



Mercedes-Benz

Information Presse

15 décembre 2021

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

Episode 17 : Le retour d'une légende - Séquençage de l'ADN emblématique du SL avec Susie Wolff et Robert Lesnik

Un designer, une sommité de la course automobile et les essentiels d'une étoile qui renaît

Instantanément reconnaissable, inoubliable et performant - tels sont les attributs du célèbre SL Mercedes-Benz. Après une histoire de près de 70 ans, le nouveau roadster AMG est prêt à résoudre, une fois de plus, la quadrature du cercle du luxe, du design et des performances. Cependant, quelle est l'essence intergénérationnelle d'une icône automobile qui était autrefois un pur bolide, puis s'est transformée en un roadster et qui doit maintenant conjuguer avec la mobilité électrique ?

Pour explorer les nombreuses facettes de cette question, notre animatrice Yasmine Blair rencontre Susie Wolff, ancienne pilote de course professionnelle et Directrice d'équipe de Venturi Racing en Formule E, et Robert Lešnik, Directeur du Design Extérieur chez Mercedes-Benz.

Dans ce dernier épisode de Let's talk Mercedes - le podcast Mercedes-Benz - ils discutent des caractéristiques essentielles du design extérieur du SL, reviennent sur ses itérations légendaires, partagent leur avis personnel sur son avenir électrifié, et explorent les stratégies pour s'imposer en tant que femme dans le domaine du sport automobile toujours dominé par les hommes.

Bonne écoute !

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

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

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.



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.