



Mercedes-Benz

Informations de presse

6 mars 2026

Mercedes-Benz mène des initiatives de marque pour les femmes dans le sport et la culture

- La campagne de marque avec la star du tennis Coco Gauff met en lumière des modèles féminins
- La collaboration « Driven by Her » avec la plateforme média CultedXO soutient les créatrices féminines
- L'entreprise s'engage depuis des décennies pour l'égalité des chances

Stuttgart. À l'occasion de la Journée internationale des femmes, Mercedes-Benz honore les réalisations et contributions des femmes dans le monde entier tout en renforçant son engagement de longue date en faveur de l'égalité des chances. Le 8 mars, l'entreprise souligne ses engagements de longue date dans le sport et la culture pour mettre en avant les talents féminins et inspirer les filles et les femmes du monde entier.

Campagne avec Coco Gauff comme voix forte de sa génération

Un partenariat est lancé avec la star du tennis américaine de 21 ans Coco Gauff qui, en décembre 2025, est devenue la dernière [ambassadrice mondiale de la marque Mercedes-Benz](#). Ayant déjà remporté deux titres du Grand Chelem en simple et un titre du Grand Chelem en double, Gauff est aujourd'hui considérée comme l'une des athlètes les plus exceptionnelles de sa génération. Mercedes-Benz célèbre l'impact durable de Coco sur le court de tennis et son influence sur les futures athlètes avec une campagne sur les réseaux sociaux lancée à l'occasion de la Journée internationale des femmes. En tant qu'ambassadrice mondiale inspirante et voix féminine de son époque, Coco donne un exemple que les gens admirent lors de la Journée internationale des femmes – et chaque jour.

Mercedes-Benz a franchi une étape pour façonner le tennis en établissant un partenariat à long terme avec la Women's Tennis Association (WTA). Depuis janvier de cette année, [Mercedes-Benz est partenaire premier et partenaire automobile exclusif de la WTA](#). Ensemble, les deux partenaires partagent l'aspiration d'élever encore davantage le tennis féminin pour un impact, une visibilité et un engagement encore plus grands.

« Driven by Her » – Visibilité pour les créatrices en collaboration avec CultedXO

Une autre initiative qui sera lancée lors de la Journée internationale des femmes est la collaboration « Driven by Her » avec CultedXO, une nouvelle marque médiatique qui place la communauté et la culture au premier plan. « Driven by Her » incarne l'esprit de Bertha Benz qui, au volant de la Benz Patent-Motorwagen en 1888, fut la première personne à parcourir une longue distance en voiture et obtint la publicité nécessaire pour l'invention de son mari Carl Benz. Quatre créatrices émergentes ont eu l'opportunité d'interpréter les innovations technologiques de Mercedes-Benz à travers leurs propres perspectives créatives et de les traduire en contenus – portés sur la culture.

365 jours par an : Femmes chez Mercedes-Benz

L'engagement et les initiatives reflètent la position de Mercedes-Benz : l'entreprise vise à élever le potentiel de professionnelles et leaders hautement qualifiées et à inspirer davantage de femmes et de filles à poursuivre des carrières dans les domaines techniques. Par exemple, l'entreprise participe à de nombreuses journées carrière et d'information, offrant aux filles et aux jeunes femmes des éclairages particuliers sur les professions techniques. Mercedes-Benz collabore également avec Hacker School, une organisation à but non lucratif en Allemagne dédiée à inspirer les enfants et les jeunes à s'engager dans des programmes. Un accent particulier est mis sur le monde de l'informatique accessible aux filles également.

Pour mettre en avant la diversité des parcours professionnels disponibles dans l'industrie automobile, des modèles visibles sont essentiels. Les professionnelles en début de carrière trouvent ces modèles au sein de l'entreprise : dans le monde, 26,7 % des postes de direction chez Mercedes-Benz sont occupés par des femmes.

Contact :

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

Frederike Birkner, +49 (0) 176 30 902 125, frederike.birkner@mercedes-benz.com

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

Depuis que Carl Benz a déposé le brevet pour la première automobile il y a 140 ans et que Gottlieb Daimler a construit sa voiture motorisée peu après, MercedesBenz s'est consacrée à innover constamment et à créer les voitures les plus recherchées au monde pour les clients. Cette ambition a motivé 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, primé. Avec la nouvelle S-Class, l'entreprise poursuit le plus grand programme de lancement de produits de son histoire. Avec sa passion pour la performance, sa puissance pionnière, son excellence et son engagement indéfectible envers le service client, la marque a constamment façonné l'avenir de la mobilité. Le résultat va bien au-delà de la simple réussite technique – il crée ce sentiment inimitable qui traverse tout ce que fait MercedesBenz : bienvenue chez vous.

Mercedes-Benz célèbre 140 ans d'innovation en conduisant trois nouvelles berlines Classe S lors d'un voyage transcontinental vers 140 sites à travers le monde. Chaque lieu met en avant la technologie, l'héritage, l'esprit pionnier et la présence mondiale de la marque. En chemin, clients, fans et collègues pourront participer aux célébrations – pour une aventure épique qui se poursuivra jusqu'en octobre. Suivez les « 140 ans ». 140 Places » traverse six continents dans notre parcours « [140 ans d'innovation | Mercedes-Benz Media](#) » et via la [communauté Mercedes-Benz](#).

Plus d'informations sur **Mercedes-Benz** sont disponibles sur www.mercedes-benz.com et sur notre chaîne **LinkedIn** sous [Mercedes-Benz AG | LinkedIn](#). 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.

Mercedes-Benz AG en un coup d'œil

MercedesBenz AG fait partie du groupe MercedesBenz AG, qui compte environ 164 000 employés dans le monde, et est responsable de l'activité mondiale 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 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 marques de Mercedes-Benz Cars comprend la marque Mercedes-Benz, ainsi que Mercedes-AMG, Mercedes-Maybach et la marque de produits G-Class. MercedesBenz AG est l'un des plus grands fabricants mondiaux de voitures particulières haut de gamme. En 2025, elle a vendu plus de 2,1 millions de voitures particulières et de fourgonnettes. Dans ses deux segments d'activité, MercedesBenz AG étend continuellement son réseau mondial de production avec environ 30 sites de production sur quatre continents. Comme la durabilité est le principe directeur de la stratégie MercedesBenz 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 MercedesBenz. 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.