



Mercedes-Benz

Fiche d'information
9 octobre 2024

« Définir la sécurité électrique » : Mercedes-Benz montre la sécurité des véhicules électriques



Motif de la [campagne Defining Electric Safety](#)

Concept de la campagne

- La sécurité est un élément essentiel de l'ADN de Mercedes-Benz et a toujours été l'une des responsabilités que l'entreprise s'est imposée. L'entreprise a façonné la sécurité des véhicules modernes grâce à ses innovations et est encore aujourd'hui un pionnier dans ce domaine. La marque à l'étoile utilise cette nouvelle campagne pour démontrer sa capacité à construire les véhicules les plus sûrs au monde.
- La nouvelle campagne « Defining Electric Safety » met l'accent sur les caractéristiques de sécurité des modèles Mercedes-Benz entièrement électriques. Mercedes-Benz poursuit donc la communication de l'automne 2023, qui a montré [pour la première fois au monde une collision frontale entre deux véhicules électriques \(l'EQA et l'EQS SUV\)](#) en public.
- La campagne illustre une situation qui aurait pu mener à une collision frontale si les systèmes d'assistance n'avaient pas empêché le conducteur de quitter sa voie. Dans un autre cas, le conducteur d'un véhicule éternue et franchit accidentellement la ligne d'arrêt. Grâce au freinage d'urgence autonome, le véhicule Mercedes-Benz est en mesure d'éviter un accident potentiel et protège ainsi tous les usagers de la route.
- Une petite distraction ; Un peu d'inattention – et une situation dangereuse peut survenir sur la route. Dans ce cas, les systèmes d'assistance de Mercedes-Benz peuvent aider à anticiper la situation. Cette capacité est démontrée de manière impressionnante par la campagne « Defining Electric Safety ».

Détails de la campagne et mix média

- La couleur orange domine l'imagerie de la campagne. Depuis plus de 60 ans, les -véhicules d'essai de collision Mercedes-Benz sont peints dans cette couleur distinctive et sont associés à la sécurité.
- « Defining Electric Safety » est présenté avec une fusion d'images réelles de crash-tests et de séquences générées par ordinateur. Cela crée une esthétique minimaliste qui n'en est que plus frappante.
- La campagne mondiale sur la sécurité des véhicules électriques est lancée sur les-réseaux sociaux de Mercedes-Benz sous #allforsafety.
- En plus d'une variété d'éléments, tels que des photos et des vidéos de différentes longueurs, « Defining Electric Safety » comprend un film de [campagne](#).

Période

- La campagne se déroule à différentes dates au niveau du marché.

Crédits

- Idée, concept et réalisation : équipe x
- Production : Commonvision
- Photographe: Tais Sirote
- Artiste CGI : Lenn Antón

Contact:

Tim In der Smitten, tél. : +49 (0) 151 5861 7626, tim.in_der_smitten@mercedes-benz.com

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

Vous trouverez de plus amples informations sur **Mercedes-Benz** sur www.mercedes-benz.com. Des informations de presse et des services numériques pour les journalistes et les multiplicateurs sont disponibles sur notre **plateforme en ligne Mercedes-Benz Media** à l'adresse <http://media.mercedes-benz.com>. Pour en savoir plus sur

les sujets et événements actuels liés à Mercedes-Benz Cars & Vans, consultez notre **canal LinkedIn** sous [Mercedes-Benz AG | LinkedIn](#).

Mercedes-Benz AG en un coup d'œil

Mercedes-Benz AG fait partie du groupe Mercedes-Benz AG, qui emploie au total environ 166 000 personnes dans le monde entier et est responsable des 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 camionnettes et de services liés aux véhicules. De plus, l'entreprise aspire à être le leader dans les domaines de la mobilité électrique et des logiciels automobiles. La gamme de produits comprend la marque Mercedes-Benz avec Mercedes-AMG, Mercedes-Maybach et la Classe G avec leurs modèles entièrement électriques ainsi que des produits de la marque smart. Mercedes-Benz AG est l'un des plus grands constructeurs mondiaux de voitures particulières de luxe. En 2023, elle a vendu environ deux millions de voitures particulières et 447 800 camionnettes. Dans ses deux secteurs d'activité, Mercedes-Benz AG ne cesse d'étendre son réseau de production mondial avec plus de 30 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, cela signifie créer de la 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 en est 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 s'intéresse à l'ensemble de la chaîne de valeur.

