



Mercedes-Benz

Information presse
29 septembre 2026

Mondial de l'Automobile de Paris 2026 : un rendez-vous majeur pour Mercedes-Benz, qui célèbre 140 ans d'innovation à travers la plus grande offensive produits de son histoire

- L'édition 2026 du Mondial de l'Automobile de Paris célèbre les 140 ans d'innovation de Mercedes-Benz.
- Le stand Mercedes-Benz accueillera plusieurs grandes premières, avec les nouveaux GLA, CLA 45, Classe C et VLE, ainsi que les GLE et Classe S restylés et la Mercedes-AMG GT 4 portes électrique.
- La nouvelle génération de véhicules électrifiés illustre l'engagement de Mercedes-Benz pour la mobilité de demain.



Le Mondial de l'Automobile de Paris s'annonce comme un rendez-vous majeur pour Mercedes-Benz. Une occasion unique de partager la vision de la marque d'une mobilité en pleine transformation, portée par l'innovation et l'exigence qui l'animent depuis toujours.

140 ans d'innovation : une édition spéciale

Cette édition 2026 revêt une dimension particulière pour Mercedes-Benz : elle célèbre 140 ans d'innovation. 140 années à repenser l'automobile, à anticiper les usages et à faire progresser la mobilité, sans jamais perdre de vue l'essentiel : la personne au volant.

Cinq premières au Mondial sur le stand Mercedes-Benz

Sur le stand de la marque, les visiteurs pourront découvrir plusieurs grandes premières au Mondial, dont le nouveau GLA, le nouveau CLA 45, le GLE restylé, la nouvelle Mercedes-AMG GT 4 portes électrique et le nouveau VLE électrique.

Ils seront accompagnés par la nouvelle génération de véhicules électrifiés de la marque — CLA Shooting Brake, nouvelle Classe C et nouveau GLC — ainsi que par la Classe A Edition 140, illustrant la diversité des solutions développées par Mercedes-Benz pour répondre aux attentes et aux usages de ses clients.

« Le Mondial de l'Automobile de Paris réunit 140 ans d'esprit pionnier et le prochain chapitre de Mercedes-Benz. Du tout nouveau GLA à la nouvelle Classe S, notre plus grand programme de lancement de produits touche désormais les clients sur l'ensemble de la gamme. La forte demande pour nos véhicules électriques montre que cette offensive porte ses fruits. Avec nos marchés et nos partenaires de distribution, nous transformons cette demande en une expérience Mercedes-Benz exceptionnelle. »

Jens Kunath, vice-président Ventes et Services financiers de Mercedes-Benz Cars

« C'est un moment particulièrement enthousiasmant pour nous de dévoiler le tout nouveau VLE électrique, présenté pour la première fois au public dans un salon dédié aux véhicules particuliers. Ce qui m'enthousiasme le plus, c'est que nous ne lançons pas simplement un nouveau véhicule électrique : nous repensons l'expérience du voyage à bord d'un monospace. Avec jusqu'à huit places, une autonomie de plus de 700 km et un niveau de confort entièrement inédit, le VLE associe la liberté de la mobilité électrique à l'espace et à la modularité auxquels nos clients sont attachés. Pour les familles, les dirigeants d'entreprise comme pour les services de navette haut de gamme, il ouvre la voie à une nouvelle ère du voyage : plus confortable, plus connectée et plus fluide. »*

Mathias Vaitl, directeur Marketing et Ventes de Mercedes-Benz Vans

« Cette édition 2026 du Mondial de l'Automobile de Paris sera très spéciale pour Mercedes-Benz : nous célébrons 140 ans d'innovation à travers une offensive produits sans équivalent dans l'histoire de la marque. Ce sera l'occasion de découvrir sur notre stand cinq nouveautés encore jamais présentées au public. »

Pierre-Emmanuel Chartier, président-directeur général de Mercedes-Benz France et directeur de Mercedes-Benz Cars

Électrification, technologies et plaisir de conduite au service de la mobilité de demain

Le Mondial sera l'occasion de montrer comment Mercedes-Benz associe électrification, technologies embarquées, sécurité, performances et plaisir de conduite pour construire la mobilité de demain. Une ambition fidèle à l'histoire de la marque et résolument tournée vers l'avenir.

Retrouvez-nous à Paris le 12 octobre à 14 h 45, lors de la conférence de presse organisée dans le hall 5.2, pour découvrir ensemble ce nouveau chapitre de l'histoire de Mercedes-Benz.

Les visiteurs sont invités à découvrir ces innovations et la vision de Mercedes-Benz pour l'avenir sur le stand de la marque, à partir du 12 octobre 2026.

« 140 ans d'innovation » et « 140 ans. 140 lieux. » | Communiqué de presse

Année anniversaire Mercedes-Benz « 140 ans d'innovation »

Depuis que Carl Benz a déposé le brevet de la première automobile il y a 140 ans et que Gottlieb Daimler a construit sa voiture à moteur peu après, Mercedes-Benz s'est engagée à innover en permanence et à créer les voitures les plus désirables au monde pour ses clients. Cette ambition a été le moteur de toutes les innovations, de la première automobile au monde en 1886 aux véhicules électriques intelligents et sûrs d'aujourd'hui, comme le tout nouveau GLC et le tout nouveau CLA. Avec la nouvelle Classe S, la marque poursuit le plus grand programme de lancement de produits de son histoire. Avec sa passion pour la performance et son esprit pionnier, son excellence et son engagement sans faille envers le service client, la marque a toujours façonné l'avenir de la mobilité. Le résultat va bien au-delà d'une simple prouesse technique : il crée ce sentiment unique qui caractérise tout ce que fait Mercedes-Benz : «Welcome home ».

Mercedes-Benz célèbre 140 ans d'innovation en parcourant trois nouvelles berlines Classe S lors d'un voyage transcontinental vers 140 destinations à travers le monde. Chaque lieu met en avant la technologie, l'héritage, l'esprit pionnier et la présence à travers le monde de la marque. Tout au long du parcours, les clients et les fans pourront se joindre aux célébrations, dans le cadre d'une aventure épique qui se déroulera jusqu'en octobre. Suivez le périple « 140 ans. 140 lieux » à travers six continents sur notre page spéciale [« 140 ans d'innovation | Mercedes-Benz Media »](#) et via la [communauté Mercedes-Benz](#).

Toute l'actualité presse Mercedes-Benz Cars et Vans est disponible sur le site media international - <https://media.mercedes-benz.com/>, notre site media national - <https://media.mercedes-benz.fr/> et sur le canal @MB_Press X - https://twitter.com/MB_Press.

Mercedes-Benz en un coup d'œil

Mercedes-Benz AG fait partie du Mercedes-Benz Group AG et emploie environ 166 000 personnes dans le monde. Elle regroupe les activités mondiales de Mercedes-Benz Cars et Mercedes-Benz Vans. Ola Källenius est Président du Conseil d'Administration de Mercedes-Benz AG. L'entreprise se concentre sur le développement, la production et la vente de voitures particulières, de véhicules utilitaires et de services liés aux véhicules. Par ailleurs, elle 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, et la Classe G avec leurs modèles tout électriques, ainsi que les produits de la marque smart. La marque Mercedes me donne accès aux services numériques de Mercedes-Benz. Mercedes-Benz AG est l'un des plus grands constructeurs mondiaux de voitures de luxe. En 2023, la marque a vendu environ deux millions de voitures particulières et 447 800 véhicules utilitaires. Dans ses deux secteurs d'activité, Mercedes-Benz AG développe continuellement son réseau de production mondial avec environ 30 sites de production sur quatre continents, tout en se préparant à répondre aux exigences de la mobilité électrique. Parallèlement, l'entreprise construit et étend son réseau mondial de production de batteries sur trois continents. La durabilité étant la ligne directrice de la stratégie de Mercedes-Benz et de l'entreprise elle-même. Il s'agit de créer une valeur durable pour toutes les parties prenantes : les clients, les employés, les investisseurs, les partenaires commerciaux et la société dans son ensemble. La stratégie d'entreprise durable du groupe Mercedes-Benz constitue la base de cette démarche. L'entreprise assume ainsi la responsabilité des effets économiques, écologiques et sociaux de ses activités commerciales et prend en compte l'ensemble de la chaîne de valeur.

* L'autonomie réelle dépend de nombreux facteurs tels que le style de conduite de chacun, les conditions météorologiques, le vieillissement de la batterie, les consommateurs auxiliaires (comme la climatisation), les équipements en option, les pneus, la charge utile et le profil d'itinéraire ; elle peut donc différer de la valeur WLTP indiquée.