



Mercedes-Benz

Information presse
8 juin 2023

Le podcast Mercedes-Benz "Future Dimensions" invite les auditeurs à découvrir de nouvelles visions de l'avenir

- Lancement de la saison 2 de "Future Dimensions".
- Ce sont quatre nouveaux épisodes couvrant des sujets qui feront bouger les entreprises et la société dans les années à venir.
- Le dernier épisode traite de l'avenir du travail.

La saison 2 de "Future Dimensions" vient de démarrer : avec ses nouveaux épisodes, Mercedes-Benz aborde quatre nouvelles visions de l'avenir qui feront évoluer les entreprises et la société dans les décennies à venir. Dans le dernier épisode, l'animatrice Ricardia Bramley, un futurologue et un journaliste entrepreneur discutent de l'un des sujets les plus débattus de nos jours : l'avenir du travail. Derek Ali, lauréat d'un Grammy Award, est également invité à participer à cette nouvelle saison.

Avec cette nouvelle saison de "Future Dimensions", Mercedes-Benz présente quatre nouveaux épisodes consacrés à des utopies futures qui peuvent encore sembler inimaginables aujourd'hui. En 2023, le format met l'accent sur des thématiques particulièrement urgentes de notre société actuelle. Les sujets se concentrent, entre autres, sur les nouvelles perspectives du monde du travail, les expériences de concert immersives dans la voiture, la collaboration entre l'homme et l'IA, ainsi que sur l'avenir de la mobilité urbaine.

Saison 2 / Episode 1 : et si le travail devenait notre plus grande passion ?

De plus en plus de personnes sont insatisfaites de leur travail et démissionnent. Mais que se passerait-il si l'avenir du travail offrait aux employés une plus grande marge de manœuvre en termes de choix individuels ? Dans le cinquième épisode de Future Dimensions, Ricardia Bramley explore ce qui attend les salariés. En compagnie d'un futurologue et d'un journaliste entrepreneur, elle examine les solutions possibles à notre système de travail défaillant - et découvre pourquoi il ne suffit pas de réduire le nombre d'heures de travail, de faciliter le travail à distance ou même de travailler dans le Metaverse pour y parvenir. L'épisode est actuellement disponible sur les principales plateformes de streaming.

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, numéro de registre du commerce : 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

Les chiffres sont fournis conformément à la réglementation allemande "PKW-EnVKV" et ne s'appliquent qu'au marché allemand. De plus amples informations sur les chiffres officiels de consommation de carburant et les émissions spécifiques officielles de CO₂ des voitures particulières neuves sont disponibles dans le guide de l'UE intitulé "Informations sur la consommation de carburant, les émissions de CO₂ et la consommation d'énergie des voitures neuves", qui peut être obtenu gratuitement auprès de tous les concessionnaires, de DAT Deutsche Automobil Treuhand GmbH et sur le site www.dat.de.

Le deuxième épisode, qui sortira le 22 juin 2023, est consacré à l'avenir de la musique et à la façon dont la sensation vibrante d'un concert en direct pourra bientôt être appréciée en voiture. Pour ce faire, Ricardia rencontre un pianiste qui donne une nouvelle dimension à ses morceaux classiques à l'aide d'un gant magique. Avec un neuroscientifique, elle s'aventure dans les profondeurs de notre cerveau pour découvrir son rôle décisif dans la création de moments musicaux durables. Elle demande à un ingénieur du son ce que l'avenir réserve aux ambiances sonores immersives à l'intérieur de nos voitures. Enfin, Derek Ali, lauréat d'un Grammy Award, lui explique ce qui fait de la voiture l'endroit idéal pour écouter de la musique, grâce à des technologies audio avancées telles que Dolby Atmos®.

Les épisodes 3 et 4 aborderont également deux tendances technologiques qui sont non seulement révolutionnaires pour le présent, mais aussi pour l'avenir de la société au niveau mondial : l'épisode sur l'avenir de l'intelligence, qui sortira le 6 juillet 2023, entraînera les auditeurs dans un avenir où les humains et l'intelligence artificielle travailleront ensemble. Enfin, pour conclure la saison 2, Ricardia Bramley explorera l'avenir de la mobilité urbaine à partir du 20 juillet 2023.

A propos de « Future Dimensions »

Avec "Future Dimensions" depuis 2022, Mercedes-Benz fait place à des expériences audio immersives et à des perspectives variées depuis 2022. Dans ce podcast, l'animatrice Ricardia Bramley va au fond des mégatendances passionnantes avec charme, humour et un regard critique. Au cœur des épisodes, des experts internationaux aux multiples facettes partagent leurs expériences personnelles et incitent les auditeurs à façonner leur avenir avec audace. La marque Mercedes-Benz passe au second plan. "Future Dimensions" ne s'adresse donc pas seulement aux journalistes, aux clients et aux parties prenantes, mais aussi à la société dans son ensemble et à tous ceux qui s'intéressent aux tendances futures.

Les épisodes de "Future Dimensions" sont disponibles en anglais sur **Spotify, Apple Podcasts et Deezer**, ainsi que sur la plateforme de communication **Mercedes-Benz Media**.

L'intégralité de la saison 1 est disponible ici : <https://www.mercedes-benz.com/en/art-and-culture/zeitgeist/mercedes-benz-podcast/>

Les auditeurs peuvent également consulter le compte Twitter @MB_Press.
https://twitter.com/mb_press?lang=fr

Contact :

Matthias Brock, téléphone : +49 (0) 160 860 71 13, matthias.brock@mercedes-benz.com

Karin Buchmann, téléphone : +49 (0) 160 861 48 34, karin.buchmann@mercedes-benz.com

De plus amples informations sur **Mercedes-Benz** sont disponibles à l'adresse www.mercedes-benz.com. Les informations de presse et les services numériques pour les journalistes et les diffuseurs sont disponibles sur notre **plateforme en ligne Mercedes me media** à l'adresse media.mercedes-benz.com ainsi que sur notre **site média Mercedes-Benz** à l'adresse group-media.mercedes-benz.com. Pour en savoir plus sur les sujets d'actualité et les événements liés aux voitures et fourgonnettes Mercedes-Benz, consultez notre compte twitter [@MB_Press](https://twitter.com/MB_Press) à l'adresse www.twitter.com/MB_Press.

Mercedes-Benz AG en bref

Mercedes-Benz AG fait partie du groupe Mercedes-Benz AG, qui emploie environ 170 000 personnes dans le monde entier et regroupe les activités mondiales des voitures Mercedes-Benz et les véhicules utilitaires Mercedes-Benz. Ola Källenius est 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 vans et de services liés aux véhicules. En outre, elle aspire à devenir 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, la Classe G ainsi que les produits de la marque smart. La marque Mercedes me offre un accès aux services numériques de Mercedes-Benz. Mercedes-Benz AG est l'un des plus grands constructeurs mondiaux de voitures de luxe. En 2022, elle a vendu environ deux millions de voitures particulières et 415 300 camionnettes. 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. Parallèlement, 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 : 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.