



Mercedes-Benz

Informations de presse

29 janvier 2026

Mercedes-Benz se lance dans un épique voyage transcontinental pour célébrer « 140 ans d'innovation » auprès de clients et de fans du monde entier

- Les célébrations mondiales débutent avec la première mondiale de la nouvelle Classe S-, marquant les 140 ans du brevet de Carl Benz
- « 140 ans. 140 Lieux. » : Suivez la classe S-dans un voyage à travers 140 lieux emblématiques – numériques ou en personne
- Deux campagnes mettent en avant-les valeurs Mercedes Benz : technologie, sécurité, confort et design
- Lancement de la Mercedes-Benz x adidas édition 140 ans

Stuttgart. Depuis que Carl Benz a déposé le brevet pour la première voiture en 1886 il y a exactement 140 ans, Mercedes-Benz s'est consacrée à innover constamment et à créer les voitures les plus recherchées au monde pour les clients. Cette ambition a motivé toutes les innovations – de la première voiture en 1886 jusqu'aux voitures électriques, sûrs et très demandés d'aujourd'hui, comme le tout nouveau GLC et le tout nouveau CLA, primé. Avec sa passion pour la performance, sa puissance pionnière, son excellence et son engagement indéfectible envers le service client, la marque a constamment façonné l'avenir de la mobilité. Le résultat va bien au-delà de la simple réussite technique – il crée ce sentiment inimitable qui traverse tout ce- que fait Mercedes Benz : Welcome home.

En 2026, l'inventeur de l'automobile partage ses promesses avec les clients et les fans du monde entier à travers une série d'activités engageantes durant un an. Tout commence, le 29 janvier 2026 – une date historique marquant exactement les 140 ans depuis le dépôt du brevet initial. Mêlant héritage et avenir, la célébration débute en même temps que la première mondiale de la nouvelle Classe S au musée Mercedes-Benz de Stuttgart. Ce nouveau modèle phare donne vie à l'ambiance de « Bienvenue à la maison », alliant innovation, excellence en ingénierie, sécurité, confort et design élégant. En tant qu'évolution la plus significative d'une génération de la Classe S-à ce jour, elle porte 140 ans d'esprit pionnier vers les voitures les plus recherchées au monde. Plus d'informations sur la nouvelle Classe S sont disponibles sur media.mercedes-benz.com.

Mercedes-Benz GLC 400 4MATIC avec technologie EQ | consommation énergétique combinée : 18,9 – 14,9 kWh/100 km | Émissions de CO₂ combinées : 0 g/km | Classe CO₂ : A)¹

¹ Les valeurs indiquées ont été déterminées conformément à la procédure de mesure prescrite WLTP (Procédure d'essai mondiale harmonisée des véhicules légers). Les gammes indiquées concernent le marché européen. La consommation d'énergie et les émissions de CO₂ d'une voiture dépendent non seulement de l'utilisation efficace du carburant ou de la source d'énergie, mais aussi du style de conduite et d'autres facteurs non techniques.

140 ans. 140 lieux.

Juste après la première mondiale de la nouvelle Classe S-aujourd'hui, Mercedes-Benz entreprendra une aventure épique à travers six continents, apportant la célébration de l'anniversaire directement aux clients et aux fans. Un total symbolique de 140 lieux seront visités dans ce convoi spécial, et les fans, clients et clubs de propriétaires sont encouragés à organiser leurs propres célébrations tout au long de l'année. La campagne est prévue pour se terminer à Stuttgart en octobre 2026, là où le voyage a commencé.

« Notre parcours '140 Places' verra la nouvelle Classe S visiter des clients et des fans du monde entier, donnant vie à l'héritage Mercedes-Benz à chaque recoin de rue que nous atteindrons. Nous avons vraiment hâte de rencontrer des personnes sur six continents, de célébrer ensemble et de partager les moments forts sur nos canaux de marque. Nous avons hâte de vous retrouver en chemin. »

Christina Schenck, Vice-présidente Digital & Communications et Relations Investisseurs, Mercedes-Benz AG

Trois nouvelles classe S vont se lancer dans une aventure mondiale. Le voyage s'étend sur plus de 50 000 km à travers l'Europe, l'Amérique du Sud, l'Amérique du Nord, l'Australie, l'Asie et l'Afrique – visitant des pays, villes et communautés sur tous les continents où Mercedes-Benz a laissé sa marque. C'est le parcours de marque le plus ambitieux jamais entrepris. La route couvre des étapes importantes de la marque et des itinéraires légendaires – comme la Route 66, qui célébrera son centenaire en 2026 – jusqu'à des mégapoles comme Buenos Aires, Shanghai et Sydney. En chemin, les compagnons de checkpoint rejoindront la nouvelle Classe S : voitures classiques, Classe S 2026 et véhicules locaux qui reflètent la présence actuelle de la marque.

« 140 ans. 140 Lieux. » offrira des moments mémorables en personne aux clients, aux membres du Mercedes-Benz Club et aux fans – des rencontres à des histoires exclusives et des occasions de vivre le voyage de près. Cette démarche mondiale peut être suivie via le hub digital sur le [site de la communauté Mercedes-Benz](#) et [YouTube](#). Les fans du monde entier peuvent participer à des éléments en coulisses, des reportages sur des points de passage et des mises à jour régulières sur la route.

Deux campagnes : l'émotion de la marque rencontre l'excellence produit

Lors de la première mondiale d'aujourd'hui de la nouvelle Classe S-, un nouveau-film de la marque Mercedes Benz donne le ton émotionnel de toute l'année anniversaire. Le film célèbre 140 ans d'esprit pionnier, rend hommage à l'invention de la mobilité individuelle et invite le public international à vivre le sentiment de « Bienvenue à la maison » que représente Mercedes-Benz. Avec la première mondiale du [film d'ouverture de Classe S](#), la marque offre un premier aperçu de son expression créative à venir.

Une campagne sur les réseaux sociaux qui l'accompagne donne vie à des icônes de l'héritage de Mercedes Benz, montrant comment cet esprit visionnaire perdure dans les véhicules d'aujourd'hui. À travers des images captivantes et de courtes [vidéos](#), la campagne révèle l'audace et l'inventivité qui ont toujours fait partie de l'ADN de la marque – des véhicules légendaires et les innovations révolutionnaires en matière de sécurité jusqu'à la gamme actuelle. Le message est simple : Mercedes-Benz a toujours eu le courage d'être visionnaire et de façonner l'avenir, inspirée par les icônes qui l'ont précédée.

À partir du printemps 2026, une campagne commerciale montrera de manière émotionnelle comment-les innovations Mercedes Benz peuvent améliorer la vie quotidienne. Construite autour des quatre piliers qui ont défini la marque depuis le début – technologie, sécurité, confort et design – la campagne transforme 140 ans d'excellence en ingénierie en moments réels que les clients peuvent vivre chaque jour. De la suspension intelligente AIRMATIC, aux ceintures de sécurité chauffantes avant dans le pack confort chaleur à l'assistance au freinage ACTIVE et MB.OS : chaque innovation répond à un besoin humain. Les véhicules phares incluent la nouvelle Classe S-, la Classe E-, le tout nouveau GLC électrique et la primée CLA, reconnues dans le cinéma, les réseaux sociaux, la presse écrite et la vente au détail.

Logo spécial anniversaire des 140 ans

Un logo spécialement conçu pour le 140e anniversaire – inspiré par la roue du premier véhicule au monde, la voiture brevetée – apparaîtra dans toutes les communications Mercedes-Benz tout au long de 2026, servant de symbole visuel clé pour symboliser le riche-héritage Mercedes-Benz et son ambition tournée vers l'avenir.

Mercedes-Benz x adidas édition sneaker célébrant 140 ans d'innovation

Lors de la première mondiale de la nouvelle Classe S et du lancement du programme anniversaire, Mercedes-Benz a également annoncé une collaboration avec adidas. Ce partenariat a créé une édition spéciale pour sneakers célébrant 140 ans d'innovation, capturant l'héritage des deux marques à travers un design rétro inspiré du célèbre modèle adidas Samba. La série limitée combine cuir et textile structuré, inspiré du design intérieur des voitures Mercedes-Benz. Elle sera disponible en trois couleurs qui font référence aux modèles emblématiques Mercedes-Benz des décennies passées. Lancée fin 2026, cette collaboration unique offre aux fans Mercedes-Benz comme aux passionnés de sneakers du monde entier une touche exclusive de style de vie.

De l'histoire au futur : l'innovation est la base d'un progrès durable

Cette année du 140e anniversaire poursuit le plus grand programme de lancement de produits de l'histoire de l'entreprise. Au cours des deux prochaines années, Mercedes-Benz lancera plus de 40 nouveaux modèles alliant tradition et innovation et établissant de nouvelles normes dans tous les segments. Chaque modèle incarne la promesse de la marque : construire les voitures les plus désirables au monde. Les innovations Mercedes-Benz d'aujourd'hui portent un héritage vers l'avenir – en tant que marque qui redéfinit continuellement la mobilité individuelle.

Le dossier de presse « [140 ans d'innovation : Mercedes-Benz façonne l'avenir de la mobilité depuis l'invention de l'automobile](#) » offre un aperçu complet de la façon dont le pionnier de l'automobile réinvente constamment l'automobile depuis 140 ans.

Contact :

Sezin Durmus, téléphone +49 (0) 176 30 932 661, sezin.durmus@mercedes-benz.com

Melanie Kouba, téléphone +49 (0) 151 58 60 2917, melanie.kouba@mercedes-benz.com

Plus d'informations sur Mercedes-Benz sont disponibles sur www.mercedes-benz.com et sur notre chaîne LinkedIn sous [Mercedes-Benz AG | LinkedIn](#). Les informations de presse et les services numériques pour les journalistes et les multiplicateurs sont disponibles sur notre plateforme en ligne Mercedes-Benz Media à media.mercedes-benz.com.

Mercedes-Benz AG en un coup d'œil

Mercedes-Benz AG fait partie du groupe Mercedes-Benz AG, qui compte environ 175 000 employés dans le monde, et est responsable de l'activité mondiale de Mercedes-Benz Cars et Mercedes-Benz Vans. Ola Källenius est président du conseil d'administration de Mercedes-Benz AG. L'entreprise se concentre sur le développement, la production et la vente de voitures particulières, de fourgonnettes et de services liés aux véhicules. De plus, l'entreprise aspire à devenir leader dans les domaines de la mobilité électrique et des logiciels pour véhicules. Le portefeuille de produits comprend la marque Mercedes-Benz avec Mercedes-AMG, Mercedes-Maybach et G-Class avec leurs modèles entièrement électriques ainsi que les produits de la marque smart. Mercedes-Benz AG est l'un des plus grands fabricants mondiaux de voitures particulières haut de gamme. En 2024, elle a vendu environ 2,4 millions de voitures particulières et de fourgonnettes. Dans ses deux segments d'activité, Mercedes-Benz AG étend continuellement son réseau de production mondial avec plus de 30 sites sur quatre continents, tout en se préparant à répondre aux besoins de la mobilité électrique. Parallèlement, l'entreprise construit et étend son réseau mondial de production de batteries sur trois continents. Puisque la durabilité est le principe directeur de la stratégie Mercedes-Benz et pour l'entreprise elle-même, cela signifie créer une valeur durable pour toutes les parties prenantes : pour les clients, les employés, les investisseurs, les partenaires commerciaux et la société dans son ensemble. La base de cela repose sur la stratégie commerciale durable du groupe Mercedes-Benz. L'entreprise assume ainsi la responsabilité des effets économiques, écologiques et sociaux de ses activités commerciales et examine l'ensemble de la chaîne de valeur.