



Informations de presse
27 janvier 2026

AMG, sans compromis, commence ses essais par temps froid en Suède

- Le deuxième modèle de la série exclusive- Mercedes Benz Mythos entre en essais
- Les essais par temps froid en Suède mettent en lumière le caractère extrême du modèle AMG encore non dévoilé
- Basé sur la série CLE et prêt à prendre le devant de la scène

Affalterbach/Suède. Même sous un camouflage complet et sous la faible lumière d'un hiver scandinave, une chose est immédiatement reconnaissable : une Mercedes AMG extrême fonce à travers la neige. Mercedes-AMG est actuellement en train de soumettre un nouveau modèle encore non annoncé à des tests intensifs près du cercle arctique, où il se distingue déjà par une présence remarquablement intransigeante.

Les paysages gelés de la Suède offrent le décor parfait pour les épreuves exigeantes en temps froid. Ici, le véhicule est mis à l'épreuve dans des conditions extrêmes. Cette phase est cruciale pour valider les performances et la fiabilité de tous les composants, même aux températures les plus basses.

Bien qu'il ressemble au CLE, ce nouveau modèle extrême va encore plus loin dans le concept, promettant une apparence encore plus extrême, soutenue par une transmission et des performances à la hauteur.

Ce sera le deuxième modèle de la série très exclusive Mercedes-Benz Mythos, qui représente une gamme exclusive de véhicules en édition limitée. Après que la Mercedes-AMG PureSpeed – une biplace radicale et ouverte sans toit ni pare-brise – ait été présentée en tant que premier modèle, le très attendu second modèle émerge désormais à l'horizon.

Mercedes-AMG PureSpeed | consommation d'énergie combinée : 13,7 l/100 km | émissions combinées de CO₂ : 312 g/km | Classe CO₂ : G¹

Contact :

Felix Siggemann, +49 176 309 34 605, felix.siggemann@mercedes-benz.com

Catrin Dunz-Ludwig, +49 176 30997855, catrin.dunz-ludwig@mercedes-benz.com

¹ Les valeurs spécifiées ont été déterminées conformément à la méthode de mesure prescrite WLTP (Worldwide harmonised Light Vehicles Test Procedure). Les gammes indiquées concernent le marché allemand. 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 par la voiture, mais aussi du style de conduite et d'autres facteurs non techniques.

Plus d'informations sur **Mercedes-AMG** sont disponibles sur www.mercedes-amg.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 également disponibles sur notre plateforme en ligne **Mercedes-Benz Media** à media.mercedes-benz.com.

Mercedes-Benz AG en un coup d'œil

MercedesBenz AG fait partie du groupe MercedesBenz AG, qui compte environ 175 000 employés dans le monde, et est responsable de l'activité mondiale de MercedesBenz Cars et MercedesBenz Vans. Ola Källenius est président du conseil d'administration de MercedesBenz 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 MercedesBenz avec MercedesAMG, MercedesMaybach et GClass avec leurs modèles entièrement électriques ainsi que les produits de la marque smart. MercedesBenz 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, MercedesBenz 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. Comme la durabilité est le principe directeur de la stratégie MercedesBenz 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 MercedesBenz. 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.

