intuitif de deux mondes très différents est en fait une association inattendue, et à la fois parfaite entre le nouveau et le traditionnel, le luxe et l'avant-garde et les mondes numérique et physique.

Les deux marques se réunissent pour lancer leur nouveau partenariat au CES 2023 avec l'introduction d'un tout nouveau personnage dans l'univers SUPERPLASTIC - Superdackel. Il s'agit de la réinvention par SUPERPLASTIC de l'alter ego héroïque d'une icône, le "Wackeldackel", l'ornement classique du "chien qui fait signe de la tête" qui a décoré les tableaux de bord de générations de conducteurs dans le monde entier.

Superdackel sera présenté sur les réseaux sociaux le 5 janvier. Le point fort du lancement du CES sera un [court-métrage d'animation](#) mettant en scène Superdackel et les personnages principaux de SUPERPLASTIC, Janky et Guggimon. Voici l'intrigue : Janky et Guggimon "empruntent" une Mercedes-Benz chez un concessionnaire, tard dans la nuit, lorsqu'ils découvrent Wackeldackel dans la voiture au moment du départ. Les trois compères se lancent alors dans une virée dans les rues de New York au clair de lune, où ils se heurtent à des drames, font des poursuites en voiture et rencontrent une baleine spatiale magique. Grâce à l'influence de ses nouveaux

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

Mercedes-Benz AG, Stuttgart, Allemagne | Domicile et tribunal d'enregistrement : Stuttgart, N° de registre du commerce : 762873

Président du conseil de surveillance : Bernd Pischetsrieder

Conseil de direction : Ola Källenius, président ; Jörg Burzer, Renata Jungo Brüngger, Sabine Kohleisen, Markus Schäfer, Britta Seeger, Hubertus Troska, Harald Wilhelm.

Les chiffres sont fournis conformément à la réglementation allemande 'PKW-EnVKV' et s'appliquent uniquement au marché allemand. Vous trouverez de plus amples informations sur les chiffres officiels de consommation de carburant et les émissions spécifiques officielles de CO₂ des voitures particulières neuves dans le guide européen "Informations sur la consommation de carburant, les émissions de CO₂ et la consommation d'énergie des voitures neuves", disponible gratuitement chez tous les concessionnaires de vente, auprès de DAT Deutsche Automobil Treuhand GmbH et sur www.dat.de.

amis, le timide et statique Wackeldackel se transforme en son nouveau personnage, Superdackel, au fil de la nuit.

Les deux marques se sont associées pour créer des histoires et des expériences inattendues. Après un premier contact sur une éventuelle collaboration, les deux partenaires ont rapidement réalisé que le Wackeldackel était le personnage principal, idéal pour leur histoire. Après tout, les gens du monde entier aiment personnaliser leurs voitures et leurs expériences de mobilité, et tout comme nos voitures, celles-ci sont de plus en plus tournées vers le numérique.

"Mercedes-Benz a réinventé et réinterprété sa marque et ses véhicules pour l'ère moderne et numérique, alors pourquoi l'emblématique Wackeldackel ne serait-il pas lui aussi réactualisé ? Nous accueillons chaleureusement Superdackel dans la famille Mercedes-Benz".

Bettina Fetzer, Vice-présidente Communication et Marketing, Mercedes-Benz AG

Paul Budnitz, fondateur et PDG de SUPERPLASTIC, se dit tout aussi ravi de cette collaboration.

"Je suis un fanboy du Wackeldackel depuis toujours. J'ai toujours sa version classique sur le tableau de bord de ma Mercedes 230CE vintage. Aussi, lorsque Mercedes-Benz nous a contactés pour l'inviter dans l'univers de SUPERPLASTIC, la réponse a été un OUI immédiat".

Paul Budnitz, fondateur et PDG de SUPERPLASTIC

Budnitz ajoute que "le Wackeldackel est une icône de la culture pop et des passionnés de voitures, et que cela a été amusant de pouvoir le réinventer pour une nouvelle ère". L'opportunité de faire évoluer un personnage comme le Wackeldackel pour une nouvelle génération a été une expérience extraordinaire pour l'équipe de SUPERPLASTIC, note Budnitz :

"Nous aimons forcer les marques à sortir de leur coquille protectrice. Et Mercedes est un collaborateur fantastique. Ce partenariat est très symbiotique. Janky, Guggimon et d'autres célébrités animées de l'univers SUPERPLASTIC peuvent parcourir le monde dans les plus grandes voitures de luxe, et présenter le nouveau Superdackel à des millions de leurs fans".

Paul Budnitz, fondateur et PDG de SUPERPLASTIC

Bettina Fetzer convient que le partenariat avec SUPERPLASTIC donne à Mercedes-Benz l'occasion d'explorer de nouveaux domaines dans le monde de la culture et du divertissement.

"Il s'agit là de l'exploration de domaines et de genres qui pourraient être considérés comme non conventionnels pour notre marque. L'objectif : défier les attentes et interagir avec les pionniers de la culture et un nouveau public".

Bettina Fetzer, Vice-présidente Communication et Marketing, Mercedes-Benz AG

Les fans de Mercedes-Benz et de SUPERPLASTIC auront la chance de rencontrer le nouveau Superdackel en vrai : le stand Mercedes-Benz au CES présentera un Superdackel de 2,5 mètres (8,2 pieds) pour permettre aux visiteurs du CES de voir de près le nouveau personnage et son look, et de prendre des photos dignes des réseaux sociaux.

Que vont faire Superdackel et ses compagnons SUPERPLASTIQUES courant 2023 ? Plein de choses. "Restez à l'écoute", disent Fetzer et Budnitz. "Ça va être un sacré voyage" !

Suivez la suite des aventures de Superdackel, Janky et Guggimon [ici](#) à partir du 5 janvier.

A propos de SUPERPLASTIC

SUPERPLASTIC est une marque de divertissement mondiale qui crée et gère une liste de célébrités et d'influenceurs synthétiques de renommée mondiale. Souvent vu et expérimenté à travers les réseaux sociaux et des partenariats allant de Gucci à Fortnite entre autres, SUPERPLASTIC est le leader des jouets artistiques de luxe, de la musique, de la mode et du Web3, avec d'innombrables collaborations et expériences qui se situent à la croisée des domaines numériques et physiques.

Engagement culturel de Mercedes-Benz

Par le biais de ses activités culturelles et de ses partenariats en matière de design, Mercedes-Benz met en lumière les meilleures pratiques en s'associant à des créateurs qui reflètent et défendent des valeurs telles que le design exceptionnel et durable, la créativité et l'innovation. La firme de luxe est active à l'international et a lancé de nombreuses initiatives avec certains noms parmi des plus prestigieux dans les secteurs tels que la musique, l'art et la mode, faisant de l'univers Mercedes-Benz une plateforme de rencontres et de liens tissés avec des créatifs pionniers dans leurs domaines d'excellence.

Contact :

Christin Müller, téléphone : +49 (0) 176 309 43 837, christin.c.mueller@mercedes-benz.com

Khanh-Binh Le, téléphone : +49 (0) 160 86 20 071, khanh-binh.le@mercedes-benz.com

Evan LeFebvre, téléphone : +1 (971) 801 3514, evan@superplastic.co

Pour obtenir de plus amples informations de la part de **Mercedes-AMG**, rendez-vous sur www.mercedes-amg.com. Vous trouverez des communiqués de presse et des services numériques pour les journalistes et les multiplicateurs sur notre **plateforme en ligne Mercedes me media** à l'adresse media.mercedes-benz.com, ainsi que sur notre **site Mercedes-Benz Media** à l'adresse group-media.mercedes-benz.com. Pour en savoir plus sur des thèmes et événements actuels en lien avec Mercedes-Benz Cars & Vans, vous pouvez aussi vous rendre sur notre **canal Twitter @MB_Press** sur 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.