



Mercedes-Benz

Fiche d'information

22 janvier 2026

« Il y a une place pour ceux qui rêvent » : Mercedes-Benz s'associe à la sortie en salles du film de Sony Pictures Animation « GOAT - Rêver plus haut »



Visuel clé « Mercedes-Benz x GOAT »

Stuttgart/Los Angeles. Mercedes-Benz a annoncé aujourd'hui une collaboration avec « GOAT » de Sony Pictures Animation, une comédie d'action originale qui sortira dans les salles à travers le monde en février 2026. Situé dans un univers entièrement animal, le film suit le personnage principal Will, un jeune bouc déterminé qui refuse d'accepter ses limites alors qu'il poursuit ses rêves extraordinaires de devenir un pro du basketball. Cette détermination à atteindre ses objectifs reflète l'esprit pionnier qui définit Mercedes-Benz : l'ambition et l'innovation guident ce qui est possible.

Le point fort de cette collaboration sous le thème « Il y a une place pour ceux qui rêvent » est le placement de produit marquant de trois véhicules Mercedes-Benz présents tout au long du film : le tout nouveau CLA 250+, le tout nouveau GLC électrique et le Sprinter. La collaboration s'étend encore avec une campagne dédiée comprenant un spot de 30 secondes où l'imaginaire et la réalité d'une jeune fille se mélangent après avoir vu GOAT au cinéma et en rentrant chez elle avec sa famille dans une Mercedes-Benz CLA.

Mercedes-Benz CLA 250+ | consommation énergétique combinée : 14,1-12,2 kWh/100 km | Émissions de CO<sub>2</sub> combinées : 0 g/km | Classe CO<sub>2</sub> : A<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Les valeurs indiquées ont été déterminées conformément à la procédure prescrite de mesure WLTP (Procédure d'essai mondiale harmonisée des véhicules légers). Les gammes indiquées concernent le marché européen. La consommation d'énergie et les émissions de CO<sub>2</sub> d'une voiture dépendent non seulement de l'utilisation efficace du carburant ou de la source d'énergie par la voiture, mais aussi du style de conduite et d'autres facteurs non techniques.

Mercedes-Benz GLC 400 4MATIC | consommation d'énergie combinée : 18,9-14,9 kWh/100 km | Émissions de CO<sub>2</sub> combinées : 0 g/km | Classe CO<sub>2</sub> : A<sup>2</sup>

« Il y a une étincelle spéciale entre Mercedes-Benz et GOAT. Nous partageons l'esprit du film « tout est possible », repoussant toujours les limites et montrant jusqu'où la volonté peut vous mener. L'histoire de Will fait écho à la façon dont nous avançons depuis 140 ans. »

Christina Schenck, Vice-présidente Digital & Communications et Relations Investisseurs, Mercedes-Benz AG

« S'associer à une marque mondiale comme Mercedes-Benz a permis une collaboration significative qui renforce le message de GOAT selon lequel croire en son plein potentiel peut mener à quelque chose d'extraordinaire. Mercedes-Benz a su capturer le thème du film grâce à un lieu authentique et une présence au cinéma sans faille. »

Jeffrey Godsick, vice-président exécutif, stratégie de marque et partenariats, Sony Pictures Entertainment

### Impact et portée

« GOAT » est un film qui résonnera dans le monde entier grâce à son message inspirant de suivre ses rêves. Des véhicules Mercedes-Benz apparaissent dans le film et offrent aux protagonistes une mobilité fiable, sûre et confortable. Outre la visibilité du fourgon Sprinter, les tout nouveaux modèles électriques CLA et GLC sont visibles dans le film, menant le plus grand lancement de produit de l'histoire de Mercedes-Benz. Le CLA a récemment été décerné deux fois : « [Voiture de l'année 2026](#) » et « [Voiture la plus sûre testée en Euro NCAP](#) ».

### Détails de la campagne

- Les ressources de campagne seront déployées de janvier à mars 2026, avec une communication importante autour de la sortie du film en février 2026 :
  - Une publicité de 30 secondes plus des coupures en salle, la télévision classique, la SVOD (vidéo par abonnement à la demande), les plateformes numériques et le cinéma
  - Un visuel clé pour divers formats publicitaires physiques et numériques
  - Vidéos/reels, publications et publicités sur les réseaux sociaux
  - Section dédiée au sein de la page web [du tout nouveau CLA](#)
  - Images fixes et extraits de films
  - Variations régionales des campagnes adaptées aux marchés locaux

### À propos de GOAT

De Sony Pictures Animation, le studio derrière « Spider-Man : Across the Spider-Verse » et les artistes qui ont réalisé « KPop Demon Hunters », vient « GOAT », une comédie d'action originale se déroulant dans un univers entièrement animal. L'histoire suit Will, un petit bouc aux grands rêves qui a une chance unique dans une vie de rejoindre les pros et de jouer au « roar ball » – un sport à haute intensité, mixte, à contact total, dominé par les animaux les plus rapides et les plus féroces du monde. Les nouveaux coéquipiers de Will ne sont pas ravis d'avoir une petite chèvre dans leur effectif, mais Will est déterminé à révolutionner le sport et à prouver une bonne fois pour toutes que « les petits savent jouer ! »

Réalisé par Tyree Dillihay. Co-réalisé par Adam Rosette. Scénario à l'écran par Nicolas Curcio et Peter Chiarelli. Scénario d'Aaron Buchsbaum et Teddy Riley. Produit par Michelle Raimo Kouyaté, Rodney Rothman, Adam Rosenberg, Stephen Curry et Erick Peyton. Les producteurs exécutifs sont Rick Mischel et Fonda Snyder. Le film met en vedette les voix de Caleb McLaughlin, Gabrielle Union, Stephen Curry, Nicola Coughlan, Nick Kroll,

<sup>2</sup> Les valeurs spécifiées ont été déterminées conformément à la méthode de mesure WLTP (Worldwide harmonized Light Vehicles Test Procedure). Les plages indiquées concernent les marchés ECE. La consommation d'énergie et les émissions de CO<sub>2</sub> d'une voiture dépendent non seulement de l'utilisation efficace du carburant ou de la source d'énergie par la voiture, mais aussi du style de conduite et d'autres facteurs non techniques.

David Harbour, Jenifer Lewis, Aaron Pierre, Patton Oswalt, Andrew Santino, Bobby Lee, Eduardo Franco, Sherry Cola, Jelly Roll et Jennifer Hudson.

**Contact :**

Sezin Durmus, téléphone +49 (0) 176 30 932 661, [sezin.durmus@mercedes-benz.com](mailto:sezin.durmus@mercedes-benz.com)

Melanie Kouba, téléphone +49 (0) 151 58 60 32917, [melanie.kouba@mercedes-benz.com](mailto:melanie.kouba@mercedes-benz.com)

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

**Mercedes-Benz AG en un coup d'œil**

Mercedes-Benz AG fait partie du groupe Mercedes-Benz AG, qui compte environ 175 000 employés dans le monde, et est responsable de l'activité mondiale 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 fourgonnettes et de services liés aux véhicules. De plus, l'entreprise 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 Mercedes-AMG, Mercedes-Maybach et G-Class avec leurs modèles entièrement électriques ainsi que les produits de la marque smart. Mercedes-Benz AG est l'un des plus grands fabricants mondiaux de voitures particulières haut de gamme. En 2024, elle a vendu environ 2,4 millions de voitures particulières et de fourgonnettes. Dans ses deux segments d'activité, Mercedes-Benz AG étend continuellement son réseau de production mondial avec plus de 30 sites sur quatre continents, tout en se préparant à répondre aux besoins de la mobilité électrique. Parallèlement, l'entreprise construit et étend son réseau mondial de production de batteries sur trois continents. Comme la durabilité est le principe directeur de la stratégie Mercedes-Benz et pour l'entreprise elle-même, cela signifie créer une 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 de cela repose sur 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 examine l'ensemble de la chaîne de valeur.