



Mercedes-Benz

Information Presse

09 octobre 2020

Let's talk Mercedes - Le podcast de Mercedes-Benz

Episode 8 : Le Son du Succès

Dans un monde en constante évolution, le son reste l'une des formes les plus essentielles de communication, qu'elle soit émotionnelle ou factuelle, positive ou négative. Mais quelle est l'importance de la place du son dans le domaine de l'automobile ?

Comment certains sons influencent-ils notre comportement lorsque nous roulons ? Améliorent-ils notre plaisir et amplifient-ils nos émotions ? Avec l'essor de l'e-mobilité, comment faire pour que le son soit présent dans des véhicules réputés pour être silencieux ?

Dans l'épisode 8 de "Let's Talk Mercedes", le podcast de Mercedes-Benz, l'animatrice Sarah Elsser interroge deux experts qui savent créer le bon son afin d'offrir aux clients un maximum de plaisir pendant leur trajet en voiture : l'ingénieur du son de Mercedes-Benz, Thomas Küppers, et Felix Jaehn, DJ, producteur de musique et ambassadeur de la marque Mercedes-Benz.

Bonne écoute !

<https://media.mercedes-benz.com/letstalkmercedes>

Le communiqué complet de cet épisode est téléchargeable sur cette page.

Tous les épisodes « Let's talk Mercedes » sont produits en anglais et sont disponibles sur notre plateforme Mercedes me media, ainsi que sur les principales plateformes de streaming comme Spotify, iTunes, Google Podcast et Deezer.

Spotify: <https://open.spotify.com/show/5jnp3xfgX9RjvBV5c1fzCA>

Apple Podcasts: <https://podcasts.apple.com/de/podcast/lets-talk-mercedes/id1515530701>

Deezer: <https://www.deezer.com/show/1295792>

Google Podcast: <https://podcasts.google.com/feed/aHR0cHM6Ly9sZXRzdGFsa21lcmNIZGVzLnB>

Par ailleurs, les auditeurs peuvent rester informés de la sortie des prochains épisodes en suivant @MB_Press sur Twitter.

Mercedes-Benz AG, 70546 Stuttgart, Germany
Tel. no. +49 711 17 - 0, Fax +49 711 17 - 22244, dialog.mb@daimler.com, www.mercedes-benz.com
Registered Office and Court of Registry: Stuttgart; HRB No. 762873
Chairman of the Supervisory Board: Manfred Bischoff
Board of Management: Ola Källenius (Chairman), Jörg Burzer, Renata Jungo Brüngger, Sajjad Khan, Sabine Kohleisen, Markus Schäfer, Britta Seeger, Harald Wilhelm

Contact:

René Olma, +49 (0) 176 30921288, rene.olma@daimler.com

Matthias Brock, +49 (0) 160 8607113, matthias.brock@daimler.com

Contact France:

Grégory Delépine, Gregory.delepine@daimler.com

Debora Giuliani, debora.giuliani@daimler.com

Julien Vély, julien.vely@daimler.com

De plus amples informations sur Mercedes-Benz sont disponibles à l'adresse www.mercedes-benz.com. Les informations de presse et les services numériques destinés aux journalistes sont disponibles sur notre plateforme média en ligne Mercedes me à l'adresse media.mercedes-benz.com ainsi que sur notre site média international Daimler à l'adresse media.daimler.com. Pour en savoir plus sur les sujets d'actualité et les événements liés aux voitures et vans Mercedes-Benz, consultez notre chaîne Twitter @MB_Press à l'adresse www.twitter.com/MB_Press.

Mercedes-Benz AG en bref

Mercedes-Benz AG représente l'activité mondiale des voitures et des vans Mercedes-Benz, avec plus de 173 000 employés dans le monde entier. Ola Källenius est Président du Conseil d'Administration de Mercedes-Benz AG. La société se concentre sur le développement, la production et la vente de voitures particulières, de vans et de services. En outre, l'entreprise aspire à être leader dans les domaines de la connectivité, de la conduite automatisée et des conduites alternatives grâce à ses innovations tournées vers l'avenir. Le portefeuille de produits comprend la marque Mercedes-Benz avec les labels Mercedes-AMG, Mercedes-Maybach et Mercedes me - ainsi que la marque smart, et la marque de produits et de technologies EQ pour la mobilité électrique. Mercedes-Benz AG est l'un des plus grands constructeurs de voitures particulières de luxe. En 2019, elle a vendu près de 2,4 millions de voitures et plus de 438 000 vans. Dans ses deux divisions commerciales, Mercedes-Benz AG développe en permanence son réseau de production mondial avec plus de 40 sites de production sur quatre continents, tout en s'alignant pour répondre aux exigences de la mobilité électrique. Dans le même temps, la société développe son réseau mondial de production de batteries sur trois continents. Les actions durables jouent un rôle décisif dans les deux divisions de l'entreprise. Pour l'entreprise, la durabilité signifie créer de la valeur pour toutes les parties prenantes sur une base durable : clients, employés, investisseurs, partenaires commerciaux et la société dans son ensemble. La base de cette démarche est la stratégie commerciale durable de Daimler, dans laquelle l'entreprise assume la responsabilité des effets économiques, écologiques et sociaux de ses activités commerciales et examine l'ensemble de la chaîne de valeur.