



Mercedes-Benz

Information presse  
15 juin 2023

## Design No.5 - Créer un luxe iconique

### Contenu

Design No.5 - "Creating Iconic Luxury" : les faits marquants en un coup d'œil.....	2
Une icône doit être quelque chose de vraiment nouveau, de beau et d'intemporel - et avoir ce "x-factor" magique".....	4
Mercedes-Benz Vision One-Eleven : interprétation progressiste d'une icône de la marque des années 70.....	8
MANUFAKTUR - le label de l'individualisation.....	14
Night Series : un nouveau look extravagant pour Mercedes-Maybach.....	16
Mercedes-Benz collabore avec l'artiste numérique Harm van den Dorpel pour proposer des œuvres d'art basées sur la blockchain.....	17
PROJECT MONDO G : une œuvre d'art unique fusionne les caractéristiques de la Classe G avec la veste polaire de Moncler qui définit le style.....	20

Les descriptions et données contenues dans ce dossier de presse s'appliquent à la gamme internationale de modèles Mercedes-Benz. Elles peuvent varier d'un pays à l'autre. De plus amples informations spécifiques à chaque pays sur les véhicules proposés, y compris les valeurs WLTP, sont disponibles sur le site [www.mercedes-benz.com](http://www.mercedes-benz.com).

Mercedes-Benz AG | 70546 Stuttgart | P +49 711 17 0 | F +49 711 17 2 22 44 | [dialog@mercedes-benz.com](mailto:dialog@mercedes-benz.com) | [www.mercedes-benz.com](http://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

De plus amples informations sur la consommation officielle de carburant et les émissions spécifiques officielles de CO<sub>2</sub> des voitures particulières neuves sont disponibles dans le "Guide de la consommation de carburant, des émissions de CO<sub>2</sub> et de la consommation d'électricité" pour les voitures particulières neuves, qui est disponible gratuitement dans tous les points de vente et auprès de la Deutsche Automobil Treuhand GmbH à l'adresse suivante : [www.dat.de](http://www.dat.de).

## Design No.5 - "Creating Iconic Luxury" : les faits marquants en un coup d'œil

**#CreatingIconicLuxury** : l'histoire de la marque Mercedes-Benz est une source d'inspiration pour l'avenir. De l'étoile à trois branches aux portes papillon en passant par le design "cab-forward" : au fil des décennies, les équipes de design de Mercedes-Benz ont créé et établi des éléments emblématiques. Ceux-ci sont indéniablement associés à la marque, façonnant le mythe Mercedes-Benz et suscitant le désir. L'équipe de design Mercedes-Benz continuera à développer le style emblématique de la marque afin de renforcer cet héritage et de l'inscrire dans l'avenir.

**#PinnacleOfExclusivity** : Des options de personnalisation exceptionnelles, des pièces uniques issues de collaborations, des éditions limitées et spéciales de collection, des voitures d'exposition pionnières et des véhicules de recherche et de concept sont la quintessence de l'exclusivité pour Mercedes-Benz.

**#IDCCarlsbad** : les centres de design Mercedes-Benz donnent une impulsion importante au développement continu de la philosophie Mercedes-Benz et à la création de tendances avec de nouvelles idées de design. Au Centre international de design de Carlsbad, l'équipe de design Mercedes-Benz crée des extérieurs de voitures d'exposition, des études de véhicules et des concepts de mobilité pour demain et après-demain. Pour ce faire, elle repère les tendances stylistiques, puis les analyse et les met en œuvre de manière créative. Le style de vie californien influence le site tout autant que sa proximité avec Mercedes-Benz Research & Development North America. Une forme très particulière de créativité s'épanouit à Carlsbad, marquant de son empreinte le design Mercedes-Benz et ouvrant de nouvelles perspectives.

**#VisionOneEleven** : avec la Mercedes-Benz Vision One-Eleven, la marque présente un concept de voiture de sport qui réinterprète progressivement la C 111, icône de la marque dans les années 1970. À l'instar de son prédécesseur historique, elle associe un design époustouflant aux technologies de conduite les plus innovantes. La Vision One-Eleven utilise des moteurs à flux axial de YASA, qui présentent une densité de puissance inégalée, bien supérieure à celle des moteurs radiaux comparables, tout en étant extrêmement légers.

**#ExclusiveCollection** : Mercedes-Benz lance la collection "LIMITED EDITION 1 OF 111" en même temps que la Mercedes-Benz Vision One-Eleven. C'est la première fois qu'une étude de design emblématique est accompagnée d'une collection lifestyle composée de cinq pièces exclusives. Outre la couleur frappante de la concept-car de sport, les accessoires individuels reflètent également les éléments de design caractéristiques du véhicule.

**#AugmentedReality** : l'équipe de conception de Mercedes-Benz a utilisé la réalité augmentée (RA) pour créer une expérience utilisateur visionnaire pour la première de la Mercedes-Benz Vision One-Eleven et l'a intégrée dans un modèle d'essai virtuel de l'intérieur de la Vision One-Eleven. L'intérieur physique du véhicule et l'interface numérique se fondent de manière transparente, de sorte que la voiture entière devient une interface utilisateur.

**#MANUFAKTUR** : avec le programme d'individualisation MANUFAKTUR, Mercedes-Benz propose un nombre toujours plus important d'options de design exclusives au plus haut niveau de qualité. D'un choix de couleurs sur mesure à une large gamme d'équipements intérieurs exclusifs, une Mercedes peut être taillée exactement selon les goûts personnels de chacun. Avec la "Vision of MANUFAKTUR", Mercedes-Benz donne un aperçu des futures possibilités de design hyper-exclusif pour le programme de personnalisation.

**#MercedesMaybachNightSeries** : avec la Night Series, Mercedes-Maybach présente le prochain chapitre de la mission de la marque visant à développer son portefeuille de produits. Le Pack de design le plus progressiste de la marque amène le design Maybach à un nouveau niveau. Inattendue et exquise dans son design, la Night Series défie les conventions et s'adresse à de nouveaux groupes cibles.

**#NFT** : les objets de collection numériques sous forme de NFT (Non-Fungible Token) permettent à Mercedes-Benz de soutenir de nouvelles dimensions stratégiques de la marque en matière de numérique et de développement commercial. Grâce aux NFT, Mercedes-Benz crée des liens et des expériences avec de nouveaux publics. La marque à l'étoile s'associe à l'artiste Harm van den Dorpel pour créer de l'art numérique basé sur la blockchain. Une nouvelle application embarquée qui permet de découvrir des œuvres d'art numériques dans le véhicule sera testée pour la première fois dans la nouvelle Mercedes-Benz Classe E.

**Une icône doit être quelque chose de vraiment nouveau, beau, d'intemporel - et avoir ce "x-factor" magique""**

## **Entretien avec Gorden Wagener**

Gorden Wagener, l'un des designers automobiles les plus influents de notre époque, dirige la division mondiale du design de Mercedes-Benz et de ses marques - Mercedes-Maybach, Mercedes-AMG et Mercedes-EQ - depuis 2008. Depuis 2016, Wagener occupe le poste de directeur du design de l'entreprise. Son objectif est de créer les voitures les plus désirables au monde. Pour ce faire, il s'appuie sur sa philosophie de conception « sensual purity », qui définit les caractéristiques spécifiques du luxe pour chaque marque du groupe Mercedes-Benz. Les créations de M. Wagener donnent de nouvelles impulsions dans le segment du luxe et sont synonymes de beauté et d'extraordinaire. Lors du salon Design Essentials de cette année à Carlsbad, en Californie, M. Wagener et son équipe présenteront de nouveaux produits passionnants et des visions de l'avenir, tant sur le plan physique que numérique.

### **L'événement Mercedes-Benz Design, désormais bien établi, a lieu cette année pour la cinquième fois, avec pour thème "Design No.5 : Creating Iconic Luxury". Qu'est-ce qui définit l'événement de cette année ?**

L'année dernière, nous avons présenté notre nouvelle stratégie et expliqué comment nous voulions construire les voitures les plus désirables au monde. Dans "Design No.5", notre objectif est de montrer comment nous concrétisons cette stratégie. C'est pourquoi nous donnons un aperçu des projets en cours et jetons un coup d'œil sur les tendances futures en matière de design. Bien entendu, nous présentons également les toutes dernières voitures d'exposition avec lesquelles nous donnons de nouvelles impulsions pour l'avenir du design Mercedes-Benz. Pour nous, il s'agit de faire évoluer en permanence notre langage stylistique unique, basé sur l'ADN de Mercedes. À l'occasion de "Design No.5", nous vous ferons part de ce qui nous inspire, de la manière dont nos créations prennent vie et de la façon dont nous définissons le luxe emblématique chez Mercedes-Benz.

### **Quel est l'objectif du "Design No.5" ?**

Cette année, il s'agit avant tout de donner un aperçu de l'avenir de notre segment haut de gamme. Conformément à notre principe "Pinnacle of Exclusivity", nous présentons des exemples concrets découlant de notre stratégie. Ces exemples sont au nombre de trois. Le premier est notre programme d'individualisation "MANUFAKTUR", qui nous permet d'offrir à nos clients un éventail de plus en plus large de possibilités en matière de design. Avec le "Design No.5", nous offrons une perspective sur les futures spécifications potentielles de MANUFAKTUR. Le deuxième axe est celui des véhicules de collection. J'entends par là les véhicules construits en nombre limité pour les collectionneurs et les modèles spéciaux, ainsi que les produits et les options de design exclusifs créés dans le cadre de collaborations. Enfin, le troisième axe est celui des pièces uniques, c'est-à-dire des véhicules uniques tels que les "vision cars", les "concept cars" et les œuvres d'art. Je pense en particulier à la Vision One-Eleven, qui est une interprétation moderne et avant-gardiste de la C 111.

### **Comment définir et mettre en scène un luxe emblématique ?**

Arrêtons-nous un instant sur le mot clé "icône". Chaque designer s'efforce de créer quelque chose de nouveau et d'unique et, ce faisant, de faire une déclaration qui résonnera longtemps dans l'avenir. Mais ce n'est qu'avec le temps que l'on peut savoir si le travail d'un créateur devient ou non une icône. Mais ce sont les icônes qui comptent. Elles définissent le luxe et incarnent des caractéristiques spécifiques. Elles sont originales et incomparables, poursuivent un objectif clair, sont intemporelles, reposent sur une idée forte et, par conséquent, peuvent aussi être polarisantes. Les produits, les marques, les personnes ou même un style peuvent être emblématiques. À cet égard, nous disposons du plus grand potentiel possible chez Mercedes - par exemple, avec nos marques emblématiques Mercedes, AMG et Maybach ou des personnalités exceptionnelles telles que Carl Benz ou Gottlieb Daimler. En outre, nous avons développé notre propre style. Mercedes a créé de nombreux véhicules emblématiques, dont la 300 SL, la Classe S et la Classe G, par exemple, qui sont toutes

des légendes de l'automobile. Ce sont des voitures qui ont un très long pedigree. Notre tâche consiste à poursuivre cette histoire à succès, voire à la réimaginer.

Mon équipe et moi-même avons conçu de nombreuses voitures de sport pour Mercedes. Je pense personnellement que certaines de ces voitures sont déjà devenues des icônes : une SLR ou une GT, par exemple. La nouvelle SL a également le potentiel d'atteindre le statut de voiture culte. Bien sûr, il existe certaines normes pour un design extraordinaire. La plus importante est qu'un véhicule doit être vraiment nouveau lorsqu'il arrive sur le marché. En outre, il doit posséder ce "x-factor" magique : ce flair inattendu et extraordinaire qui génère une fascination durable. Quelque chose qui n'existait pas auparavant, comme une 300 SL Gullwing, par exemple - une "über-car" qui ressemblait presque à un ovni lorsqu'elle est sortie. L'esthétique est également très importante. Une icône doit, par définition, être belle et, qui plus est, intemporelle. Elle ne se contente pas de capter et de dépasser les tendances ou l'air du temps, elle les crée - et ce n'est pas une mode ou un engouement. Il serait littéralement démodé avant d'avoir la chance d'atteindre le statut d'icône. J'encourage toujours mon équipe à être visionnaire et non conventionnelle ! Ce n'est qu'en brisant les règles ici et là que l'on peut créer de grandes choses. Peut-être même quelque chose d'emblématique.

### **Examinons d'abord l'extérieur. Quelles sont les caractéristiques typiques d'un design emblématique ?**

Le design de Mercedes-Benz a toujours comporté de nombreux éléments emblématiques. Pensez aux portes papillon de la 300 SL ou au "nez de requin" des années 1950 et 1960, que nous réinterprétons encore aujourd'hui. Le "nez de requin" désigne un design avant fortement incliné vers l'avant, qui confère au véhicule une apparence dynamique distinctive. Comme le dit l'adage, ils ont l'air rapide, même à l'arrêt. Un autre élément emblématique est notre "signature graphique", également à l'avant - dans le cas d'AMG, par exemple, la calandre AMG typique avec des montants verticaux, dont la partie la plus large plane près de la route. Ce contour en forme de A déplace sensiblement le centre de gravité visuel vers le bas, évoquant un prédateur prêt à bondir. À Carlsbad, nous donnons un aperçu d'une nouvelle variante de calandre tout aussi sportive pour Mercedes-Benz. Elle a l'air super cool. Un autre élément nouveau est la modification des feux de jour, le fameux sourcil au-dessus des phares, que nous avons rehaussé d'une étoile stylisée. Nous introduirons successivement ces caractéristiques dans toutes les lignes de modèles. Ensemble, elles constitueront le nouveau "visage" sportif de Mercedes-Benz - le look de l'avenir. Et parce que nous adoptons toujours une approche holistique du design, nous travaillons également en parallèle au développement d'éléments correspondants autour des feux arrière.

### **Mot-clé "holistique" - que signifie le design iconique pour l'intérieur ?**

Pour nous, c'est l'expérience globale d'une Mercedes-Benz qui compte. En d'autres termes, il s'agit de transmettre le caractère unique d'une Mercedes-Benz de l'intérieur vers l'extérieur. En d'autres termes, donner à nos voitures une identité forte et unique en matière de design. Notre objectif est d'offrir à nos clients une expérience intérieure qui allie harmonieusement l'esthétique et la beauté, grâce à un design et des matériaux exceptionnels. L'effet "cocooning" joue un rôle central à cet égard. L'intérieur d'une voiture doit offrir une ambiance de luxe et de sécurité, un confort maximal associé à des détails sur mesure et à des touches de la plus haute qualité. Nous combinons des matériaux traditionnels tels que le bois et le cuir - créés avec un véritable savoir-faire artisanal - avec les derniers équipements de haute technologie tels que l'Hyperscreen. Le résultat est une composition globale d'éléments analogiques et numériques tout à fait unique et typiquement Mercedes. Les détails exquis et l'interaction des contrastes dans l'intérieur contribuent au design emblématique.

Depuis un certain temps, nous voyons de nombreuses marques de luxe rompre clairement avec le passé, en commençant par s'éloigner des combinaisons de couleurs traditionnelles. Nous sommes l'un des moteurs de cette tendance et, dans certains cas, nous adoptons une approche délibérément polarisante. Par exemple, en utilisant des combinaisons de couleurs inhabituelles telles que des intérieurs jaunes ensoleillés qui contrastent fortement avec des extérieurs sombres/noirs métallisés. La Maybach montre cela d'un point de vue

complètement nouveau - un point de vue beaucoup plus extraverti qu'auparavant. Parallèlement, nous passons à un langage de conception de surface plus généreux et plus expansif - les écrans en sont un excellent exemple. Nous avons mis au point une nouvelle architecture tactile pour ces derniers, qui est résolument personnelle et haptique. Tout cela se traduit par une évolution très dynamique du design dans le segment haut de gamme.

### **Quelles sont les autres innovations que l'on peut attendre lors du Design Essentials de cette année ?**

Nous présenterons à l'occasion du "Design No.5" des études de conception spectaculaires et des modèles de quasi-production, dont la Mercedes-Benz Vision One-Eleven est l'un des points forts. Cette super voiture de sport s'inscrit dans la tradition des légendaires voitures expérimentales C 111 des années 1970, renaissant comme une icône de l'ère moderne. Tout comme son prédécesseur historique, la Vision One-Eleven associe un design époustouflant à une technologie de motorisation révolutionnaire qui explore de nouvelles voies pour l'avenir de la performance sportive. Pour sa première mondiale, nous avons utilisé la réalité augmentée (RA) pour créer une expérience utilisateur visionnaire, que nous avons intégrée dans un modèle d'essai virtuel de l'intérieur du véhicule. À l'aide de lunettes de réalité augmentée, le champ de vision du conducteur est enrichi de graphiques haute résolution tout autour. L'intérieur physique du véhicule et l'interface numérique fusionnent de manière transparente, transformant ainsi la voiture entière en interface utilisateur.

Un autre point fort de "Design No.5" est notre vision de MANUFAKTUR, le programme d'individualisation de Mercedes-Benz. Depuis plus d'un an et demi, le label MANUFAKTUR complète notre portefeuille de produits existants en offrant un niveau supplémentaire d'exclusivité et de luxe dans une gamme sélectionnée de nos véhicules haut de gamme. Grâce à l'énorme écho qu'il a rencontré auprès des clients, nous allons développer MANUFAKTUR au cours des prochaines années pour en faire un programme d'individualisation disponible pour tous les modèles haut de gamme. Avec notre vision de MANUFAKTUR, nous donnons aux clients un avant-goût passionnant de la manière dont nous envisageons l'avenir de l'individualisation des véhicules.

Ensuite, il y a notre PROJET MONDO G, que nous avons conçu exclusivement pour notre collaboration avec Moncler. Il a été présenté pour la première fois au début de l'année lors du défilé en direct de Moncler, "The Art of Genius", à la Fashion Week de Londres, et il est également exposé à Carlsbad. Enfin, nous présentons la Mercedes-Maybach Night Series, qui incarne le design le plus progressiste de cette marque prestigieuse. Ici aussi, les invités pourront faire l'expérience directe du "x-factor" de Mercedes-Benz, sous la forme d'éléments inattendus et progressifs qui défient délibérément les conventions. Nous créerons ainsi un nouveau style passionnant qui portera le design emblématique de la Maybach à un niveau supérieur.

Mais au-delà de la conception de nouveaux véhicules, nous avons encore d'autres choses en réserve. En collaboration avec l'artiste Harm van den Dorpel, nous créerons des NFT en direct sur le site. Un jeton non fongible a sa propre valeur, tout comme une peinture, une sculpture ou même une œuvre d'art numérique. Ce NFT est unique, vérifiable, négociable et programmable, ce qui signifie qu'il peut servir de certificat numérique de propriété authentique. Pour nous, les NFT représentent un élément important dans nos efforts visant à développer davantage l'expérience du client et à l'enrichir de fonctions numériques inattendues - à la fois dans la voiture et au-delà. Avec la Vision One-Eleven, nous lançons également une nouvelle collection : "ÉDITION LIMITÉE 1 SUR 111". C'est la première fois qu'une étude de design emblématique s'accompagne d'une collection de style de vie composée de cinq articles exclusifs. En plus de reprendre les couleurs distinctives de l'étude de la voiture de sport, chaque accessoire individuel de la collection reflétera également les éléments de design caractéristiques du véhicule.

### **Existe-t-il un calendrier pour l'objectif de construire les "voitures les plus désirables du monde" ?**

Je pense que nous sommes déjà en train de créer les voitures les plus désirables au monde. La nouvelle Classe E en est la preuve la plus récente. Je pense qu'elle est une combinaison exceptionnelle de technologie innovante et de design emblématique. La Classe E W 214 est actuellement la berline d'affaires la plus intelligente du marché. Elle incarne le luxe numérique et physique dans sa forme la plus pure, et son design le montre clairement au premier coup d'œil. Toutefois, en ce qui concerne l'objectif de construire les voitures les

plus désirables au monde, je tiens à préciser qu'il s'agit d'un processus continu qui recommence à chaque nouvelle génération de modèles.

**Mais cela signifie aussi que votre équipe travaille en permanence sous haute pression - comment gérer cela ?**

Tout d'abord, nous attendons de toute personne au sommet de son art qu'elle soit performante, qu'il s'agisse d'un artiste, d'un athlète de haut niveau ou de l'équipe de conception de Mercedes-Benz. Ce qui compte, c'est la façon dont vous gérez cette situation. Et quel que soit votre domaine d'activité, il n'y a qu'une seule approche qui tienne la route : avoir un concept clairement défini et une stratégie cohérente. Avec une équipe très motivée et compétente, c'est la base. À l'occasion de "Design No.5", nous montrons comment cela fonctionne pour nous, comment tout s'articule. Le lieu de la manifestation - cette année notre Design Center à Carlsbad, en Californie - joue un rôle central à cet égard. Il fait partie de notre réseau mondial de centres de design, avec lequel nous sommes présents sur tous les marchés clés. Ce réseau nous permet de suivre les tendances régionales dans le monde entier et de collaborer de manière interdisciplinaire et interculturelle. Les centres de design sont nos creusets créatifs, où nous forgeons des idées pour les automobiles de luxe du futur. L'environnement de chaque centre - comme la Californie, par exemple - est une source d'inspiration incroyable et inépuisable pour notre travail.

## Mercedes-Benz Vision One-Eleven : interprétation progressiste d'une icône de la marque des années 70

- Un pionnier du design et de la technologie dans la tradition des légendaires véhicules expérimentaux C 111.
- Extérieur : interprétation sportive du design One-Bow avec des références high-tech.
- Intérieur : fusion de l'ambiance lounge avec le minimalisme d'une supercar.
- Le moteur à flux axial de YASA annonce l'avenir de la conduite électrique performante.
- Batterie avec cellules cylindriques à refroidissement liquide haute performance.

Stuttgart/Carlsbad. Mercedes-Benz présente une nouvelle étude de voiture de sport. La Vision One-Eleven associe un langage stylistique très dynamique à une technologie innovante de motorisation entièrement électrique. La silhouette de la supercar est caractérisée par l'exécution habile de la signature Mercedes-Benz One-Bow qui est un marqueur de son style du 21<sup>st</sup> siècle. Le développement de ce design souligne le positionnement de la marque Mercedes-Benz, qui est synonyme de LUXE ICONIQUE. Sur le plan technique, le moteur à flux axial, extrêmement puissant et très efficace, a été mis au point par le spécialiste des moteurs électriques YASA. L'entreprise britannique est une filiale à 100 % de Mercedes-Benz AG depuis juillet 2021.

La Mercedes-Benz Vision One-Eleven s'inspire de la tradition des légendaires véhicules expérimentaux C 111 des années 1960 et 1970, qui étaient utilisés pour tester les moteurs Wankel et turbodiesel révolutionnaires. Ils servaient également de prototypes pour tester les carrosseries à base de polymères. Ces voitures de sport à moteur central extrêmement (aéro)dynamiques sont considérées comme des icônes du design de leur époque, notamment en raison de leurs portes papillon distinctives et de leur peinture orange et noire qui attire l'attention.

« Chez Mercedes-Benz, notre objectif n'est pas de faire du stylisme, mais de créer des icônes. Pour moi, c'est ce qui fait la différence entre le design grand public et le luxe. Les icônes du design comme le Type 300 SL et le C 111 - tous deux dotés de portes papillon - font partie de notre ADN. Ces véhicules légendaires ont été une source d'inspiration majeure pour le design emblématique de la Mercedes-Benz Vision One-Eleven. C'est la beauté et l'extraordinaire réunis dans une même vision de l'avenir. Notre "vision show car" entièrement électrique est l'interprétation moderne de la C 111, qui était avant-gardiste à l'époque. L'élément de surprise vient de ses proportions exceptionnellement nettes, puristes et, en même temps, extrêmement musclées.

Cette clarté iconique se retrouve également à l'intérieur. Le langage des formes, tout aussi sensuel que minimaliste, est synonyme d'ICONIC LUXURY by Mercedes-Benz ».

Gorden Wagener, Directeur du Design, Mercedes-Benz Group AG

« La Mercedes-Benz Vision One-Eleven associe un design époustouflant à une technologie de motorisation révolutionnaire. Comme son homonyme historique, elle explore de nouvelles voies pour l'avenir de la performance sportive. Au cœur de ce groupe motopropulseur compact et extrêmement efficace se trouve le moteur électrique innovant à flux axial YASA. Il offre une puissance comparable à celle d'un moteur de sport dans un encombrement considérablement réduit. Le moteur à flux axial YASA est donc idéal pour les véhicules électriques à hautes performances. Associée à la batterie cylindrique refroidie par liquide, dont la chimie des cellules s'inspire de la Formule 1, la Mercedes-Benz Vision One-Eleven est une nouvelle preuve du large éventail de performances qu'englobe notre stratégie de développement de la propulsion électrique sur quatre fronts ».

Markus Schäfer, membre du Conseil d'Administration de Mercedes-Benz Group AG, Directeur de la technologie

### L'extérieur - le design One-Bow dans sa forme la plus athlétique

La carrosserie de la Mercedes-Benz Vision One-Eleven repose sur une exécution habile du design One-Bow. De la partie avant surbaissée à la partie arrière musclée, elle forme un arc lisse qui confère à la silhouette du



véhicule, haute de seulement 1 170 mm, un aspect extrêmement sculptural. Cet aspect s'harmonise parfaitement avec la peinture orange foncé teintée d'une touche de cuivre. Elle fait indéniablement référence à la couleur distinctive de la C 111 sans pour autant l'adopter à l'identique. La couleur de la Mercedes-Benz Vision One-Eleven est nettement plus puissante que celle de la C 111 et change également en fonction de la lumière. Elle transmet non seulement un sentiment de qualité, mais aussi une certaine extravagance.

D'autres éléments remarquables de la vue latérale sont les portes papillon encastrées et les vitres latérales, qui sont opaques de l'extérieur et camouflées par un motif pixellisé. Les roues de grand diamètre insérées dans les passages de roue sous les ailes volumineuses et évasées en sont un autre exemple. Cela renforce l'impression d'une machine sportive sans compromis et aérodynamiquement raffinée. Le design des roues intègre des éléments puissamment structurés qui évoquent les enroulements d'un moteur électrique - un indicateur clair du groupe motopropulseur tout électrique de pointe qui sous-tend la Mercedes-Benz Vision One-Eleven. Ces éléments contrastent vivement avec le design iconique, minimaliste et lisse de la surface du véhicule, qui s'apparente davantage à une œuvre d'art sculpturale. Ce contraste est typique des x-factors que la marque applique à sa réflexion sur le design et constitue une caractéristique distinctive de la Vision One-Eleven.

Les jupes avant et arrière, très basses et peintes en noir mat, offrent un autre contraste saisissant. Les deux éléments aérodynamiques profondément creusés sont visuellement reliés par deux profils de lame de la même couleur qui courent le long des flancs sous les seuils. Ces profils comportent des perçages rétro-éclairés en bleu. Les éléments aérodynamiques fonctionnels servent également de référence au design de la C 111, dont la partie inférieure de la carrosserie est peinte en noir. La "ligne de quille" sombre de la Mercedes-Benz Vision One-Eleven crée une impression de transition transparente entre le véhicule et le sol qui est encore plus forte que celle de la C 111. La forme de la voiture semble fusionner avec la surface de la route.

**Le design de la face avant - un look high-tech emblématique avec une référence historique**  
L'aspect frontal de la Mercedes-Benz Vision One-Eleven évoque lui aussi fortement celui de la C 111. Dans le détail, cependant, les différences sont frappantes : L'un des exemples les plus marquants est la face avant, qui se compose sur les deux véhicules d'un élément rectangulaire bas avec des extrémités arrondies à gauche et à droite. Sur le C 111, il s'agit d'un élément en plastique fermé avec une structure en nid d'abeille, équipé de projecteurs antibrouillard ronds. L'élément correspondant sur la Vision One-Eleven semble très similaire à première vue. Cependant, en y regardant de plus près, elle se révèle être un élément de haute technologie. Il s'agit d'un écran externe flexible à l'aspect 3D pixellisé. Il interprète les feux ronds caractéristiques de la C 111 sous forme numérisée et peut également transmettre des messages aux autres usagers de la route.

Contrairement à la C 111, la Mercedes-Benz Vision One-Eleven arbore une jupe avant en forme de U et fortement profilée. Au-dessus de la fine bande lumineuse, l'ancêtre et le descendant présentent d'autres similitudes, notamment les prises d'air noires sur le capot.

#### **Conception de la partie arrière - caractéristiques aérodynamiques et éléments numériques**

La partie arrière de la Mercedes-Benz Vision One-Eleven est également dominée par un diffuseur au profil puissant. Il est surmonté d'un écran qui reprend la forme de son homologue à l'avant et la même structure pixellisée dans les feux arrière rouges. À l'instar des profils de lames sur les côtés, des effets d'éclairage bleus sont également visibles à l'arrière. La face intérieure des roues est dotée d'éléments lumineux circulaires.

#### **Le design intérieur - le premier intérieur de voiture de sport avec un concept de salon**

L'intérieur de la Mercedes-Benz Vision One-Eleven présente le premier intérieur de voiture de sport avec un concept de salon. Il reflète le changement de paradigme entre la voiture de sport à conduite autonome et le véhicule électrique autonome dans le segment des super-voitures de sport et réunit deux états d'esprit complètement différents. En mode course, avec le dossier relevé et l'écran tactile compact orienté vers le conducteur, l'intérieur devient celui d'une machine à conduire minimaliste. À l'inverse, en mode "lounging", les

sièges sont entièrement intégrés à la sculpture intérieure, qui fusionne les seuils, le tunnel central et le compartiment à bagages en une seule unité.

Cela crée un tout nouveau concept spatial exceptionnellement aéré. Contrairement aux précédentes voitures de sport à moteur central, elle tire parti des proportions compactes des moteurs électriques pour étendre l'intérieur vers l'arrière. En conséquence, l'intérieur de type lounge invite les occupants à prendre leur temps et à se détendre - une approche totalement nouvelle pour la voiture de sport du futur.

### **Ambiance futuriste et luxueuse avec des couleurs contrastées**

Le design intérieur de la Vision One-Eleven reflète un luxe futuriste basé sur un concept de couleurs progressif et des combinaisons de matériaux extraordinaires. Les couleurs et les matériaux richement contrastés attirent l'attention au premier coup d'œil : Les grandes surfaces, comme le tableau de bord, sont recouvertes d'un tissu blanc présentant une structure en nid d'abeille d'aspect technique. Le matériau est fabriqué à partir de polyester recyclé à 100 %. D'autres éléments tels que les accoudoirs sur les seuils et la console centrale, ainsi que la tablette arrière sous le grand pare-brise arrière, sont revêtus de cuir orange vif. La transition entre l'intérieur et le compartiment à bagages se fait ainsi en douceur. Le cuir traité de manière durable a été tanné à l'aide d'écorces de grains de café. L'aluminium poli des branches du volant et des sangles incrustées sur les accoudoirs souligne l'aspect et la sensation de technologie. Il en va de même pour les pédales de frein et d'accélérateur, toutes deux en aluminium poli et fixées au sol.

Pour le reste, l'équipement intérieur de la Mercedes-Benz Vision One-Eleven a été réduit au minimum. Comme pour l'extérieur, il s'agissait ici aussi de limiter au strict minimum le nombre d'équipements supplémentaires. Les sièges en sont un bon exemple puisqu'ils ne suivent pas le format classique. Au lieu de cela, les coussins des sièges sont intégrés dans le plancher. Cela donne l'impression initiale d'un siège baquet dans une voiture de course de Formule 1. Le harnais orange à quatre points et sa boucle polie brillante renforcent encore le caractère sportif.

Néanmoins, les sièges innovants combinent cette sensation sportive avec un confort luxueux car, contrairement à ce qui se passe dans une voiture de course de Formule 1, l'angle du dossier peut être réglé. L'éclat argenté de leur revêtement matelassé au diamant est un autre élément qui attire l'attention et souligne l'ambiance intérieure de première classe. Entre les sièges se trouve une console centrale compacte, qui se détache dans l'espace comme une œuvre d'art.

Le seul élément très complexe de l'habitacle est le volant gainé de cuir, qui est équipé de diverses commandes fonctionnelles et d'éléments tactiles de pointe. Il est complété par un écran tactile compact à haute résolution monté sur le côté du volant et orienté vers le conducteur. Il affiche toutes les informations pertinentes sur le véhicule, selon les besoins.

### **Fusion de l'analogique et du numérique - UI/UX à l'aspect pixel rétro-futuriste**

Le contraste avec l'intérieur moderne est assuré par l'écran pixel élancé qui s'étend sur toute la largeur du tableau de bord et qui reprend la forme des feux avant et arrière. Ici aussi, la structure des pixels est volontairement grossière, ce qui donne aux informations affichées - comme la vitesse actuelle - un aspect saisissant. En outre, l'affichage 3D des pixels présente des œuvres d'art numériques sous la forme d'un flux de QR codes grossièrement tramés, dans le style des premiers télésécrans numériques. Cela se fait à l'aide de pixels de verre qui affichent un gradient de couleur changeant en fonction de l'angle de vue. L'image réelle correspondante apparaît alors très nette sur l'écran haute résolution situé à côté du volant.

Cette combinaison de représentations très différentes de la même image incarne une nouvelle interprétation de l'Hyperscreen MBUX, qui met l'accent sur la flexibilité des interfaces. L'aspect rétro-futuriste, 8-bit, crée ainsi un x-factor supplémentaire. Le développement de la Mercedes-Benz Vision One-Eleven renforce la fusion croissante du physique et du numérique.

## **Création d'une interface utilisateur spatiale expérimentale - la réalité augmentée porte l'expérience de l'utilisateur à un niveau supérieur**

Pour la première de la Vision One-Eleven, les designers de Mercedes-Benz ont créé une expérience utilisateur visionnaire à l'aide de la réalité augmentée (RA), en la plaçant dans un prototype virtuel de l'intérieur de la Vision One-Eleven. Dès que le conducteur enfle le casque de réalité augmentée Magic Leap 2, son expérience s'enrichit d'un contenu numérique haute définition qui s'intègre contextuellement à son environnement. Cela crée un mélange spatial transparent entre l'intérieur physique et l'interface utilisateur numérique au-delà de l'écran. En fait, c'est toute la voiture qui devient l'interface utilisateur.

Mercedes-Benz explore les avantages de la réalité augmentée depuis le lancement du concept-car F015 en 2015. L'interface utilisateur RA de cette nouvelle voiture présente une vision du futur qui fonctionne à deux niveaux : les informations attachées au tableau de bord et les informations placées dans l'environnement à l'intérieur et à l'extérieur de la voiture. Il s'agit de l'étape suivante entre l'interface utilisateur basée sur l'écran et la technologie intuitive de couche zéro de Mercedes-Benz, et l'interface utilisateur de réalité augmentée qui dispose des éléments de couche zéro autour de l'utilisateur dans l'espace. Les éléments comprennent des modules, des icônes 3D et la carte de navigation. L'interface de commande autour du tableau de bord et du volant est également enrichie d'informations contextuelles supplémentaires liées à des objets réels tels que des boutons ou des interrupteurs.

La vue RA à 180 degrés intègre le monde extérieur au prototype virtuel, fusionnant sans effort la voiture avec son environnement et plaçant le conducteur au centre. Des éléments cartographiques sont projetés dans l'environnement, qui est enrichi d'informations supplémentaires telles que les lieux d'intérêt ou les dangers cachés, comme les travaux routiers au-delà d'un virage. Grâce à cette vue en rayons X, le système améliore la connaissance de la situation en éliminant les détails sans importance pour créer une image dégagée des données pertinentes. Les éléments qui obstruent le champ de vision du conducteur, tels que le montant A, les portes ou même le capot, apparaissent alors "transparents". Les concepteurs et experts de Mercedes-Benz ont collaboré avec les spécialistes techniques de Magic Leap pour développer et affiner l'expérience de la réalité augmentée présentée dans la Vision One-Eleven en utilisant les lunettes de réalité augmentée Magic Leap 2, très avancées.

L'interface utilisateur spatiale est une balise pour une expérience utilisateur Mercedes-Benz qui n'est pas encombrée par la technologie. Elle s'inscrit dans une vision plus large de la réalité étendue, dans laquelle la technologie et le matériel cessent d'être le point central pour devenir des facilitateurs totalement intégrés et transparents des besoins et des souhaits de l'utilisateur.

## **Groupe motopropulseur électrique innovant - moteur à flux axial haute performance et toute nouvelle technologie de batterie**

Les points forts de la technologie comprennent un nouveau concept de batterie comprenant des cellules cylindriques haute performance refroidies par liquide avec une nouvelle chimie cellulaire. Une fois de plus, les connaissances approfondies des experts en sport automobile de Mercedes-AMG High Performance Powertrain à Brixworth ont permis d'élaborer ce concept prometteur pour les futures batteries axées sur la performance. Par ailleurs, la Vision One-Eleven est équipée d'un moteur à flux axial exceptionnellement puissant et avancé de YASA. Mercedes-Benz développe cette technologie en collaboration avec YASA jusqu'à ce qu'elle atteigne le stade de la production à grande échelle pour ses moteurs électriques de la prochaine génération. YASA est un spécialiste britannique des moteurs électriques basé à Oxford et est une filiale à 100 % de Mercedes-Benz AG depuis juillet 2021. L'entreprise s'est ainsi assuré l'accès à une technologie d'avenir unique qui a le potentiel d'amener la mobilité électrique à un nouveau niveau de performance.

« Les moteurs à flux axial sont nettement plus légers et plus compacts, tout en étant plus puissants que les moteurs à flux radial comparables actuellement utilisés dans 99 % des voitures électriques. Dans un moteur à flux axial, le flux électromagnétique est parallèle à l'axe de rotation du moteur, ce qui est très efficace. Dans

un moteur à flux radial, le flux est perpendiculaire à l'axe de rotation. Par rapport aux moteurs à flux radial, ils ont des réserves de puissance considérablement plus élevées et plus durables, ce qui permet d'atteindre un tout nouveau niveau de performance ».

Tim Woolmer, Fondateur et Directeur de la Technologie de YASA

Outre sa puissance et sa densité de couple, un autre avantage majeur est l'étalement de l'ensemble, qui réduit à la fois son poids et ses dimensions. Le poids d'un moteur à flux axial ne représente qu'un tiers de celui des moteurs électriques actuels de même puissance. En même temps, il n'occupe qu'un tiers de l'espace occupé par un moteur à flux radial. Cela ouvre de nouvelles options pour les ingénieurs ainsi que de nouvelles libertés dans la conception d'un véhicule électrique, comme le démontre la Vision One-Eleven.

La future génération de moteurs à flux axial YASA sera produite dans l'usine Mercedes-Benz de Berlin-Marienfelde. Les moteurs fabriqués dans cette usine seront au cœur du futur groupe motopropulseur pour le segment de la performance.

### **Produits de haute qualité de la collection Mercedes-Benz : "LIMITED EDITION 1 OF 111"**

Parallèlement à la présentation de l'étude de la voiture de sport, Mercedes-Benz lance la collection "LIMITED EDITION 1 OF 111". Pour la première fois, une étude de design emblématique est accompagnée d'une collection lifestyle exclusive. Cette collection transpose l'esprit des années 1970 dans le présent et associe une sportivité décontractée à une attention particulière portée aux détails. Outre la couleur distinctive de la Vision One-Eleven, les accessoires individuels rappellent également les éléments de design caractéristiques du véhicule. Les cinq articles sont chacun limités à 111 pièces et offrent ainsi aux admirateurs de cette étude fascinante une occasion exclusive d'emporter son style chez eux. Tous les produits portent la mention " LIMITED EDITION 1 OF 111" - en relief, imprimée ou gravée. L'emballage de haute qualité, également de couleur orange, est orné sur le dessus de l'étoile Mercedes et de l'inscription " LIMITED EDITION 1 OF 111".

Le **sac de voyage** en argent, orange et noir est un luxueux fourre-tout en cuir de vachette de haute qualité avec un motif de diamant frappant. Les deux écussons en cuir gaufré situés à gauche et à droite présentent le logo Mercedes-Benz d'un côté et l'étiquette de l'édition limitée de l'autre. En outre, un pendentif en cuir noir porte l'inscription "Vision One-Eleven". Outre les deux poignées en cuir, le sac de voyage est doté d'une bandoulière avec un rembourrage en cuir. Le sac de voyage (dimensions : environ 50 x 30 x 28,5 cm) peut contenir environ 40 litres.

Outre les verres Carl Zeiss Vision N2020 de couleur orange, les **lunettes de soleil se distinguent** par leur double pont légèrement décalé vers le haut. Les lunettes de soleil aviateur classiques de 19 grammes au style rétro sont "fabriquées par ic! berlin pour Mercedes-Benz". L'édition limitée est gravée à l'intérieur de la pièce latérale, le motif étoilé à l'extérieur. Un autre point fort de la monture en acier inoxydable hautement poli est le système d'assemblage sans vis bien connu d'ic! berlin.

Le **sweat à capuche** de coupe moderne en orange et gris est doté d'une capuche, d'une poche et d'un cordon de serrage avec ceinture plate noire, imprimé en blanc avec l'étiquette "LIMITED EDITION 1 OF 111". Le dos est orné d'une étoile 3D gaufrée d'un diamètre d'environ 20 cm, et les manches raglan sont dotées d'un empèchement gris avec un motif de losanges ton sur ton.

La **casquette** en coton orange avec boucle en métal est ornée d'une étoile brodée ton sur ton sur le devant, et l'étiquette "Limited Edition" est imprimée en blanc sur le côté gauche. Le lettrage Mercedes-Benz se trouve sur les bretelles intérieures, qui sont également orange.

La **coque de l'iPhone 14 Pro**, orange à l'extérieur, doublée de microfibre grise à l'intérieur, est fabriquée en silicone liquide avec une finition en caoutchouc soft-touch. L'inscription "LIMITED EDITION 1 OF 111" est

imprimée en blanc sur la face avant et en gris ton sur la face intérieure, et l'étoile Mercedes-Benz est imprimée en orange ton sur la face avant et en gris ton sur la face intérieure.

Les articles de la collection "LIMITED EDITION 1 OF 111" seront disponibles à partir d'août 2023 ici : [www.1of111.com](http://www.1of111.com).

## MANUFAKTUR - le label de l'individualisation

- Le programme de personnalisation MANUFAKTUR est très bien accueilli par les clients.
- Le programme MANUFAKTUR actuel sera étendu à de nouveaux modèles et à de nouveaux niveaux d'artisanat individuel.
- Vision de MANUFAKTUR : Mercedes-Benz donne un aperçu des possibilités hyper exclusives offertes par le programme d'individualisation.

Stuttgart/Carlsbad. Mercedes-Benz a toujours permis à ses clients de personnaliser leur véhicule. Des nombreuses teintes de peinture aux options de pointe, il est facile d'adapter une Mercedes à un goût ou à une envie spécifique. Mais il y a un peu plus d'un an et demi, Mercedes-Benz a franchi une nouvelle étape en lançant son programme "MANUFAKTUR", qui permet aux clients d'atteindre un niveau encore plus élevé d'artisanat individuel lorsqu'ils commandent leur véhicule.

Ce programme ayant rencontré un vif succès auprès des clients, il sera continuellement élargi. Au cours des prochaines années, l'objectif du programme de personnalisation MANUFAKTUR est de devenir l'outil ultime d'expression personnelle du client chez Mercedes-Benz, disponible sur tous les modèles de luxe haut de gamme. Les clients auront accès à des caractéristiques telles que des teintes de cuir nouvelles pour Mercedes-Benz, ainsi qu'à des graphismes de sièges personnalisés et à des gaufrages de cuir. Ils auront également accès à de nouveaux styles de garnitures intérieures - par exemple, des garnitures peintes dans des couleurs spéciales qui attirent l'attention et des finitions sur mesure. Avec MANUFAKTUR, les clients reçoivent déjà une voiture d'une valeur particulière, construite selon leurs idées et leurs souhaits personnels à partir d'une large sélection d'options.

Tout cela a été rendu possible par la combinaison de plusieurs facteurs. Tout d'abord, un échange étroit avec les clients a été crucial afin de comprendre au mieux - et de répondre - à presque tous les besoins ou désirs concernant leurs véhicules. La formation des employés sélectionnés pour travailler sur ce programme a également fait l'objet d'un investissement important. Les résultats se traduisent par des niveaux inégalés de qualité, d'individualisation et d'exclusivité.

« Lorsqu'il s'agit de choisir une voiture, nos clients s'attendent à un véhicule désirable, doté des dernières technologies automobiles et d'un savoir-faire de la plus haute qualité, produit de manière responsable et durable. C'est ce que propose le MANUFAKTUR sur notre site de production allemand de Sindelfingen.

L'équipe dévouée de spécialistes triés sur le volet est formée pour adapter les véhicules aux goûts personnels de nos clients, en utilisant les meilleurs matériaux et le meilleur savoir-faire de Mercedes-Benz ».

Jörg Burzer, membre du Conseil d'Administration de Mercedes-Benz Group AG, Production et Gestion de la chaîne d'approvisionnement

### **L'individualité fabriquée à la main par des experts hautement qualifiés**

MANUFAKTUR comprend une gamme d'éléments personnalisés qui ne figurent pas normalement dans les carnets de commande - des options telles que les finitions de peinture magno et des touches intérieures telles qu'une sellerie personnalisée combinée à des éléments de tableau de bord et de garniture de porte en bois ou en laque de piano, par exemple. Il est actuellement disponible sur des véhicules aussi exclusifs que le coupé GT 4 portes et le SL de Mercedes-AMG, la berline Mercedes-Benz EQS, la Classe S - y compris ses homologues Maybach et AMG - et, bien sûr, la Classe G. Avec MANUFAKTUR, il est possible de réaliser des compositions étonnantes de couleurs, de textures, de matériaux et de finitions de surface. Une équipe de spécialistes de la finition à la main, spécialement formés dans le cadre d'un programme de trois ans ou plus, veille à l'application parfaite de ces matériaux et de ces finitions. Cet engagement à l'égard de l'artisanat se traduit par un niveau d'exécution inégalé.

### **Un large éventail d'options différentes**

De nombreuses couleurs unies ainsi que des peintures métallisées et magnétiques sont disponibles pour l'extérieur du MANUFAKTUR. Par exemple, les clients peuvent choisir parmi une trentaine de peintures MANUFAKTUR pour la Classe G et jusqu'à 13 peintures MANUFAKTUR pour la Classe S. Pour la Mercedes-Maybach Classe S, de nombreuses peintures bicolores sont également disponibles.

Le pack intérieur MANUFAKTUR disponible pour tous les modèles de la Classe S comprend les sièges avant et arrière en cuir nappa exclusif MANUFAKTUR, avec un matelassage en losange complexe. Le cuir nappa dans les couleurs MANUFAKTUR est également utilisé pour les accoudoirs et les panneaux centraux des portes, la console centrale, y compris les accoudoirs, et la partie inférieure du tableau de bord. Ce niveau de MANUFAKTUR offre aux clients tous les avantages de la personnalisation sans aucun temps de production supplémentaire.

En plus de l'offre MANUFAKTUR, il est possible de répondre aux besoins spécifiques et individuels des clients grâce à une individualisation encore plus poussée. Pour ce faire, les conseillers clientèle du Centre d'excellence Mercedes-Benz de Sindelfingen ou de l'Atelier Maybach de Shanghai sont à votre disposition.

### **Vision of MANUFAKTUR - l'avenir du désir grâce à l'individualisation ultime**

Le show car Vision of MANUFAKTUR donne un aperçu alléchant des possibilités hyper exclusives offertes par le programme d'individualisation de la société. Présentée de manière exquise sur une Mercedes-Maybach Classe S, la personnalisation de l'extérieur et de l'intérieur donne un avant-goût de ce qui pourrait être. L'éclat subtil de l'extérieur ouvre la voie à un intérieur somptueusement distinctif, agrémenté de détails inédits.

### **Le vernis scintillant apporte plus de finesse et de mysticisme à l'extérieur**

Le vernis scintillant, qui contient de véritables paillettes de verre et qui recouvre la couche de base colorée, rehausse la présence puissante de la Mercedes-Maybach Classe S d'un soupçon subtil de poussière d'étoiles. Le chatoiement élégant qui en résulte varie légèrement en fonction de l'heure de la journée et de l'intensité de la lumière ambiante. Le même effet appliqué aux puissantes jantes de 20 pouces, avec leur design forgé à cinq trous, complète l'aspect général. La peinture expressive contraste avec les garnitures extérieures chromées étincelantes, la calandre Mercedes-Maybach distinctive et l'emblème Mercedes-Maybach sur le montant C.

### **Des couleurs et des garnitures élégantes pour une nouvelle expression de l'excellence artisanale**

Resplendissant dans la nouvelle couleur jaune maïs, les sièges exécutifs de la Vision de MANUFAKTUR sont recouverts du meilleur cuir nappa traité de manière durable et présentent un nouveau motif kaléidoscope. Les courbes géométriques audacieuses sont un gage de confort progressif. Les sièges présentent des coutures très travaillées qui encadrent les extraordinaires graphiques des sièges et la console centrale. Les sièges arrière entièrement réglables nichent leurs occupants dans un cocon enveloppant revêtu de cuir nappa noir ou blanc, tandis que la section de garniture qui s'étend derrière les épaules et descend entre les sièges est finie dans la même couche transparente profonde et étincelante que l'extérieur. Le revêtement en cuir nappa jaune maïs se retrouve également sur les panneaux de porte, le tunnel central et les accoudoirs. L'utilisation de couleurs et de motifs nouveaux et audacieux crée une expérience visuelle innovante pour les véhicules Mercedes-Maybach, dans le but d'ouvrir la marque à de nouveaux groupes cibles.

## Night Series : un nouveau look extravagant pour la Mercedes-Maybach

- Le pack Night Series confère un nouveau look sombre à la gamme Maybach, avec des éléments extérieurs et intérieurs extravagants.
- Le pack progressif Night Series est disponible pour tous les modèles de série Mercedes-Maybach.
- Peinture bicolore exclusive dans la combinaison noir onyx/argent mojave pour la Mercedes-Maybach Classe S.

Carlsbad/Stuttgart. Mercedes-Maybach présente la série Night - le prochain chapitre de la mission de la marque qui consiste à faire évoluer son portefeuille et à créer des moments où la magie naît. Elle s'accompagne de détails tels que des éléments chromés sombres, des surfaces qui captent la lumière comme un bijou taillé et des intérieurs qui élèvent le design Maybach à un nouveau niveau. Grâce à un scénario inattendu et progressif, Night Series défie les conventions pour susciter le désir d'une nouvelle marque chez de nouveaux publics. L'ensemble Night Series offre à la fois du style et de la substance avec une apparence audacieuse, reflétant le caractère progressiste du véhicule.

« La série Night est l'ensemble de design Maybach le plus progressif - il s'agit de notre esthétique suprême déjà bien connue, rehaussée par des motifs exquis et sombres. Notre objectif était de créer un nouveau style passionnant, offrant un sens ludique de la rébellion qui s'écarte de manière inattendue de la norme dans une Mercedes-Maybach. »

Gorden Wagener, Directeur du Design Mercedes-Benz Group AG

Le pack Night Series est conçu pour trois modèles Mercedes-Maybach, qui comprennent tous des éléments en chrome foncé, des détails en or rose et des jantes au design innovant, raffinées avec un motif Maybach sombre et brillant, ainsi qu'un décor intérieur en chevrons. Avec sa devise "Black labels and backlights", une animation de démarrage mystique pour l'interface utilisateur complète la palette de couleurs de la série Night. Chaque modèle est également doté d'un design unique.

### **Mercedes-Maybach Classe S : la version Night Series**

Si la Classe S Mercedes-Maybach originale représente un nouveau sommet de confort et de valeur, la version spéciale Night Series porte le luxe et la sportivité raffinée à un niveau supérieur. Pour la Classe S, le pack Night Series comprend différentes finitions de peinture dans les tons gris, noir et blanc, ainsi qu'une finition de peinture bicolore exclusive dans la combinaison noir onyx/argent Mojave.

Les détails raffinés comprennent l'or rose dans les phares et des éléments chromés métalliques foncés, qui ajoutent à la silhouette élégante et étirée du design, accentuée par les deux embouts d'échappement visibles chromés foncé et en noir.

Alors que l'intérieur déjà emblématique de la Classe S porte le luxe à un niveau supérieur, la série Night élargit l'exclusivité du modèle avec deux variantes d'intérieur : noir avec cuir nappa noir nacré ou MANUFAKTUR blanc/noir profond. L'élégant effet nacré de l'option cuir nappa noir/noir perlé, associé aux passepoils brillants gris doré, souligne subtilement l'exclusivité de l'intérieur de première classe.

Et ce n'est pas tout : la société partenaire MAYBACH Icons of Luxury présentera bientôt une collection inspirée de la Night Series. Elle comprendra des sacs, des chaussures de sport et des lunettes.



## Mercedes-Benz collabore avec l'artiste numérique Harm van den Dorpel pour proposer des œuvres d'art basées sur la blockchain

- Mercedes-Benz s'associe à l'artiste numérique néerlandais Harm van den Dorpel et à Fingerprints DAO, un collectif artistique renommé, pour créer la collection "Maschine".
- La collection "Maschine" est la première activité de Mercedes-Benz NXT, le nouveau centre dédié aux objets numériques de l'entreprise.
- La collaboration gérée par le nouveau studio créatif 0xNXT GmbH permet à Mercedes-Benz d'ouvrir de nouvelles dimensions stratégiques de développement commercial numérique et de créer des relations et des expériences avec et pour de nouveaux groupes de clients.
- Premier test d'une nouvelle application embarquée qui permettra à l'avenir de découvrir des œuvres d'art numériques dans le véhicule.

Carlsbad/Stuttgart. Au Design No.5, Mercedes-Benz célèbre le travail de sa nouvelle maison des objets numériques, Mercedes-Benz NXT. En collaboration avec Harm van den Dorpel, l'un des plus grands artistes numériques au monde, et un groupe de collectionneurs d'art appelé Fingerprints DAO, Mercedes-Benz NXT présente la collection "Maschine", une série exclusive d'objets numériques générés par le code.

Harm van den Dorpel, artiste numérique aux multiples facettes, est un pionnier de l'utilisation de l'art de la blockchain depuis 2015. Pour donner à ce projet une saveur automobile, il a choisi le "mouvement" comme thème central. L'inspiration est venue du mouvement hypnotique d'une roue de voiture, mais aussi du mouvement que le passager ressent lorsqu'il est assis dans le véhicule et qu'il se déplace dans le paysage. Harm van den Dorpel a conçu un réseau neuronal pour créer une série de 1 000 œuvres d'art uniques, chacune différente par sa forme, sa vitesse et sa couleur. L'algorithme produisant des résultats aléatoires, l'effet de roue de wagon (ou stroboscopique) modifie constamment l'apparence de l'œuvre d'art, attirant le spectateur au fur et à mesure que les rayons tournent.

Outre la collection "Maschine", une démonstration spéciale en direct est également organisée. Harm van den Dorpel et Gorden Wagener, Chief Design Officer de Mercedes-Benz Group AG, se réunissent pour concevoir en temps réel des NFT personnalisés de la collection "Maschine". Il s'agit d'un moment emblématique qui souligne la façon dont Mercedes-Benz peut combiner le design et la technologie pour créer des expériences extraordinaires et personnalisées pour ses clients.

« Chez Mercedes-Benz, il existe une interaction constante entre l'art et le design, chacun influençant l'autre et étant influencé par lui. Alors que nos voitures deviennent de plus en plus numériques, l'idée que Mercedes-Benz crée ses propres NFT uniques est un domaine qui intéresse particulièrement l'équipe de design. Harm van den Dorpel est un excellent partenaire pour la première collection de NFT sous notre nouvelle marque Mercedes-Benz NXT. Harm a exploré l'intersection de la technologie, de l'art et du design, et il sait comment réunir la communauté NFT et les passionnés de Mercedes-Benz ».

Gorden Wagener, Directeur du Design, Mercedes-Benz Group AG

L'art génératif est une technique dans laquelle un artiste utilise des algorithmes pour produire des œuvres d'art uniques et originales. Dans le cas de la collection "Maschine", Harm van den Dorpel a créé un programme informatique pour manipuler un ensemble de paramètres - de la couleur à la vitesse de mouvement - et produire un design avec un certain degré d'aléatoire. Ainsi, chaque pièce peut être profondément personnelle pour le collectionneur, tout en conservant un langage visuel commun - ce que Mercedes-Benz s'efforce constamment de réaliser à travers ses véhicules et ses autres produits.

« Pour moi, l'art génératif consiste à créer des résultats excitants et aléatoires. En contrôlant l'algorithme, il est possible de créer des œuvres d'art d'une grande complexité visuelle. En fait, je suis souvent surpris par les résultats, ce qui rend le processus de création vraiment fascinant. »

Harm van den Dorpel, artiste numérique

L'utilisation de techniques génératives, telles que le codage, signifie que les œuvres d'art de ce type évoluent et changent constamment. Cela correspond parfaitement au besoin de Mercedes-Benz d'offrir une expérience plus dynamique et en constante évolution à tous ses consommateurs.

### **Adopter la dimension numérique - créer un luxe emblématique**

L'histoire de Mercedes-Benz s'étend sur plus de 130 ans. Au cours de cette période, les collectionneurs en sont venus à apprécier toutes sortes d'objets physiques couvrant l'ensemble du portefeuille de la marque - des véhicules aux modèles réduits en passant par les souvenirs. Avec Mercedes-Benz NXT, l'objectif est de transposer cette collection dans le domaine numérique et de créer des objets numériques qui résistent à l'épreuve du temps.

Les objets de collection numériques sous la forme de NFT permettent à Mercedes-Benz de soutenir de nouvelles dimensions stratégiques du développement commercial numérique et de créer des liens et des expériences avec de nouveaux groupes de clients. En outre, la volonté de Mercedes-Benz d'entrer dans l'espace des NFT renforce son ambition de créer un luxe emblématique. Pour ce faire, elle a établi un partenariat exclusif avec le réseau mondial d'agences créatives Omnicom, par l'intermédiaire de son studio de création numérique dédié, 0xNXT. Ce studio créatif développera et exécutera exclusivement des projets NFT pour Mercedes-Benz sous le nom de "Mercedes-Benz NXT".

À l'avenir, les objets numériques de Mercedes-Benz NXT seront d'abord vendus sur le site web [nxt.mercedes-benz.com](https://nxt.mercedes-benz.com), puis sur des places de marché secondaires NFT.

### **Stimuler l'engagement numérique - pourquoi les NFT sont-elles collectées et échangées ?**

Un NFT est un jeton non fongible, c'est-à-dire un objet numérique unique dont la propriété est gérée par la blockchain et qui est utilisé pour représenter de l'art numérique ou des collections numériques. Ces jetons peuvent être fongibles ou non fongibles, en fonction de la manière dont ils sont échangés. Si un jeton est fongible, cela signifie que sa valeur est fixée à la valeur d'autres jetons, par exemple des billets de banque (les crypto-monnaies comme le bitcoin et l'éther sont des "jetons fongibles"). Lorsqu'un jeton est non fongible, cela signifie qu'il a sa propre valeur unique, comme une peinture, une sculpture ou même une œuvre d'art numérique. Ce NFT est unique, vérifiable, négociable et programmable, ce qui lui permet de servir de certificat numérique de propriété réelle.

### **Fusionner le physique et le numérique**

Actuellement, l'art numérique ne se manifeste que sur des écrans dans les musées ou à la maison, ainsi que sur les smartphones et les smartwatches. Cependant, Mercedes-Benz prévoit d'étendre cet "espace d'exposition" avec la nouvelle Classe E et, par la même occasion, de réinterpréter la définition d'une "voiture d'art".

« Mercedes-Benz est sur la voie d'un avenir numérique. Nous poursuivons donc la numérisation de nos voitures grâce à des innovations basées sur des logiciels. Notre objectif est d'élargir sans cesse les possibilités d'individualisation de l'intérieur : outre les œuvres d'art numériques, nous souhaitons également intégrer les œuvres d'art NFT personnelles de nos clients et permettre ainsi une expérience de marque innovante ».

Markus Schäfer, membre du conseil d'Administration de Mercedes-Benz Group AG, Directeur de la technologie

La nouvelle application permettra aux clients d'afficher des œuvres contemporaines de la collection d'art Mercedes-Benz de renommée internationale. En outre, il sera possible de sélectionner une œuvre à la fois et de l'afficher en mode plein écran. Le deuxième axe est une fonction qui permettra aux clients de relier leur portefeuille cryptographique personnel à la Mercedes-Benz et d'afficher leurs propres œuvres d'art NFT dans le véhicule. De cette manière, les clients ayant souscrit un abonnement valide à l'offre de divertissement pourront accéder à un contenu encore plus personnalisé sur l'écran lorsqu'ils sont en déplacement. Un

premier pilote de l'application sera disponible dans le courant de l'année prochaine. Mercedes-Benz a développé elle-même l'application logicielle.

L'art numérique jouera un rôle important chez Mercedes-Benz à l'avenir, car il soutient l'approche stratégique de l'entreprise qui consiste à fusionner les produits physiques et numériques.

## PROJET MONDO G : une œuvre d'art unique fusionne les caractéristiques de la Classe G avec la veste polaire de Moncler qui définit le style

- En avant-première, la sculpture issue de cette collaboration a été dévoilée lors du défilé Moncler "The Art of Genius" pendant la Fashion Week à Londres en février.
- Les deux marques partagent une passion pour l'innovation, un langage de conception concis et une approche novatrice des collaborations interculturelles.
- Le PROJET MONDO G marque le premier partenariat automobile de Moncler.

Stuttgart/Carlsbad. Le PROJET MONDO G est le résultat de la collaboration entre Mercedes-Benz et Moncler, fusionnant l'emblématique Classe G et les éléments de design distinctifs de la marque de mode. L'œuvre d'art collaborative a été présentée pour la première fois lors du défilé "The Art of Genius" de Moncler pendant la Fashion Week de Londres en février, en tant que showcar héros de la campagne mondiale "Art of Imagination". Le thème de cette campagne est un message d'inspiration qui incite à rêver grand et à explorer ses propres premières fois : innover, mettre l'impossible à portée de main et découvrir sans limites. Mercedes-Benz et Moncler partagent une passion pour l'innovation, un langage de conception concis et une approche novatrice des collaborations interculturelles. Ces valeurs et attributs définissent les deux partenaires, qui se réunissent aujourd'hui pour présenter les opportunités créatives et les possibilités offertes par la fusion des univers des deux marques. L'œuvre d'art collaborative PROJECT MONDO G marque le premier partenariat automobile de Moncler.

« La collaboration avec Moncler nous a inspirés pour créer une véritable sculpture iconique sur roues - une déclaration de design très audacieuse : notre PROJET MONDO G. Basée sur notre philosophie de design Sensual Purity, cette pièce d'art fusionne des formes et des surfaces extrêmement contrastées : des matériaux brillants de vaisseau spatial avec un aspect de patine usée ; la géométrie forte de la Classe G avec les formes organiques des vestes bouffantes Moncler. Deux grandes marques de luxe offrent une nouvelle expérience extraordinaire en combinant les univers de l'automobile et de la mode en une seule pièce. Le langage des formes, surdimensionné et exagéré, est un art polarisateur qui donne de nouvelles impulsions et de nouvelles tendances ».

Gorden Wagener, Directeur du Design Mercedes-Benz Group AG

### PROJECT MONDO G : iconic art

L'œuvre d'art conçue exclusivement pour la collaboration entre Mercedes-Benz et Moncler fusionne les caractéristiques de l'emblématique tout-terrain Mercedes-Benz Classe G avec la veste polaire Moncler qui définit le style. Elle crée un contraste spectaculaire entre le design anguleux de la Classe G et les lignes douces et fluides du textile matelassé. Incomparables et inimitables, ces deux produits fonctionnels sont devenus, au cours des dernières décennies, des articles de style de vie d'une valeur luxueuse. La fusion des opposés donne naissance à un objet sculptural : PROJET MONDO G invite à faire l'expérience de la transformation d'un objet autrefois purement utilitaire en un objet de design. Ses dimensions impressionnantes sont les suivantes 4,6 m de long, 2,8 m de haut, 3,4 m de large (avec les roues) et un poids de 2,5 tonnes.

En y regardant de plus près, on découvre d'autres éléments caractéristiques qui ont un lien concret avec les produits d'origine et qui créent des contrastes intéressants : la patine rugueuse est la trace visible de l'utilisation, qui renvoie à la fonctionnalité et à l'aspect pratique. C'est le contrepoint visuel des surfaces parfaites et brillantes qui sont le signe d'un luxe revendiqué. Ce n'est pas non plus un hasard si le PROJECT MONDO G porte une énorme fermeture éclair, un autre élément délibérément frappant et accrocheur. La fermeture éclair est une référence pratique à la polyvalence et à la variabilité des deux produits, le véhicule et la veste.

Née en 1979, la Mercedes-Benz Classe G plonge ses racines dans l'exploration de terrains difficiles et dans le secteur industriel ou municipal. Avec la Classe G, Mercedes-Benz est entrée en 1979 dans un territoire inexploré. Ce véhicule tout-terrain a été conçu d'une part comme un moyen de transport doté de capacités tout-terrain extrêmes et axé sur les loisirs, et d'autre part pour une utilisation quotidienne difficile, par exemple dans le secteur industriel ou municipal. Un processus d'amélioration continue a débuté peu après son lancement sur le marché. C'est la clé du succès durable du G - une icône à part entière.

### À propos de Moncler

Moncler a été fondée à Monestier-de-Clermont, Grenoble, France, en 1952 et son siège social se trouve actuellement en Italie. Au fil des ans, la marque a su allier le style à une recherche technologique constante, assistée par des experts dans des activités liées au monde de la montagne. Les collections de vêtements d'extérieur Moncler marient les exigences extrêmes de la nature à celles de la vie urbaine. Moncler fabrique et distribue directement les collections de vêtements et d'accessoires sous la marque Moncler par le biais de magasins physiques et numériques gérés en propre, ainsi que par des portes multimarques, des grands magasins et des détaillants en ligne sélectionnés.

### L'engagement de Mercedes-Benz dans la mode

Depuis 1995, Mercedes-Benz s'est imposée comme un acteur majeur de l'industrie mondiale de la mode. L'entreprise de luxe a noué des relations authentiques dans des domaines créatifs tels que la mode, la photographie et l'art, et utilise ses initiatives pour soutenir les talents émergents, les collaborations innovantes, les partenariats de la Fashion Week et les événements en direct.

### Contact :

Luise Niemsch, +49 (0) 176 30939051, [luise.niemsch@mercedes-benz.com](mailto:luise.niemsch@mercedes-benz.com)

Oliver Fenzl, +49 (0) 176 30925025, [oliver.fenzl@mercedes-benz.com](mailto:oliver.fenzl@mercedes-benz.com)

Manuel König, +49 (0)151 5862 6609, [manuel.koenig@mercedes-benz.com](mailto:manuel.koenig@mercedes-benz.com)

De plus amples informations sur **Mercedes-AMG** sont disponibles sur le site [www.mercedes-amg.com](http://www.mercedes-amg.com). Vous trouverez des informations presse et des services numériques pour les journalistes et les multiplicateurs sur notre **plateforme en ligne Mercedes-Benz Media** sur [media.mercedes-benz.com](http://media.mercedes-benz.com). Découvrez toute l'actualité liée à Mercedes-Benz Cars & Vans sur notre **compte Twitter @MB\_Press** : [www.twitter.com/MB\\_Press](http://www.twitter.com/MB_Press).

### Mercedes-Benz AG en bref

Mercedes-Benz AG fait partie de Mercedes-Benz Group AG avec un total d'environ 170 000 employés dans le monde et regroupe les activités mondiales de Mercedes-Benz Cars et Mercedes-Benz Vans. 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 véhicules utilitaires et de services liés aux véhicules. En outre, 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 les marques Mercedes-AMG, Mercedes-Maybach, Mercedes-EQ, la Classe G ainsi que les produits de la marque smart. La marque Mercedes me offre l'accès aux services numériques de Mercedes-Benz. Mercedes-Benz AG est l'un des plus grands fabricants mondiaux de voitures particulières de luxe. En 2022, la marque a vendu environ deux millions de voitures particulières et 415 300 vans. Dans ses deux secteurs d'activité, Mercedes-Benz AG étend 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. 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 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 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 examine l'ensemble de la chaîne de valeur.