



Mercedes-Benz

Communiqué de presse
20 janvier 2021

Mercedes-Benz Belgium Luxembourg

Percée de l'électrification avec 19,2% de mix xEV et l'accélération numérique dans une année 2020 pleine de challenges

Table des matières

1. Mercedes-Benz Cars 2020 : faits et chiffres	Page 2
2. L'électrification gagne du terrain : 19,2 % de xEV	Page 6
3. Numérisation La « Best Customer Experience 4.0 » passe à la vitesse supérieure grâce au show-room virtuel et à la famille d'applis Mercedes me	Page 9
4. La nouvelle stratégie de Mercedes-Benz	Page 11
5. AMG Sport automobile Mercedes-Benz transpose ses connaissances en Formule 1 et Formule E dans la production de série	Page 14
6. Hey Mercedes, let's Talk Un Brussels Motor Show 2021 « phygital »	Page 15



1. Mercedes-Benz Cars 2020 : faits et chiffres

Malgré les grands défis liés à la pandémie du Covid-19, Mercedes-Benz a livré plus de deux millions de voitures dans le monde pour la cinquième année d'affilée. Grâce à la numérisation avancée des ventes et du service, Mercedes-Benz a été en mesure de réagir rapidement à l'évolution rapide de la situation et aux diverses exigences légales imposées pendant la pandémie. Dans le cadre des efforts déployés pour atteindre la neutralité carbone, Mercedes-Benz est passée à la vitesse supérieure en 2020 et a accompli des progrès majeurs en ce sens dans le monde entier, comme en témoigne la forte augmentation de véhicules xEV livrés. Mercedes-Benz Cars a vendu plus de 160 000 voitures hybrides rechargeables (PIH – *plug-in hybrid*) et 100 % électriques (+228,8 %), dont 87 000 unités au quatrième trimestre. La part des xEV est ainsi passée de 2 % en 2019 à 7,4 % l'an dernier. Selon les calculs internes, Mercedes-Benz aura atteint les objectifs européens de réduction des émissions de CO₂ applicables aux voitures particulières.

En Belgique, le début d'année très prometteur – soutenu par un excellent Brussels Motor Show – a été stoppé net en raison de la pandémie mondiale. Ces bons résultats initiaux ont néanmoins permis à Mercedes-Benz Cars de clôturer l'année sur 31 758 immatriculations (2019 : 37 938) et de remporter une part de marché record de 7,4 % (2019 : 6,9 %). Le mix motorisations des ventes a en outre fortement changé. Le volume des ventes de véhicules électrifiés a atteint 6 649 unités, soit une augmentation de 613 % par rapport à 2019. Mercedes-Benz Cars présente un mix xEV de 19,2 % – un pourcentage nettement supérieur à la moyenne du marché, qui est de 14,4 %. Notons que la combinaison unique de moteurs diesel-électriques des classes C et E et des SUV GLC et GLE est particulièrement appréciée et représente plus de 90% des immatriculations.

Au total, 38 391 véhicules de la marque **smart** ont été livrés dans le monde (-67,1 %). L'Allemagne est le plus grand marché de smart. La prime allouée par l'État allemand explique la forte demande de modèles 100 % électriques, ce qui a entraîné un doublement des livraisons de smart électriques (+104,9 %). En Belgique, la marque smart – 100 % électrique depuis 2020 – a enregistré 150 immatriculations (2019 : 224).

Compact Cars

Depuis son lancement en 2012, le segment Compact Cars joue un rôle toujours plus important dans le succès de Mercedes-Benz. Les modèles Classe A Hatchback et Berline, Classe B, CLA Coupé et Shooting Brake, GLA et GLB représentent une part de 55 % et sont plus populaires que jamais en Belgique, tant auprès des particuliers que sur le marché fleet. La Classe A, troisième véhicule le plus vendu en Belgique, arrive en tête du segment. Son design sportif et sa sophistication technologique constituent des arguments de vente non négligeables. Le système d'infodivertissement MBUX a également une grande influence sur la décision d'achat, toutes catégories d'âge confondues. Il en va de même pour la gamme de motorisations disponibles, entre autres le diesel quatre cylindres développé en interne (OM 654q) de la toute dernière génération. Ce nouveau moteur est particulièrement léger, compact, silencieux et conforme à la norme d'émissions la plus sévère Euro 6d.

<https://media.mercedes-benz.be/toutes-les-compact-cars-desormais-equipees-de-la-derniere-generation-du-moteur-diesel-mercedes-benz/>

SUV

Depuis plusieurs années déjà, les SUV sont une valeur sûre de la marque. La première étude de ce qui allait devenir la Classe M un an plus tard a été présentée il y a exactement vingt-cinq ans, en janvier 1996 – le début d'un succès jamais démenti. En 2020, l'ensemble du segment SUV en Belgique représentait une part de marché de 29 % dans le portefeuille de Mercedes-Benz. Les GLC et GLE ont battu tous les records, aussi bien avec une motorisation classique qu'en version hybride rechargeable.

Classe C

La Classe C reste incontournable sur le marché fleet et fait valoir un beau résultat : 3 750 unités et une part de 29 % dans le segment premium. Bien que le modèle arrive à la fin de son cycle de vie, il conserve une part de 12 % et, par conséquent, une place importante au sein de notre marque. La nouvelle gamme Classe C sera présentée début 2021. La nouvelle gamme, qui comprend aussi bien des moteurs à combustion classiques que des motorisations hybrides rechargeables de troisième génération, arrivera dans les show-rooms belges à partir du printemps 2021.

Classe E

Début 2020, la Classe E a bénéficié d'un restyling qui a accentué sa silhouette sportive et apporté de nombreuses améliorations – entre autres le nouveau volant haptique, l'assistant actif de régulation de distance DISTRONIC qui adapte la vitesse à la route, le système MBUX à commande vocale LINGUATRONIC (de série) et la fonction « réalité augmentée ». Ces éléments ont permis à la Classe E de prendre la tête de son segment, avec une part de 7.6% dans le portefeuille de Mercedes-Benz Cars.

Mercedes-AMG

Grâce à la sous-marque Mercedes-AMG, n'importe quel modèle de la gamme peut être doté d'un équipement extrêmement sportif – des Compact Cars telles que les 35 et 45 S AMG aux SUV comme le GLE 53 AMG en passant par les berlines et breaks sport tels que la E 53 ou la E 63 S AMG.

Depuis 2015, Mercedes-AMG commercialise également des sportives GT, qui suscitent elles aussi un intérêt croissant. L'étendue de l'offre a assuré la stabilité en 2020, puisque la part s'est maintenue à 3%. Les résultats des Compact Cars, dont la part est de 37 %, et des GT, qui représentent 18 %, ont joué un rôle non négligeable en la matière.

Classe S

L'an dernier, la Classe S s'est de nouveau imposée comme la berline de luxe la plus vendue au monde, avec quelque 60 000 unités (-17,2 %). La nouvelle Classe S, présentée en septembre, a reçu un accueil très positif des clients. Plus de 40 000 commandes ont été passées au niveau mondial – le volume de commandes dépassait déjà celui du modèle précédent peu après l'ouverture des ventes. En Belgique et au Luxembourg également, où une centaine de commandes ont été enregistrées, nous observons un intérêt marqué pour la nouvelle Classe S.

Emblématique du savoir-faire technique traditionnel et légendaire de Mercedes-Benz, qui redéfinit sans cesse le segment du luxe dans l'industrie automobile, la Classe S fascine depuis plusieurs générations. Le vaisseau amiral de la marque fixe constamment de nouvelles normes en matière de qualité, de confort, de sécurité et d'innovations technologiques. Grâce à la deuxième génération du MBUX (Mercedes-Benz User Experience) ou « Hey Mercedes » – qui inclut un écran 3D pour le conducteur –, la nouvelle Classe S intègre des techniques

sophistiquées de numérisation et de connectivité. Le système étant auto-apprenant, elle peut même réagir de façon « empathique » aux besoins et souhaits du conducteur et des passagers. La nouvelle Classe S embarque en outre les toutes dernières générations du pack standard d'assistance à la conduite et du module Pre-Safe, afin de limiter un éventuel impact à un minimum. Des airbags supplémentaires garantissent aussi au mieux la sécurité des occupants. En cas de violente collision latérale, le nouvel airbag se déploie entre le conducteur et le passager avant, ce qui réduit le risque de contact au niveau de la tête. L'airbag est intégré au centre de la voiture, dans le dossier du siège du conducteur. La structure tubulaire de l'airbag innovant à l'arrière est d'environ 16 litres, tandis que le volume total de l'airbag activé est de 70 litres.

Bien qu'elle soit imposante et plus longue de 54 millimètres que sa devancière (+ 34 millimètres pour la version longue), la Classe S se révèle aussi maniable en ville qu'une voiture compacte grâce à l'ingénieuse direction de l'essieu arrière. L'angle de braquage au niveau de l'essieu arrière ne dépasse pas 10 degrés. Grâce à la direction de l'essieu arrière, le rayon de braquage peut être réduit de deux mètres maximum.

<https://media.mercedes-benz.be/la-nouvelle-mercedes-benz-classe-s/>

Mercedes-Benz Certified-Approved pre-owned cars

Cette année 2020 particulière a été relativement stable dans le segment des voitures d'occasion premium récentes pour Mercedes-Benz Certified. Le marché belge global a reculé de 5 % par rapport à 2019 et Mercedes-Benz Certified a réalisé des ventes tout juste inférieures à 5 000 unités. Le volume de vente a atteint son niveau le plus bas pendant le premier confinement. Le rétablissement a été rapide et les ventes ont grimpé en flèche, atteignant un niveau record pendant les mois de mai, juin et juillet ; une phase de stabilisation et, donc, de normalisation a suivi. L'électrification se poursuit également dans le secteur de l'occasion. Depuis 2020, Mercedes-Benz Certified propose une offre variée, qui comprend des véhicules traditionnels à moteur à combustion, des hybrides rechargeables ou des modèles 100 % électriques.

La marque Mercedes-Benz Certified, aujourd'hui présente sur le marché belge depuis plus de quatre ans, fait partie intégrante de l'offre des concessionnaires Mercedes-Benz. Le nombre de points de vente augmente chaque année, ce qui garantit un plus large choix et un service plus personnalisé pour le client. Celui-ci apprécie également à sa juste valeur Mercedes-Benz Certified et sa vaste gamme d'occasions, car les véhicules sont contrôlés sur plus de 125 points avant d'être mis en vente. Cela signifie que Mercedes-Benz Certified connaît l'historique de chaque véhicule et veille à ce qu'il soit proposé dans un état technique parfait. Cette volonté est soulignée par l'année de garantie supplémentaire offerte sur chaque voiture d'occasion, ce qui porte le total à deux ans. En option, la garantie peut être étendue à quatre ans ou jusqu'à 200 000 kilomètres.

Réseau de concessionnaires

Comme 2019, l'année 2020 a été marquée par la croissance des groupes internationaux dans le réseau de concessionnaires en Belgique. Le groupe français Maurin est devenu le deuxième acteur dans le pays grâce à l'achat du groupe Jam (Hasselt, Bree, Lommel et Dilsen-Stokkem) et de Claes & Zonen (Saint-Trond, Tongres et Tirlémont). En juin, deux sites du groupe Sogalux ont été vendus à des groupes internationaux, Car & Truck Charleroi est passé aux mains du groupe SAGA, tandis que Sogalux Namur et Arlon appartiennent désormais au groupe français Car Avenue.

Mercedes-Benz développe constamment son réseau de vente international pour répondre aux besoins individuels des clients, y compris à l'ère numérique, au niveau élevé qui distingue la marque. Ce faisant, il investit à la fois dans l'expérience en ligne Mercedes-Benz et dans les points de contact physiques, où de

nouveaux concepts sont développés. Les premiers points de vente au monde avec la nouvelle identité de marque Mercedes-Benz ont déjà été vus dans des villes comme Hong Kong, Pékin, Budapest ou nos voisins du nord à La Haye. Depuis octobre 2020, le nouveau concept de vente au détail est implémenté dans le nouveau showroom SAGA-Piret de Nivelles et d'autres concessionnaires suivront en 2021.

Apprentissage dual : un premier contingent de vingt-trois élèves obtient son diplôme

Mercedes-Benz a lancé un programme d'apprentissage dual en mécanique automobile pour l'année scolaire 2017/2018, en collaboration avec ses concessionnaires, des établissements d'enseignement et EDUCAM – le centre d'expertise et de formation du secteur automobile.

En juillet 2020, vingt-trois des cinquante-sept élèves de départ ont été diplômés et 80 % d'entre eux ont également obtenu le certificat de technicien d'entretien Mercedes-Benz. La marque premium allemande s'aligne ainsi avec succès sur la tendance d'un enseignement davantage axé sur la pratique, tout en améliorant l'image de la formation en mécanique automobile.

Ce programme d'apprentissage qui combine journées de cours à l'école et formations sectorielles, complété par l'acquisition d'une expérience de terrain dans nos ateliers, est un atout pour les jeunes comme pour notre organisation. Ces élèves décrochent non seulement leur diplôme en mécanique automobile, mais reçoivent aussi le titre de technicien d'entretien Mercedes-Benz. Ils peuvent en outre obtenir en même temps leur certificat sectoriel d'EDUCAM. Cette approche leur ouvre non seulement la porte d'un poste stable dans l'un des centres de service agréés Mercedes-Benz, mais constitue aussi un tremplin pour leur évolution future au sein de l'organisation – jusqu'à un poste de technicien en diagnostic certifié s'ils le souhaitent.

Depuis 2017, cette formule a permis à cinquante-sept élèves au total d'entamer un apprentissage dual : 60 % en Wallonie ont suivi un parcours de trois ans, tandis que 40 % en Flandre ou à Bruxelles ont opté pour un programme combiné apprentissage-travail de deux ans.

Pierre-Emmanuel Chartier, nouveau CEO de Mercedes-Benz BeLux et Mercedes-Benz Cars Pays-Bas

Le 1^{er} septembre, Pierre-Emmanuel Chartier, auparavant Directeur Market Operations Mercedes-Benz Cars Portugal et CEO de Mercedes-Benz Portugal, a endossé sa nouvelle fonction de CEO pour le Benelux. Il a ainsi succédé à Niels Kowollik, devenu fin août CEO de l'organisation Mercedes-Benz Suède/Danemark.

Pierre-Emmanuel Chartier a entamé sa carrière chez Mercedes-Benz France en 1995, où il a occupé diverses fonctions de management au sein de Marketing & Sales dans l'organisation Wholesale et Own Retail. Après avoir été Executive Assistant du General Manager Mercedes-Benz Cars, District Manager, Product Manager et Head of smart Sales en France, il est devenu en 2006 General Manager Own Retail Mercedes-Benz et smart pour le sud de la France. En 2011, il a été nommé Head of Sales Mercedes-Benz Cars & smart en France avant de passer General Manager Own Retail France en janvier 2014. En septembre 2014, Pierre-Emmanuel Chartier a contribué à la création de la Région Overseas à Stuttgart, en tant que Director of Operations puis comme Customer Services Director. Depuis juillet 2018, il dirigeait Mercedes-Benz Portugal. Il poursuit sa carrière au sein de l'organisation Benelux depuis le 1^{er} septembre 2020.

2. L'électrification gagne du terrain : 19,2 % des clients ont choisi un xEV

En 2020, Mercedes-Benz a triplé ses ventes de xEV dans le monde et la part de ces véhicules a atteint 19,2 % en Belgique. L'année 2021 sera marquée par une nette accélération de l'électrification chez Mercedes-Benz Cars. Mercedes-Benz Cars a six modèles 100 % électriques en préparation, parmi lesquels quatre nouveaux modèles EQ seront présentés en 2021, à savoir les EQA, EQB, EQE et EQS. La gamme des hybrides rechargeables Mercedes-Benz, qui compte actuellement plus de vingt variantes de modèles, sera étoffée grâce à l'arrivée des versions électriques de la Classe C et de la Classe S. Mercedes-Benz Cars s'attend dès lors à voir augmenter sa part de xEV sur le marché mondial et à atteindre une nouvelle fois ses objectifs européens en matière d'émissions de CO₂.

EQA

Avec le nouvel EQA, Mercedes-Benz illustre comment la stratégie EQ peut être transposée au segment des Compact Cars. La version de série du cousin 100 % électrique du GLA repose sur la nouvelle plateforme MMA « Electric first », développée pour les modèles compacts et moyens. L'EQB, grand frère 100 % électrique de l'EQA, suivra plus tard.

EQS

La nouvelle génération de voitures électriques dans le segment luxe et executive repose sur une architecture EVA spécialement développée et modulable à chaque niveau, qui peut s'appliquer à toutes les séries. L'emplacement et la largeur, tout comme d'autres éléments du système – surtout les batteries – sont variables grâce à la conception modulaire. Le concept est optimisé en vue de répondre à toutes les exigences d'une gamme de modèles 100 % électriques tournés vers l'avenir. L'architecture des véhicules permet à Mercedes-Benz de construire différentes voitures électriques, de la berline au grand SUV.

L'EQS est le premier véhicule 100 % électrique construit sur cette nouvelle plateforme EVA. Il offrira une autonomie allant jusqu'à 700 kilomètres (WLTP) et sera entre autres équipé du système multimédia ultra intelligent Hyperscreen MBUX et d'un système certifié pour les filtres à air. Ce ne sont là que quelques exemples des technologies innovantes de la plateforme EVA sur laquelle quatre modèles Mercedes-EQ seront construits.

<https://media.mercedes-benz.be/lancement-de-legs-premier-modele-construit-sur-la-nouvelle-architecture-electrique-en-2021/>

<https://media.mercedes-benz.be/eqs-avec-unique-hyperscreen-mbux-le-grand-cinema-embarque/>

Technologie hybride de troisième génération

Mercedes-Benz propose plus de vingt variantes de modèles hybrides rechargeables. La troisième génération est arrivée dans le segment des Compact Cars.

La combinaison du moteur électrique et du moteur quatre cylindres 1,33 litre sur les modèles compacts fournit une puissance de 160 kW (218 ch) et un couple maximum total de 450 Nm. La caractéristique du moteur électrique – la disponibilité du couple complet dès le démarrage – a pour effet positif que les hybrides rechargeables compacts réagissent immédiatement lorsqu'on appuie sur l'accélérateur. Les performances sont donc impressionnantes. L'A 250 e, par exemple, accomplit le sprint traditionnel de 0 à 100 km/h en seulement 6,6 secondes. Outre une conduite des plus agréables, la motorisation compacte s'avère efficace et adéquate dans le cadre d'une utilisation quotidienne, l'autonomie pouvant atteindre 70 kilomètres (WLTP).

Le GLE 350 de, ainsi que les GLE 350 e SUV et Coupé, convainquent par leur autonomie en mode 100 % électrique : grâce à leur batterie de 31,2 kWh, ils permettent de parcourir près de 100 kilomètres (WLTP) – à condition d'adopter le style de conduite adéquat –, ce qui est unique pour un véhicule hybride rechargeable. La nouvelle Classe S PIH essence, qui sera présentée au printemps 2021, s'appuiera sur la même technologie et offrira une autonomie comparable.

Une stratégie de gestion intelligente assiste le conducteur

Les collaborateurs de Mercedes-Benz Research ont entre autres exploité les données de l'appli EQ Ready afin de déterminer les distances moyennes qu'effectuent les conducteurs de voitures électriques. Il est ressorti de l'analyse qu'une autonomie de 50 kilomètres en mode 100 % électrique est suffisante pour 90 % de tous les trajets. La part des trajets plus longs est toujours plus réduite – plus de 90 % de tous les trajets sont inférieurs à 100 kilomètres et l'immense majorité des trajets font moins de 400 kilomètres. Les hybrides rechargeables de la troisième génération répondent ainsi parfaitement au besoin de mobilité.

Le système électronique des hybrides rechargeables offre en outre un précieux soutien au conducteur grâce à une stratégie de gestion intelligente et spécifique au trajet qui assure un style de conduite économique ; l'objectif est de rouler le plus longtemps possible avec la batterie chargée et de veiller à ce que le temps de recharge soit le plus court possible. Cette stratégie recommande le mode électrique dans les situations où il est le plus judicieux, compte tenu par exemple des données de navigation, de la topographie, des limitations de vitesse et des conditions de circulation tout au long de l'itinéraire planifié. L'assistant ECO, qui sert en quelque sorte de coach, aide à économiser de l'électricité et du carburant. Si le conducteur suit bien les conseils de cet assistant ECO, la réduction de la consommation du véhicule peut atteindre 5 %.

Le potentiel des hybrides rechargeables en matière de réduction des émissions de CO₂

Les experts environnementaux de Daimler tiennent compte des émissions et de la consommation des ressources pendant toute la durée du cycle de vie d'un véhicule, de l'extraction des matières premières au recyclage en passant par la production et l'utilisation. Malgré la consommation d'énergie importante liée à la production d'un véhicule hybride, le bilan environnemental pendant le cycle de vie est positif. Il est vrai que la production d'un hybride rechargeable Mercedes-Benz de troisième génération engendre des émissions de CO₂ supérieures d'environ 20 % à la celles d'un modèle comparable doté d'une motorisation traditionnelle, une différence principalement liée à la batterie haute tension.

Les émissions de CO₂ sont en revanche réduites de 40 % grâce à l'utilisation systématique de la fonction rechargeable ou au fait de recharger régulièrement la batterie via le réseau, ainsi qu'au gain d'efficacité lorsque le véhicule roule.

Si la batterie de démarrage est exclusivement chargée avec de l'électricité verte, la réduction des émissions de CO₂ des modèles hybrides rechargeables de Mercedes-Benz peut même atteindre 70 %. Les grandes batteries de la génération actuelle d'hybrides rechargeables, combinées aux puissants moteurs électriques, assurent un fonctionnement efficace, même lorsque l'autonomie électrique est épuisée.

Mercedes-AMG

Mercedes-AMG est convaincu que le besoin de mobilité individuelle continuera à croître dans le monde entier – tout comme la demande de modèles et d'expériences hors du commun. La tâche d'AMG est de redéfinir le luxe moderne de Mercedes-Benz et le concept de « Performance Luxury » propre à Mercedes-AMG. Par ailleurs, il ne fait aucun doute que le luxe contemporain doit désormais être à la fois durable et fascinant.

C'est précisément pour cette raison que Mercedes-AMG proposera d'ici peu plusieurs modèles électrifiés dans chaque segment, sous le label « EQ Performance ». Les projets vont des propulsions électrifiées aux « Performance Hybrids », en passant par les véhicules entièrement électriques d'Affalterbach.

3. Numérisation

La « Best Customer Experience 4.0 » passe à la vitesse supérieure grâce au show-room virtuel et à la famille d'applics Mercedes me

À travers le programme « Best Customer Experience 4.0 », la marque Mercedes-Benz s'efforce de répondre à l'évolution des attentes du client à l'ère numérique. Les clients doivent se voir proposer une expérience agréable et harmonieuse lorsqu'ils veulent entrer en contact avec Mercedes-Benz – quels que soient le moment, le lieu et le canal utilisé. C'est pourquoi Mercedes-Benz combine points de vente physiques et canaux numériques, en élaborant des concepts innovants pour les bâtiments des concessions et les emplacements. En parallèle, Mercedes-Benz estime qu'aux alentours de 2025, un quart des ventes mondiales de voitures particulières seront réalisées via des canaux en ligne, en collaboration avec ses partenaires commerciaux. La numérisation des ventes englobe aussi les activités des ateliers et les services à la clientèle : Mercedes-Benz s'attend à ce que 80 % de tous les rendez-vous pour l'entretien soient réservés en ligne en 2025.

Show-room virtuel

La réservation en ligne d'un essai ou d'un rendez-vous à l'atelier est courante depuis longtemps, mais tous les concessionnaires Mercedes-Benz disposent également d'un show-room virtuel depuis l'été 2020. Cet outil en ligne permet non seulement aux clients de configurer, mais aussi de commander la Mercedes de leurs rêves sur le site web. Grâce à cette couverture nationale, nous misons pleinement sur une numérisation plus poussée de nos activités. Les clients qui utilisent notre configurateur en ligne pour composer leur Mercedes reçoivent également une proposition relative à une voiture de stock pouvant être livrée directement.

De l'appli à l'écosystème numérique : la nouvelle génération d'applics Mercedes me

En 2015, Mercedes-Benz a lancé son appli Mercedes me permettant de connecter un véhicule à un smartphone. En 2020, elle a servi de base au développement d'un véritable écosystème numérique, qui autorise l'élaboration rapide et flexible de nouveaux services. L'appli Mercedes me comprend trois éléments : Mercedes me, Mercedes me Store et Mercedes me Service. Dans le monde et également en Belgique, plus de 80% des voitures sont déjà connectées.

Disponibles dans quarante pays, les nouvelles applis Mercedes-Benz combinent fonctionnalités de base et convivialité maximale pour le client. Grâce à cette nouvelle génération d'applics, les clients peuvent prendre contact avec Mercedes-Benz en permanence et encore plus facilement. Ils peuvent prendre rendez-vous pour l'entretien de leur voiture chez le concessionnaire de leur choix ou envoyer leur prochaine destination au véhicule via l'appli.

Toutes les applis Mercedes me sont étroitement liées les unes aux autres, de sorte qu'une seule connexion à l'aide de l'identifiant Mercedes me est nécessaire pour y accéder. Même si chaque appli a des fonctionnalités spécifiques, l'utilisateur peut passer de l'une à l'autre sans heurts et de manière intuitive.

L'appli **Mercedes me** connecte le smartphone au véhicule. Le propriétaire accède ainsi rapidement aux informations importantes telles que le kilométrage, l'autonomie restante ou la pression des pneus. Il peut également envoyer des commandes à la voiture via l'appli : démarrer le chauffage stationnaire, actionner la capote ou les vitres latérales, faire clignoter les feux dans un parking sombre...

L'appli **Mercedes me Store** permet d'accéder très facilement aux produits numériques de Mercedes-Benz. Elle offre une vue d'ensemble rapide sur les plus de quatre-vingts services numériques et fonctions à la demande

Mercedes me, qui peuvent être étendus à tout moment à l'aide du smartphone.

L'appli **Mercedes me Service** envoie en temps utile des rappels concernant les rendez-vous pris pour des travaux d'entretien ou de réparation. Elle affiche les témoins d'avertissement activés et indique les mesures à prendre – s'arrêter à la prochaine station-service afin de vérifier la pression des pneus, par exemple. Elle permet également de prendre directement rendez-vous avec l'atelier, via le smartphone. L'appli offre également des tutoriels pratiques et intéressants qui expliquent comment utiliser au mieux le véhicule.

Mercedes-Benz offre en outre la possibilité d'équiper des modèles plus anciens (jusqu'à 2002 inclus) du Mercedes me Adapter. Une fois que l'adaptateur est couplé à un smartphone, les services de connectivité ne sont plus réservés aux clients qui achètent de nouvelles voitures. Plus d'un demi-million de voitures dans le monde sont à présent équipées de l'adaptateur. Depuis août 2020, les clients ont la possibilité de l'installer eux-mêmes dans leur Mercedes-Benz et ne doivent plus se rendre dans un point de service certifié. L'utilisateur trouve dans l'appli les instructions à suivre à chaque étape afin de mener l'installation à bien. L'activation peut ainsi être assurée en quelques minutes.

4. La nouvelle Stratégie de Mercedes-Benz

Mercedes-Benz a annoncé une nouvelle orientation stratégique qui poursuivra une croissance rentable dans le segment du luxe et visera le leadership en matière de propulsion électrique et de logiciels automobiles. Mercedes-Benz a l'intention de construire les voitures les plus recherchées au monde. Il s'agit de tirer parti des atouts en tant que marque de luxe pour accroître la valeur économique et améliorer le mix et le positionnement du portefeuille de produits. Mercedes-Benz va libérer tout le potentiel des uniques sous-marques – AMG, Maybach, G et EQ. Notre stratégie vise à éviter les activités non essentielles pour gagner là où cela compte : les véhicules électriques dédiés et les logiciels automobiles propriétaires.

La nouvelle stratégie de Mercedes-Benz est un programme complet destiné à faire progresser l'entreprise sur les plans technologique et financier. Elle repose sur cinq piliers :

Penser et agir comme une marque de luxe

Le luxe a toujours fait partie de l'âme de Mercedes-Benz. À l'avenir, la marque se recentrera sur le luxe, en rendant partie intégrante de tous les produits, des interactions avec les clients et des technologies numériques. Mercedes-Benz remodelera son portefeuille de produits, sa communication de marque et son réseau de vente pour offrir une véritable expérience du luxe – une expérience du luxe qui sera électrique, pilotée par logiciels et durable.

Miser sur une croissance rentable

Mercedes-Benz prendra des mesures pour améliorer et recalibrer sa stratégie de marché. Celles-ci se concentreront sur l'optimisation de l'équilibre entre les volumes, les prix et le mix de canaux en vue de garantir l'amélioration des marges de contribution du portefeuille actuel et futur. Mercedes-Benz concentrera également ses ressources de développement de produits et son capital sur les parties les plus rentables du marché et les segments dans lesquels elle est en concurrence, afin d'assurer une rentabilité structurellement plus élevée.

Élargir la clientèle en développant des sous-marques

Mercedes-Benz est la marque de voitures de luxe ayant le plus de valeur au monde, selon Interbrand. Elle restera l'étoile polaire. Mais Mercedes-Benz a aussi des sous-marques extraordinaires : AMG, Maybach, G et EQ. La nouvelle stratégie les hissera au niveau supérieur – en accélérant leur développement, avec des plans clairs et ciblés pour libérer leur potentiel et générer une croissance progressive substantielle de l'EBIT.

Prochain niveau d'électrification haute performance pour AMG, à compter de 2021. Ses liens avec la Formule 1 s'intensifieront également l'an prochain, pour refléter son identité de sous-marque haute performance de Mercedes. Maybach poursuivra les opportunités mondiales, doublant de taille et passant à l'électricité. La demande pour le légendaire G est en avance sur la capacité actuelle. La légende grandira et s'électrifiera. Avec la marque EQ, Mercedes-Benz s'adressera à un nouveau public avec des produits de haute technologie évolutifs, construits sur des architectures électriques dédiées.

Aller au-devant des clients et augmenter les revenus récurrents

Mercedes-Benz s'est engagé à favoriser des relations durables avec ses clients. L'objectif est que les clients aiment posséder une Mercedes-Benz et soient tellement satisfaits de la relation qu'ils restent avec la marque pendant longtemps, idéalement pour toujours. Désormais, Mercedes-Benz visera une fidélisation encore plus forte, l'augmentation des achats répétés et une croissance rapide des revenus récurrents – des services et des pièces, mais aussi et de plus en plus, des mises à jour Over-the-Air (OTA) aux services d'abonnement. Le nombre croissant de voitures connectées offre à l'avenir des opportunités de revenus très importantes, car la flotte de Mercedes-Benz atteindra 20 millions de véhicules entièrement connectés en 2025.

Être leader de la propulsion électrique et des logiciels automobiles

Mercedes-Benz vise à prendre la tête de la propulsion électrique et des logiciels automobiles avec des objectifs de développement de produits ambitieux et le lancement accéléré de nouvelles technologies. Dans le cadre de sa stratégie « Electric First », Mercedes-Benz a annoncé quatre nouveaux véhicules tout électriques basés sur sa prochaine vaste architecture de véhicule électrique (EVA). La berline de luxe EQS – le premier représentant de cette nouvelle architecture dédiée – arrivera sur le marché en 2021 avec une autonomie électrique de plus de 700 km (WLTP). Elle sera suivie par l'EQE, l'EQS-SUV et l'EQE-SUV. Par ailleurs, AMG, Maybach et G passeront à l'électricité. À partir de 2025, un grand nombre d'autres modèles seront ajoutés au portefeuille de véhicules électriques sur la deuxième toute nouvelle plate-forme électrique dédiée, l'architecture modulaire Mercedes-Benz (MMA) conçue pour les voitures compactes et moyennes.

Mercedes-Benz affectera encore davantage ses ressources de développement de produits et son expertise à la propulsion électrique et investira dans de nouvelles technologies et concepts pour accélérer l'autonomie et l'efficacité électriques. La prochaine génération de moteurs électriques sera développée en interne et comprendra un onduleur sophistiqué et une technologie haute tension. L'entreprise fait d'énormes progrès dans la technologie des batteries avec la batterie interne R&D, complétée par des partenariats étroits avec des partenaires stratégiques clés CATL, Farasis et Sila Nano. De nouveaux matériaux et procédés de production augmenteront l'autonomie tout en réduisant le temps de chargement et les coûts.

Mercedes-Benz a également annoncé aujourd'hui une prochaine étape passionnante dans le développement de véhicules électriques, avec le programme technologique Vision EQXX. L'objectif est de construire un véhicule électrique affichant une efficacité et une autonomie spectaculaires. Mercedes-Benz a chargé son groupe d'ingénierie de repousser les limites de l'autonomie et de l'efficacité électriques avec une équipe multidisciplinaire et interfonctionnelle basée à Stuttgart, soutenue par des spécialistes du groupe Mercedes-Benz F1 HPP au Royaume-Uni, qui apportent leur expertise dans les moteurs électriques et la vitesse de développement inspirée du sport automobile. Bien que Vision EQXX soit un programme technologique, il devrait aboutir à des innovations qui feront rapidement leur chemin dans les voitures de série.

Dans le domaine des logiciels automobiles, Mercedes-Benz a annoncé son propre système d'exploitation propriétaire MB.OS. Il sera développé en interne et devrait être lancé en 2024. Il permettra à Mercedes-Benz de centraliser le contrôle de tous les domaines des véhicules ainsi que de ses interfaces consommateurs. Le développement de logiciels propriétaires permettra une plus

grande vitesse et des mises à jour plus fréquentes, et sera conçu autour d'architectures évolutives qui contrôleront les coûts de développement futurs.

5. AMG Sport automobile – Mercedes-Benz transpose ses connaissances en Formule 1 et Formule E dans la production de série

Au cours de cette année particulière qu'a été 2020, l'équipe Mercedes-AMG Petronas F1 a remporté une double victoire. Lewis Hamilton a décroché son septième titre mondial et égalé du même coup le record de Michael Schumacher. L'équipe a elle aussi exulté : pour la septième fois, elle occupait la plus haute marche du podium dans le classement des constructeurs. Mercedes a en effet raflé son septième titre constructeurs – six avec Lewis Hamilton, un avec Nico Rosberg.

Mercedes-Benz reste en Formule 1. L'implication de Mercedes-Benz dans le sport automobile a été soigneusement étudiée et il est ressorti que l'intérêt pour ce sport grandit dans le monde entier. Le nombre de jeunes fans, surtout, est en hausse – entre autres grâce aux réseaux sociaux. De plus, la Formule 1 reste un laboratoire utile pour la mise au point de technologies qui sont ensuite appliquées à la production en série. Simultanément, Mercedes-Benz s'efforce de réduire son empreinte écologique dans le sport automobile. Elle mise pleinement sur la technologie hybride et passera aux carburants synthétiques. Bref, Mercedes-Benz a défini un projet qui se soucie davantage de la durabilité et de la mobilité électrique. Le même constat vaut d'ailleurs pour AMG.

L'équipe Mercedes-Benz EQ Formule E est prête pour sa deuxième saison

L'équipe Mercedes-Benz EQ Formule E est prête pour sa deuxième saison du Championnat du monde ABB FIA Formule E et entamera la 7^{ème} saison dans la série de courses « tout électrique » avec les mêmes pilotes, à savoir Nyck de Vries et le Belge Stoffel Vandoorne. L'équipe a ainsi opté pour la continuité. Stoffel et Nyck prendront le volant d'une version revisitée de la Mercedes-Benz EQ Silver Arrow 02, qui arbore une carrosserie en carbone couleur argent rehaussée de touches bleues – entre autres les lettres « EQ ». Cette voiture de course est grosso modo une évolution du modèle de la saison précédente. Les changements les plus importants se trouvent sous le capot, puisque l'équipe a perfectionné le groupe motopropulseur pour la nouvelle saison.

La Formule E est plus qu'une simple catégorie de sport automobile passionnante. En un laps de temps relativement court, cette catégorie entièrement électrique s'est imposée comme une pionnière en matière d'innovation technologique, d'efficacité, de durabilité et de mobilité électrique. Cette participation à la Formule E fait de Mercedes-Benz le seul constructeur automobile au monde présent à la fois en Formule 1 et en Formule E, une stratégie qui la met en mesure de transposer sur la voie publique l'expérience acquise en compétition. Ensemble, les deux plateformes permettent un saut technologique important qui profite à toute la famille Mercedes-Benz et contribue à la mobilité de demain.

<https://media.mercedes-benz.be/lequipe-mercedes-benz-eq-formule-e-choisit-la-continuite-pour-la-saison-7/>

6. « Hey Mercedes, let's talk » - une expérience virtuelle totale en guise d'alternative au Salon de l'automobile de Bruxelles

Sous la devise « Si les gens ne peuvent pas venir au Salon de l'automobile de Bruxelles, nous irons à eux », Mercedes-Benz a lancé sa plate-forme virtuelle « Hey Mercedes, let's talk ». Celle-ci constitue le pivot d'une démarche de communication à 360° axée sur l'univers de Mercedes-Benz. Simultanément, elle offre aux visiteurs et aux personnes intéressées une expérience virtuelle du salon – en les informant notamment de ses conditions. Grâce aux canaux numériques les plus récents – comme le chatbox – les visiteurs pourront échanger avec des concessionnaires Mercedes-Benz agréés ou commander la voiture de leurs rêves en ligne.

Avec cette initiative à grande échelle, Mercedes-Benz propose une alternative au traditionnel et fameux Salon de l'automobile de Bruxelles. En tout état de cause, janvier 2021 sera marqué du sceau du « mois de l'automobile ». De plus, si la situation sanitaire le permet, tous les concessionnaires Mercedes-Benz agréés ouvriront leurs portes – en tenant compte des mesures d'hygiène en vigueur – pour offrir une expérience de salon local.

« Hey Mercedes, let's talk »

La plate-forme « Hey Mercedes, let's talk » est entièrement dédiée au dialogue avec les fans de la marque. Elle ne se limite pas à des informations pour clients fidèles ou personnes intéressées rêvant d'acquérir leur première Mercedes-Benz, mais leur donne aussi l'opportunité de s'immerger dans l'univers de Mercedes-Benz en fourmillant de détails sur le design, l'innovation et la technologie, la mobilité durable de demain et la vision de la marque à l'Étoile pour l'avenir.

Pierre-Emmanuel Chartier, CEO de Mercedes-Benz Belgium Luxembourg : « Le nom de cette campagne est un clin d'œil à l'interface utilisateur de MBUX 'Hey Mercedes', qui exécute les commandes du conducteur ou dont il peut demander l'aide. En même temps, il renvoie également à la situation actuelle qui limite les contacts sociaux. Grâce à cette plate-forme, nous voulons échanger avec les amateurs et les curieux sur tout ce qui rend notre marque unique. On y traite de sujets aussi variés que notre engagement 'Ambition 2039' pour une flotte neutre en émissions de CO₂, que de nos succès dans les sports motorisés comme la Formule 1 et la Formule E. Nous attendons avec impatience d'entrer en dialogue avec nos visiteurs. »

La plate-forme a été lancée le 1^{er} décembre, la suppression du Salon de l'automobile ayant accéléré sa mise en œuvre. Peter Zijlstra, Directeur du marketing de Mercedes-Benz Belgium Luxembourg : « Nous sommes pleinement engagés dans le marketing numérique depuis un certain temps et la plate-forme « Hey Mercedes, let's talk » est donc une étape logique que nous avons précipitée en raison de l'annulation du Salon de l'automobile physique. Cela signifie d'ailleurs que nous considérons cette plate-forme pour rester – même après janvier : « Hey Mercedes, let's talk » restera au cœur de notre approche de communication à 360°. Cette plate-forme dynamique sera complétée chaque semaine par de nouveaux éléments de fond qui aborderont diverses facettes de notre identité de marque. Le message est donc : restez à l'écoute. »

Le showroom virtuel - le monde de Mercedes-Benz chez soi

Pendant la période traditionnelle du Salon, nous passons à la vitesse supérieure. Grâce au Showroom Virtuel, les visiteurs peuvent visiter la marque avec la l'étoile en ligne où et quand ils le souhaitent. Pas n'importe quelle visite; il se retrouve dans l'environnement familier de salon et de revendeur de la marque avec la l'étoile. Avec le même look & feel que la salle d'exposition physique et avec le même service - de la demande d'informations sur le produit à la consultation d'un vendeur, à la réservation d'un essai routier ou à la configuration de la voiture de ses rêves.

«Ce faisant, nous donnons à nos clients et à nos fans la possibilité de découvrir nos modèles dans leur environnement familier», déclare Peter Zijlstra, responsable du marketing. «De nombreuses initiatives virtuelles et en ligne ont vu le jour ces derniers mois. Aujourd'hui, nous allons encore plus loin. Que le client se rende physiquement dans nos salles d'exposition ou visite la salle d'exposition en ligne, l'expérience et les possibilités sont identiques. Après tout, nous avons traduit le concept de vente au détail, comme tout le monde le sait, de nos concessionnaires et de notre stand au salon de l'automobile, jusqu'aux moindres détails, sur une plateforme en ligne. Nous allons très loin dans cela. Par exemple, les films de produits tournent même dans la plate-forme - comme vous le verriez dans la salle d'exposition. Le showroom virtuel évolue donc dans le temps et est continuellement mis à jour.

Non seulement l'environnement est identique, mais la prestation de services est également la même. Les visiteurs peuvent se promener, rechercher des informations, regarder de plus près un modèle, parler à un informateur, configurer la voiture de leurs rêves, réserver un essai routier et même réserver une voiture sur la plateforme de stock en ligne.

Mercedes-Benz Cars pilote le lancement du concept mondial Mercedes-Benz de la salle d'exposition virtuelle du BeNeLux. A-Class, GLA, CLA, GLC, E-Class, S-Class et EQC avec plusieurs variantes volent actuellement la vedette dans le showroom virtuel. La gamme est progressivement étendue à tous les modèles de la gamme Mercedes-Benz et grâce au concept du «black box», les nouveautés peuvent également être annoncées longtemps à l'avance ».

Concessionnaires Mercedes-Benz

LiveChat sera également déployé au maximum parmi les concessionnaires Mercedes-Benz agréés et contribuera dans une large mesure à exaucer la promesse client de Mercedes-Benz : la meilleure expérience client. En effet, les concessionnaires sont particulièrement qualifiés pour répondre aux questions spécifiques des clients et orienter les intentions d'achat. Espérons que cela sera possible dans le contexte actuel et – dans le respect des indispensables mesures de sécurité – bientôt également en personne dans le showroom où chaque concessionnaire organisera un mini salon vecteur d'une expérience similaire, non seulement les dimanche 17 et 24 janvier 2021, mais aussi lors de nos nocturnes lundi 18 et vendredi 22 janvier jusqu'à 21 h.

Pas de salon, mais des conditions de salon

La version spéciale 'Sport Edition' sera proposée sur plusieurs modèles : selon le modèle, cette Édition comprendra la ligne sportive PROGRESSIVE ou la ligne AMG, le pack Advantage (avec navigation, pack rétroviseurs et pack parking), le combiné d'instruments numérique et l'assistant angle mort. Cette offre est valable pour toutes les voitures compactes, le GLC, la Berline et le Break des Classes C et E, le CLS et le SUV GLE ainsi que pour toutes les variantes de moteurs, y compris les hybrides rechargeables (sauf **Mercedes-AMG**).

Spécifiquement pour les hybrides rechargeables, vous pourrez choisir entre un boîtier mural EVBOX gratuit comprenant l'installation, un câble de charge intelligent POWERDALE gratuit, un contrat de service Complete Care gratuit (réparation & maintenance, 3 ans ou 80.000 km au maximum) et un bonus EQ avec avantage client. Grâce aux primes de rachat très intéressantes sur presque toute la gamme de modèles, les clients pourront sensiblement augmenter la valeur de reprise de leur véhicule actuel pendant le Salon. Il y a aussi des promotions spéciales sur les voitures de stock.

Pour parfaire la promotion, Mercedes-Benz Financial Services propose une série de solutions financières intéressantes telles que le financement à 0 % pour les voitures compactes et la famille de la Classe C, et un taux d'intérêt de 0,49 % sur le reste de la gamme. Mais aussi Select & Drive Renting à 0,49 % pour les voitures compactes

et la famille de la Classe C, un taux d'intérêt de 0,99 % pour la famille de la Classe E et de 1,49 % pour le reste de la gamme. En plus de ces produits, il existe également une formule all-in pour les particuliers sous la forme de Select & Drive Private Lease. Mercedes-Benz Financial Services propose également des tarifs compétitifs dans le domaine de l'assurance.

Conditions de salon Mercedes-Benz Vans

Mercedes-Benz Vans offre du 1/12/2020 au 31/1/2021 un taux d'intérêt de 0 % sur toute la gamme de fourgons entièrement électriques (maximum 60 mois, avance de 15 %) aux clients professionnels en Belgique. Cela comprend l'eVito, l'eVito Tourer, l'EQV et l'eSprinter. 4 ans de maintenance gratuite sont également inclus sur tous les eVans. Alternative : écoprime ou boîtier mural gratuit avec installation.

Pour le fourgon tôlé Vito, le Vito Tourer et le Mixto, le fourgon tôlé Sprinter, la Classe V et le Marco Polo, un taux d'intérêt fortement réduit de 0,49 % (maximum 48 mois, avance de 15 %) s'applique également. Les clients n'y ayant pas recours pourront opter pour des conditions attractives sur le contrat de service complet, une transmission automatique gratuite sur le Vito ou le fourgon tôlé Sprinter et une réduction de 50 % sur un pack AMG pour la Classe V. Outre toutes ces promotions, Mercedes-Benz Insurance Services offre une remise de 5 % sur l'assurance de chaque contrat de financement. Les clients particuliers pourront également compter sur divers avantages, dont une offre de Private Lease particulièrement intéressante de Mercedes-Benz Financial Services.

<https://media.mercedes-benz.be/fr/«+Hey+Mercedes%2C+let's+talk+»/>