

Mercedes-Benz France



Mercedes-Benz



MAYBACH



EN BREF

► Yougtimers



Sur le site media.daimler.com, plusieurs dossiers de presse (en anglais) élaborés par le département « Heritage » abordent le thème des « modernes classiques ». Développement des modèles, évolution des gammes et photos d'archives permettent de revisiter l'histoire complète des Mercedes des années quatre-vingt et quatre-vingt-dix.



► Anniversaires

Il y a cinquante ans, Daimler-Benz AG achetait 1,5 million de mètres carrés de terres préalablement agricoles à Wörth, près de Karlsruhe pour y implanter une usine de camions qui allait devenir la plus grande d'Europe. Il y a vingt ans, la première pierre de l'usine de Rastatt destinée à la fabrication des modèles compacts était posée.

► Challenge Bibendum

Daimler s'est distingué au 10^e Challenge Bibendum qui s'est tenu fin mai au Brésil : un prototype de smart électrique hydrogène « hydrosmart », un Sprinter 413 et un minibus MarcoPolo ont remporté leur catégorie respective.

Mercedes-Benz France

Satisfaction client: Mercedes-Benz au top!

Après avoir remporté le podium de la relation client en juin, Mercedes-Benz se classe en tête des marques premium dans l'étude 2010 de J.D. Power.

L'étude 2010 de J.D. Power and Associates, publiée en exclusivité dans le numéro de juillet de *l'Automobile Magazine**, fait apparaître pas moins de trois modèles Mercedes-Benz dans le Top 10! Avec un taux de satisfaction respectivement de 84,6 % et 83,6 %, les Classe E et Classe C sont première et deuxième, la Classe A figurant au 7^e rang. Il y a un an, seule la Classe C – classée cinquième – intégrait le top 10. Chez les constructeurs, la marque Mercedes-Benz remonte de quatre places par rapport à 2009. Avec 81,4 % de satisfaction, la marque à l'étoile affiche le score le plus élevé parmi les marques premium et se classe seconde toutes marques confondues, juste derrière Honda (82 %). Sur le critère de la satisfaction après-vente, Mercedes-Benz

est également première des marques premium avec 822 points et deuxième au classement général. Ces excellents résultats confortent ceux obtenus en juin lors du 7^e podium de la relation client BearingPoint-TNS Sofres. Mercedes-Benz remportait deux premiers prix, en « toutes catégories » et dans le secteur automobile. Tant au niveau du produit que de la relation client, ces performances sont la conséquence de la démarche globale d'amélioration lancée par le groupe en 2007 avec le projet d'entreprise CSI n° 1 (CSI : *Customer Satisfaction Index*, indice de satisfaction client).

* Plus de 14 000 propriétaires français de véhicules neufs (achetés entre 2007 et 2008) interrogés via Internet entre janvier et mars 2010. La notation globale porte sur quatre critères : qualité fiabilité, utilisation, SAV, coût.

Mercedes-Benz France

Merci Jean-Pierre!

En charge des relations presse institutionnelles et des publications de Mercedes-Benz France depuis 1983, Jean-Pierre Morlet tire sa révérence.

Véritable mémoire de l'entreprise, Jean-Pierre Morlet est entré chez Mercedes-Benz France en 1983 pour implanter le système d'information audiovisuel destiné aux concessionnaires. C'était l'époque des téléviseurs à tube et des magnétoscopes U-matic. Ce qui n'empêchait pas une communication moderne avec déjà des reportages sur les produits et des interviews de nos dirigeants.



Dans la foulée, Jean-Pierre a mis ses talents rédactionnels d'ancien journaliste au service des différentes publications françaises de l'étoile pour des lecteurs aussi variés que les journalistes, les clients, les distributeurs ou les collaborateurs.

En près de trois décennies, Jean-Pierre aura vécu et relayé minutieusement toutes les évolutions de notre entreprise en France comme en Allemagne et à travers la planète : nominations, nouvelles usines, ère DaimlerChrysler, élargissement de la gamme, nouveaux sites de vente, suivi des innovations technologiques du groupe, surveillance des résultats... Sans

oublier évidemment le suivi quotidien des retombées de vos parutions décortiquées par son œil expert et aiguisé.

Pilier central de la direction de la communication, Jean-Pierre fut au cœur de toutes les activités et apporta à tous son soutien quotidien, sa culture et ses connaissances de l'entreprise. Il a aussi été pour beaucoup

d'entre vous un contact privilégié, répondant avec efficacité et célérité à vos questions et demandes. Après 27 ans d'une implication sans faille pour l'étoile, l'infatigable « homme de l'ombre » de la « dircom » quitte Mercedes-Benz France en ce début du mois de juillet pour une retraite bien méritée. Il ne rangera pas sa plume pour autant... et continuera à suivre avec intérêt la Formule 1 et le sport en général... sans oublier la lecture, son passe-temps favori. Olivier Amélineau (01 39 23 54 22) et Francis Michel (01 39 23 54 66) se partagent désormais son vaste domaine d'activité en plus de leurs fonctions respectives.

Mercedes-Benz

Une nouvelle signature, un nouveau slogan

Mercedes-Benz se dote d'un nouveau logo en 3D et d'un nouveau slogan : The best or nothing.

L'augmentation des ventes mondiales de voitures particulières Mercedes-Benz de 16 % sur les cinq premiers mois de l'année va de pair avec une offensive produit sans précédent. Seize nouveaux modèles ou facelifts seront lancés en 2010 et 2011, dont trois modèles zéro émission : la smart fortwo électrique, la Classe B F-Cell et la Classe A E-Cell. Pour l'accompagner, une toute nouvelle identité de marque a été créée, avec un nouveau slogan *The best or nothing* reprenant la célèbre devise de Gottlieb Daimler, le fondateur de l'entreprise, et une étoile à trois branches – un des logos les plus connus au



Mercedes-Benz
The best or nothing.

monde – désormais refaçonée en trois dimensions et chromée, à l'image de celle qui trône sur les capots. Le repositionnement se base sur trois thèmes centraux : perfection, fascination et responsabilité, autant de valeurs partagées par les collaborateurs du groupe, qui ont été étroitement associés à la création de cette nouvelle identité. Une campagne internationale a été lancée (relayée en France depuis le 23 juin dernier), montrant des ingénieurs Mercedes-Benz expliquant ce que ce slogan signifie concrètement dans leur travail au quotidien et mettant en avant les ambitions de la marque.

Mercedes-Benz

Des papillons à « Le Mans Classic 2010 »

Mercedes-Benz mettra à l'honneur ses célèbres « papillon » au grand rendez-vous Classic manceau.

Du 9 au 11 juillet se tient le grand rendez-vous des amateurs de sport automobile « à l'ancienne » – plus de 100 000 spectateurs en 2008 – sur le mythique circuit du Mans. L'étoile sera présente de manière multiple pour cet événement incontournable. Au centre du village, Mercedes-Benz exposera sur son stand de 250 m² la légende des « portes papillon », de la 300 SL victorieuse en 1952 à la SLS AMG de 2010, en passant par un prototype de 1953, la W 196 de Rodolph Uhlenhaut ou encore la « Gullwing » de série de 1954 ! Une trentaine de 300 SL pri-



vées des années 50 sont attendues, les équipages disposant d'un parking spécifique dans le village qui méritera lui aussi le déplacement. Cet hommage se poursuivra sur la piste, ces trente « papillon » prenant leur envol lors d'une parade le samedi juste avant le départ. Ils seront accompagnés par quelques SLS AMG et certaines des Mercedes exposées, avec au volant notamment Jochen Mass, vainqueur des 24 heures du Mans 1989 (sur Sauber-Mercedes C9). Signalons enfin que deux équipages « privés » engageront leur 300 SL 1955 en course.

Mercedes-Benz

Chic et sport, la nouvelle série ML Grand Edition

Toute la gamme ML peut désormais être habillée en tenue de sport chic.

Dès juillet, en complément des modèles actuels, tous les ML seront disponibles en exécution « Grand Edition ». Une série spéciale exclusive à tendance sportive disponible sur toutes les motorisations, hors ML 63 AMG. La présentation extérieure intègre le pack sport (vitres teintées en bleu, inserts et sorties d'échappement – rectangulaires – chromés, protection anti-encastrement avant/arrière, etc.), des jantes alliage de 19 pouces et des feux de jour et arrière à LED. La grille de calandre reprend celle de la version 63 AMG, conférant à ce ML Grand Edition une allure encore plus dynamique. D'office, la peinture est métallisée, et la teinte « noir chromite » est disponible en



option sans supplément. L'intérieur est au diapason avec une ambiance chic et sport : volant sport AMG, pédalier sport, et ciel de pavillon en tissus noir designo. Les sièges revêtent un élégant similicuir Artico noir ou beige, avec surpiqûres et passepoil beige « Sahara ». L'équipement s'enrichit – entre autres – du pack Technologie (navigation avec commandes vocales, PARKTRONIC, etc.) et des sièges avant chauffants et électriques.

Dotée de cette panoplie très complète, la gamme ML Grand Edition débute à 62 400 euros en ML 300 CDI 4MATIC BlueEFFICIENCY, soit un avantage client de plus de 4 000 euros.
Communiqué sur www.media.mercedes-benz.fr

Mercedes-Benz

BlueEFFICIENCY toutes voiles dehors

Partenaire automobile officiel du Tour de France à la Voile, Mercedes-Benz met en avant sa stratégie de réduction des émissions de CO₂.

BlueEFFICIENCY, le label des voitures efficaces et dépolluées signées Mercedes-Benz, s'applique systématiquement à toutes les gammes, de la Classe A à la Classe S. Plusieurs mesures d'optimisation sont intégrées avec, selon les modèles, architecture allégée, aérodynamique optimisée, gestion intelligente de l'énergie ou encore fonction stop/start ECO. C'est ce label que Mercedes-Benz France a décidé de mettre en avant en devenant sponsor du Tour de France à la Voile, qui se déroulera jusqu'au 25 juillet. Au cours des dix étapes, l'étoile Mercedes-Benz et le logo BlueEFFICIENCY orne-



ront les spés des 28 bateaux engagés. Cette compétition de renommée internationale permettra à Mercedes-Benz de mettre en avant sa volonté d'innovation et de protection de l'environnement. La marque à l'étoile disposera à chaque étape d'un espace dédié au sein du village. Outre des véhicules présentés en statique, un centre d'essai permettra d'apprécier sur route les qualités environnementales des modèles BlueEFFICIENCY, sans oublier la smart électrique et la Classe S400 HYBRID. D'ici fin 2010, Mercedes-Benz proposera près de 80 modèles BlueEFFICIENCY.

Mercedes-Benz

Mercedes lance son e-shop

Le développement incessant de l'informatique, des réseaux sociaux et de la vente sur la toile a poussé Mercedes-Benz à créer son magasin en ligne.

Acheter une miniature, un porte-clefs, une aile pour sa Classe A, un capot pour sa vénérable « Pagode », tout cela est désormais possible via le premier magasin en ligne de l'étoile. Il suffit de se connecter sur le site www.mbpourvous.com ou sur le site www.mercedes-benz.fr et de se laisser guider comme sur les sites des grands noms de la VPC. Cette fonctionnalité digitale nouvelle ne brise pas le lien qui unit Mercedes à son réseau de distributeurs.



Elle le renforce même. Ces derniers ont en effet partie liée à cette boutique virtuelle, puisque le client doit identifier son point de vente sur le site. Il pourra se faire livrer ses achats à cette adresse ou chez lui moyennant finances. De futurs développements permettront à court terme aux clients une prise de rendez-vous en ligne auprès de leur point de vente ou même d'opter pour des forfaits révision ou encore des contrats-services.

smart

La smart électrique aux États-Unis !

La fortwo electric drive investira certaines villes nord-américaines dès cet automne.

Produite à l'usine de Hambach en Moselle depuis novembre 2009, la smart fortwo electric drive est déjà une réalité dans la circulation quotidienne de Berlin et de Monaco. D'autres villes comme Paris, Rome, Londres ou Madrid se préparent à accueillir à leur tour la smart « zéro émission ». Plus tard dans l'année, certaines mégapoles des États-Unis et du Canada les imiteront. La forte demande pour



labiplace électrique a même poussé à relever le niveau de production initiale de 1 000 à 1 500 véhicules. Comme en Europe, des incitations fiscales ont été mises en place aux États-Unis – jusqu'à 7 500 \$ selon les États – pour favoriser la mobilité urbaine. Après l'Amérique, la smart électrique mettra le cap vers l'Asie en 2011, avant d'être produite en grande série un an plus tard.

EN BREF

► fortwo « way2go »

Impossible de se perdre en chemin au volant de la dernière série limitée smart! La fortwo way2go est une version mhd (système stop/start) passion 52 kW (coupé ou cabriolet) équipée d'un système multimédia Pioneer comprenant



lecteur CD MP3, radio, kit mains libres Bluetooth et système de navigation GPS avec écran tactile. Le tout uniquement disponible en blanc « crystal white » ou noir « deep black » avec tridion argent. Seule option : la direction assistée. À partir de 11 450 euros TTC (bonus écologique de 500 euros déduit), soit 1 010 euros de moins que la version standard dotée d'une simple radio CD!

► La eSLS en vrai

Du 8 au 10 juillet, Daimler engage un prototype de SLS AMG



électrique, trois smart ed et deux Classe B F-CELL au premier « E-Auto Rallye » organisé en marge de la Silvretta Classic dans les Alpes autrichiennes. Les six véhicules zéro émission seront mis à rude épreuve sur un parcours

comportant moult épingles et des pentes jusqu'à 14 %. En 2010, le développement de la SLS AMG électrique progresse à grands pas. Avec plus de 500 chevaux et un couple de 880 Nm, la SLS AMG électrique se présente comme la référence des supersportives zéro émission de demain.

SERVICE PRESSE

► Hervé Poquet 01 39 23 54 52
► Aurore Vaillant 01 39 23 54 53
► Johanne Philippe 01 39 23 54 64

Brésil

Brésil, premier marché pour les camions Mercedes

Mercedes-Benz do Brazil surfe sur une demande locale en forte augmentation. La filiale construira l'Actros dès 2011.

Sur 35 338 camions Mercedes-Benz vendus dans le monde sur les quatre premiers mois de l'année, 14 444 l'ont été au Brésil. Ce marché devient le premier débouché pour les camions à l'étoile, devant l'Allemagne, la Turquie et la France. La demande de transport – construction, fret – est en effet repartie en force dans ce pays, stimulée par une consommation des ménages à la hausse et des incitations gouvernementales pour renouveler les flottes de camions. Au même moment, 400 transporteurs interrogés par le magazine *Jornauto* élaient Mercedes-Benz comme la meil-



leure marque de camions dans les six catégories présentes ! Le service après-vente a été particulièrement apprécié avec une note globale de 7,8 sur 10. L'usine de Juiz de Fora qui produit le coupé CLC accueillera dès 2011 la production de l'Actros, en complément de Wörth en Allemagne et, depuis avril, d'Aksaray en Turquie. Le camion léger Accelo sera lui aussi assemblé sur ce site. Ces nouvelles productions permettront à la filiale brésilienne de répondre plus rapidement et avec plus de flexibilité à la demande de camions en forte hausse dans toute l'Amérique du Sud.

Produit

Europcar opte pour le Sprinter EEV

C'est parce que les Sprinter respectent déjà la norme EEV que le bien connu loueur Europcar en a équipé sa flotte depuis début 2010.

Le mois dernier, nous nous faisons l'écho de l'arrivée en série, dès septembre prochain, de l'option EEV sur l'ensemble de la gamme Sprinter. Ce qui est une première. Cette option, rappelons-le, permet de passer sans encombre sous les fourches caudines de cette norme baptisée Enhanced Environmental Friendly Vehicle, non obligatoire mais beaucoup plus sévère pour les émissions nocives que l'actuelle norme Euro 5 (réduction des hydrocarbures de 30 % et des fumées de 70 % par rapport à cette der-



nière). Sensible à cette première, et soucieux de respecter au mieux l'environnement, Europcar a décidé de devancer l'appel et de compléter sa flotte d'utilitaires légers par des Sprinter ainsi équipés. Ainsi, 390 exemplaires de ces utilitaires modernes sont désormais en location dans toutes les agences de France. Ces 313 CDI, tous équipés du récent et sobre 4 cylindres OM 651 de 95 kW/129 ch, sont disponibles en 10,5 et 14 m³.

EN BREF

► DeutschMobil a 10 ans

Lancé en 2000, le projet DeutschMobil destiné à promouvoir la langue allemande dans les établissements scolaires français est un succès. Mercedes-Benz France met chaque année une dizaine de Mercedes-Benz Viano à la disposition des personnels des maisons franco-allemandes et des instituts Goethe pour faciliter leurs visites dans les collèges et les lycées. Après leur passage, le choix de l'allemand comme langue vivante 1 et 2 augmente respectivement de 25 et 50 % ! La remise des clés des nouveaux monospaces s'est déroulée le 10 juin aux Invalides à Paris, en présence de l'ambassadeur d'Allemagne et de Reinhard Lyhs, Président de Mercedes-Benz France.

► Zetros, vedette d'InterSchutz

Le Coq rouge, c'est ce salon



international immense et unique entièrement consacré aux métiers du feu et de la sécurité qui se déroule tous les quatre ans en Allemagne. L'édition 2010 vient de s'achever à Leipzig. Mercedes y était bien sûr présent avec un stand de 2 000 m² présentant l'ensemble de ses propositions en matière de véhicule incendie, de la smart à l'Actros, en passant par le GLK ou le Vario. Vedette de l'étoile cette année, le Zetros dans une exécution 2733 (V6 de 330 ch) grée en feux de forêts (CCF) avec citerne de 10 000 litres.

► Camping-car de l'extrême

En Allemagne, un Unimog U 4000 vient d'être transformé en camping-car par la société Bocklet. Long de 6,85 mètres sur 2,35 de large, et haut de 3,5 mètres, ce camping-car inédit est paré pour l'aventure ! La cellule est montée de manière à respecter les capacités exceptionnelles de l'Unimog. Garde au sol élevée, suspension à essieu articulés permettant une torsion jusqu'à 30°, et bien évidemment quatre roues motrices avec blocages de différentiel sont au programme pour arpenter sans encombre la planète. Prix du « joujou » : près de 250 000 euros, cellule, treuil et système de contrôle des pneumatiques compris !



► Atego « Trafiq »

Le carrossier hollandais Trafiq, spécialisé dans les engins de travaux sur autoroute, vient d'acquérir son second Atego. Sur ce 1224 L à transmission automatique prévu pour effectuer 50 000 kilomètres par an, réservoir et batteries ont été intégrés à l'intérieur du châssis afin de loger le système de dépose-repose de cônes automatique. Les 275 cônes sont placés et enlevés depuis la cabine, à une vitesse comprise entre 15 et 25 km/h, ce qui évite toute intervention d'un opérateur au beau milieu du trafic.



SERVICE PRESSE

► Olivier Amélineau 01 39 23 54 22
► Caroline Bicking 01 39 23 54 51