Informations de presse
02 octobre 2026

« TOO HARD TO RESIST » : Lancement de la campagne mondiale de la marque avec Brad Pitt comme ambassadeur de la nouvelle Mercedes-AMG GT Coupé 4 portes

- La star hollywoodienne Brad Pitt est le visage de la campagne mondiale Mercedes-AMG GT Coupé 4 portes « TOO HARD TO RESIST » (*Trop dur d'y résister*), lancée en octobre
- La campagne, qui fait suite à une cascade à Las Vegas, met en lumière l'attrait irrésistible du véhicule, grâce à sa technologie révolutionnaire

Affalterbach. La nouvelle Mercedes-AMG GT Coupé 4 portes est une voiture conçue non seulement pour être vue, mais aussi pour être conduite, avec une expérience intensément émotionnelle au volant. Après la première mondiale à Los Angeles en mai, à partir d'octobre, la nouvelle AMG GT Coupé 4 portes partagera la scène principale avec l'icône hollywoodienne Brad Pitt dans la nouvelle campagne mondiale de la marque Mercedes-AMG : « TOO HARD TO RESIST ». La campagne fait suite à son événement d'ouverture réussi, qui comprenait une cascade à Las Vegas avec un prototype de l'AMG GT Coupé 4 portes en 2025.

Brad Pitt allie ambition et performance – des valeurs profondément ancrées dans l'ADN de Mercedes-AMG – ce qui fait de lui un choix naturel comme ambassadeur de la nouvelle Mercedes-AMG GT Coupé 4 portes. Au cœur de la campagne se trouve la tension entre une production hollywoodienne parfaitement chorégraphiée et le désir spontané de prendre le volant et de conduire la voiture.

Avec pour toile de fond Los Angeles, Brad Pitt se retrouve au cœur d'une production cinématographique haut de gamme, entouré de caméras, d'équipe et de scènes soigneusement planifiées. Pourtant, la nouvelle Mercedes-AMG GT 4 portes Coupé change tout : elle n'est plus simplement un accessoire cinématographique, mais le protagoniste qui prend le contrôle du plateau.
Au lieu de respecter le scénario, la production se transforme en un terrain de jeu dynamique pour l'émotion pure de conduite. La campagne donne vie à son message central : l'excitation sans filtre de la nouvelle Mercedes-AMG GT Coupé 4 portes est tout simplement « TOO HARD TO RESIST ».

La campagne a été capturée en même temps que le décor de la première mondiale et animée par team x et la maison de production Tony Petersen Film sous la direction de Simon McQuoid. La campagne mondiale « TOO HARD TO RESIST » sera lancée en octobre 2026.

Le slogan exprime plus que l'idée de campagne. Il capture le caractère même de la voiture : design irrésistible, agilité sans effort et intensité à couper le souffle. Alors qu'un plateau de tournage repose sur

une réalisation précise, la Mercedes-AMG GT Coupé 4 portes représente la liberté et un désir intransigeant de performance.

La voiture de sport incarne l'esprit pionnier de la marque et élève l'expérience de conduite à un niveau sans précédent. Conçue strictement pour la haute performance, l'AMG GT Coupé 4 portes est basée sur l'architecture électrique haute performance exclusive AMG (AMG.EA). Trois moteurs à flux axial innovants et des cellules de batterie refroidies définissent une nouvelle dimension de performance, délivrant jusqu'à 860 kW (1 169 ch), ce qui avait déjà été démontré en 2025 par le spectaculaire record de conduite de la CONCEPT AMG GT XX à Nardò.

Contact :
Gregory Delepine gregory.delepine@mercedes-benz.com
Julien Vely julien.vely@mercedes-benz.com
Quentin Arenou quentin.arenou@mercedes-benz.com

Toute l'actualité presse Mercedes-Benz Cars et Vans est disponible sur le site media international - https://media.mercedes-benz.com/, notre site media national - https://media.mercedes-benz.fr/ et sur le canal @MB_Press X - https://twitter.com/MB_Press .

Mercedes-Benz en un coup d'œil

Mercedes-Benz AG fait partie du Mercedes-Benz Group AG et emploie environ 166 000 personnes dans le monde. Elle regroupe les activités mondiales 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 véhicules utilitaires et de services liés aux véhicules. Par ailleurs, elle 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 les marques Mercedes-AMG, Mercedes-Maybach, et la Classe G avec leurs modèles tout électriques, ainsi que les produits de la marque smart. La marque Mercedes me donne accès aux services numériques de Mercedes-Benz. Mercedes-Benz AG est l'un des plus grands constructeurs mondiaux de voitures de luxe. En 2023, la marque a vendu environ deux millions de voitures particulières et 447 800 véhicules utilitaires. Dans ses deux secteurs d'activité, Mercedes-Benz AG développe continuellement son réseau de production mondial avec environ 30 sites de production sur quatre continents, tout en se préparant à répondre aux exigences de la mobilité électrique. Parallèlement, l'entreprise construit et étend son réseau mondial de production de batteries sur trois continents. La durabilité étant la ligne directrice 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 : les clients, les employés, les investisseurs, les partenaires commerciaux et la société dans son ensemble. La stratégie d'entreprise durable du groupe Mercedes-Benz constitue la base de cette démarche. L'entreprise assume ainsi la responsabilité des effets économiques, écologiques et sociaux de ses activités commerciales et prend en compte l'ensemble de la chaîne de valeur.