



Mercedes-Benz

Informations presse
22 Septembre, 2025

Mercedes-Benz France célèbre le succès du lancement du nouveau CLA : plus de 25 000 invités réunis à travers le pays

Mercedes-Benz France a marqué une nouvelle étape de son histoire avec le lancement national du tout nouveau CLA. En l'espace de trois jours seulement, plus de 25 000 invités ont été accueillis dans le réseau et dans des lieux emblématiques, confirmant l'intérêt suscité par le modèle préfigurant la nouvelle plateforme Mercedes-Benz.

Une mobilisation nationale

A travers toute la France, le réseau Mercedes-Benz s'est mobilisé autour d'un dispositif exceptionnel : 140 soirées de lancement organisées simultanément dans les concessions à travers tout le territoire. Chaque soirée a rassemblé plusieurs centaines d'invités, avec des événements d'envergure qui ont parfois dépassé les 600 personnes, notamment à Villeneuve-Loubet, Marseille ou Lyon.

Une réussite qui illustre la puissance et la cohésion du réseau autour d'un même objectif : offrir à chaque client et prospect une expérience unique, à la hauteur du positionnement de la marque.

Des lieux prestigieux pour un lancement premium

Au-delà des concessions, Mercedes-Benz a choisi de mettre en scène le nouveau CLA dans des cadres exceptionnels. Le Stade Vélodrome à Marseille a accueilli plusieurs centaines d'invités dans une ambiance spectaculaire. Le Cannes Yachting Festival a offert un environnement maritime d'exception. Le Château de la Cour Senlis, la Citadelle de Besançon, le Centre d'Art Caumont à Aix-en-Provence ou encore l'Hôtel Salomon de Rothschild à Paris ont également servi de décor à ces présentations. Chaque lieu a permis de renforcer la dimension premium et unique du lancement, en associant le design et l'innovation du CLA à des environnements iconiques.

Des moments fort : l'inauguration de nouveaux sites

Parmi les étapes marquantes de cette tournée, l'inauguration du nouveau site Mercedes-Benz de Lyon a rassemblé plus de 1 200 invités. Vitrine stratégique pour la marque dans l'une des régions les plus dynamiques de France, ce site illustre la volonté de Mercedes-Benz d'offrir à ses clients des espaces modernes et conviviaux, conçus selon les nouveaux concepts de concession. Dans la continuité d'autres inaugurations ont rythmé la tournée, notamment Melun avec près de 600 personnes et Clermont-Ferrand, qui ont elles aussi attiré un large public. Ces étapes témoignent d'un vaste programme de modernisation du réseau, avec la mise en place progressive des nouveaux standards Mercedes-Benz dans plusieurs sites à travers le territoire.

Le CLA, nouveau chapitre de l'électrification Mercedes-Benz

Le succès de ce lancement national reflète l'intérêt grandissant pour le CLA. Disponible en version 100 % électrique et bientôt hybride 48v, il combine efficience énergétique et plaisir de conduite. Avec une autonomie pouvant atteindre jusqu'à 790 km (WLTP), il s'impose comme précurseur de la nouvelle génération de modèles Mercedes-Benz.

Avec ce lancement spectaculaire, Mercedes-Benz France démontre une nouvelle fois sa capacité à mobiliser son réseau et à créer des expériences inoubliables pour ses clients. En réunissant plus de 25 000 personnes, la marque a non seulement présenté un modèle stratégique pour son avenir, mais affirme aussi sa volonté de rapprocher encore davantage l'innovation, la technologie et l'émotion automobile de son public.

Contact:

Grégory Delépine, gregory.delepine@mercedes-benz.com

Vous trouverez de plus amples informations sur **Mercedes-Benz** à l'adresse www.mercedes-benz.com et sur notre

compte LinkedIn sous [Mercedes-Benz AG | LinkedIn](https://www.linkedin.com/company/mercedes-benz-ag/). Des informations de presse et des services numériques pour les journalistes et les multiplicateurs sont disponibles sur notre **plateforme en ligne Mercedes-Benz Media** à l'adresse media.mercedes-benz.com.

Mercedes-Benz AG en un coup d'œil

Mercedes-Benz AG fait partie de Mercedes-Benz Group AG, qui emploie au total environ 175 000 personnes dans le monde entier et est responsable des 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 camionnettes et de services liés aux véhicules. De plus, l'entreprise aspire à être le leader dans les domaines de la mobilité électrique et des logiciels automobiles. Le portefeuille de produits comprend la marque Mercedes-Benz avec Mercedes-AMG, Mercedes-Maybach et G-Class avec leurs modèles entièrement électriques ainsi que des produits de la marque smart. Mercedes-Benz AG est l'un des plus grands constructeurs mondiaux de voitures particulières haut de gamme. En 2024, elle a vendu environ 2,4 millions de voitures particulières et de camionnettes. Dans ses deux secteurs d'activité, Mercedes-Benz AG ne cesse d'étendre son réseau de production mondial avec plus de 30 sites de production sur quatre continents, tout en s'adaptant aux exigences de la mobilité électrique. Dans le même temps, l'entreprise construit et étend son réseau mondial de production de batteries sur trois continents. La durabilité étant le principe directeur de la stratégie de Mercedes-Benz et de l'entreprise elle-même, cela signifie créer de la valeur durable pour toutes les parties prenantes : pour les clients, les employés, les investisseurs, les partenaires commerciaux et la société dans son ensemble. La base en est la stratégie commerciale durable du groupe Mercedes-Benz. L'entreprise assume ainsi la responsabilité des effets économiques, écologiques et sociaux de ses activités commerciales et s'intéresse à l'ensemble de la chaîne de valeur.