



Mercedes-Benz

Informations presse  
19 Septembre, 2025

## Mercedes-Benz au Salon de l'Automobile de Lyon 2025 : le nouveau CLA et le nouveau GLC électrique en première ligne

EUREXPO LYON – Du mercredi 24 au dimanche 28 septembre 2025

Mercedes-Benz confirme sa présence au Salon de l'Automobile de Lyon 2025 avec deux modèles phares qui incarnent l'avenir de la marque : le tout nouveau **CLA**, vitrine de la prochaine génération de véhicules électrifiés, et le **GLC 400 4MATIC**, SUV iconique réinventé en version 100 % électrique.

### Le nouveau CLA

Présent durant toute la durée du salon, le nouveau CLA illustre la stratégie de mobilité durable de Mercedes-Benz. Conçu sur une architecture modulaire de nouvelle génération, il associe design affirmé, efficience énergétique et plaisir de conduite. Avec une autonomie électrique pouvant atteindre jusqu'à 790 km WLTP et des motorisations hybrides dotées de la technologie 48 volts. Véritable pionnier dans sa catégorie, le CLA ouvre la voie à une nouvelle ère de compact premium alliant durabilité, performance et efficience.

### Le GLC 400 4MATIC

Le **GLC 400** conjugue puissance, autonomie impressionnante jusqu'à 713 km WLTP et confort de haut niveau. Doté des toutes dernières innovations Mercedes-Benz, comme le système d'exploitation MB.OS et le spectaculaire MBUX Hyperscreen de 39 pouces, il redéfinit les standards des SUV premium électriques.

Le GLC 400 4MATIC sera visible à Lyon uniquement lors des journées presse : le mardi 23 septembre après-midi et le mercredi 24 septembre toute la journée, offrant aux professionnels une occasion unique de découvrir ce modèle en avant-première française.

### Mercedes-Benz : innovation et durabilité au cœur de la stratégie

Avec le CLA et le GLC, Mercedes-Benz illustre sa vision d'une mobilité électrique et hybride conjuguant performance, numérique et responsabilité environnementale. Leur présence au Salon de l'Automobile de Lyon souligne l'importance du marché français dans le déploiement de cette nouvelle génération de véhicules et confirme l'ambition de la marque : proposer une mobilité premium tournée vers l'avenir.

**Contact:**

Grégory Delépine, [gregory.delepine@mercedes-benz.com](mailto:gregory.delepine@mercedes-benz.com)

Vous trouverez de plus amples informations sur **Mercedes-Benz** à l'adresse [www.mercedes-benz.com](http://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](http://media.mercedes-benz.com).

**Mercedes-Benz AG en un coup d'œil**

MercedesBenz AG fait partie de MercedesBenz Group AG, qui emploie au total environ 175 000 personnes dans le monde entier et est responsable des activités mondiales de MercedesBenz Cars et MercedesBenz Vans. Ola Källenius est président du conseil d'administration de MercedesBenz 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 MercedesBenz avec MercedesAMG, MercedesMaybach et GClass avec leurs modèles entièrement électriques ainsi que des produits de la marque smart. MercedesBenz 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, MercedesBenz 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 MercedesBenz 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 MercedesBenz. 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.