Mercedes-Benz

Informations Presse
4 novembre 2026

Essais nationaux en Toscane : la nouvelle Classe C électrique montre son agilité et son confort sur les routes sinueuses italiennes

Fin octobre, Mercedes-Benz France a organisé en Toscane, autour de Florence, les essais presse nationaux de la toute nouvelle Classe C électrique, construite comme le GLC électrique sur la plateforme MB.EA.

Une berline électrique pensée pour allier agilité et confort sur longues distances : entre routes sinueuses, enchaînements de virages montagneux et liaisons rapides, la C 400 4MATIC a pu démontrer l'étendue de son savoir-faire.

Crédit photos : @AdrienCortesi

Un terrain de jeu idéal pour juger l'agilité et le confort

Les itinéraires toscans alternaient enchaînements de virages en terrain montagneux, portions plus ouvertes et liaisons rapides. Un parcours varié pour mettre à l'épreuve l'agilité et le confort de la nouvelle Classe C, sans oublier son esprit routier. Des tracés conçus pour juger les deux équipements qui en font son confort. La direction de l'essieu arrière de 4,5°, en option, rend la voiture plus maniable à basse vitesse et plus stable à allure soutenue. La suspension pneumatique AIRMATIC, elle, accorde le maintien de caisse et assure le confort de conduite avec sa capacité à adapter la hauteur de caisse suivant les déformations de la chaussée.

Une base technique pensée pour l'électrique

À l'instar du GLC électrique, la Classe C repose sur la plateforme MB.EA, qui s'appuie sur une architecture 800 volts. Le moteur électrique, atteint un rendement de 93 % sur longue distance. La batterie haute tension reprend l'architecture modulaire inaugurée avec le CLA, optimisée pour l'efficience et la performance, mais aussi pour la facilité d'entretien et de réparation. La conduite et l'infodivertissement s'appuient sur le logiciel Mercedes-Benz, MB.OS et les services connectés.

Un design affirmé, un habitacle accueillant

La Classe C électrique adopte une silhouette de coupé, un arrière athlétique de GT et la calandre emblématique de la marque. À l'intérieur, la promesse « Welcome Home » se traduit par un habitacle accueillant. L'Hyperscreen de 39,1 pouces, en option, assure une expérience utilisateur intuitive et personnalisée. Côté éclairage, la nouvelle génération de DIGITAL LIGHT à micro-LED agrandit d'environ 40 % la zone d'éclairage, tout en consommant près de moitié moins d'énergie que la précédente.

Conçue pour parcourir de longues distances

Avec une autonomie WLTP pouvant atteindre 762 km et récupérer jusqu'à 325 km en seulement 10 minutes de recharge, la Classe C électrique est taillée pour les grands trajets. Sur les routes de montagne, la fonction PRE-SAFE® Curve apporte un surcroît de sérénité. Elle s'appuie sur la cartographie pour anticiper une approche de virage trop rapide.

La nouvelle Classe C a pu démontrer les atouts qu'elle annonce (agilité, confort, autonomie et technologie) sur des tracés relevés.

Configurateur en ligne :
Classe C électrique : https://www.mercedes-benz.fr/passengercars/models/saloon/c-class-electric/overview.html/amg-line

Crédit photos : @AdrienCortesi

Contact :
Gregory Delepine gregory.delepine@mercedes-benz.com
Julien Vely julien.vely@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, Mercedes-Benz s'est consacrée à l'innovation constante et à la création des voitures les plus recherchées au monde pour les clients. Cette ambition a guidé chaque innovation – de la première automobile au monde en 1886 au plus grand lancement de produit de l'histoire de l'entreprise actuellement en cours. Avec sa passion pour la performance, la puissance pionnière, l'excellence et un 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 Mercedes-Benz : bienvenue chez vous.

MercedesBenz célèbre 140 ans d'innovation : trois nouvelles berlines S-Class ont entrepris un voyage transcontinental dans 140 lieux à travers le monde dans le cadre de la tournée « 140 Years. 140 Places ». Chaque lieu mettait en avant la technologie, l'héritage, l'esprit pionnier et la présence mondiale de la marque. En chemin, clients, fans et collègues ont pu participer aux célébrations jusqu'à la grande finale du « Homecoming » au musée Mercedes-Benz. Les moments forts de la visite sont disponibles dans notre spécial « 140 ans d'innovation | MercedesBenz Media ».

Plus d'informations sur Mercedes-Benz sont disponibles sur https://www.mercedes-benz.com/en/ et sur notre canal 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
Mercedes-Benz AG fait partie du groupe Mercedes-Benz AG, qui compte environ 164 000 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, fourgonnettes et services liés aux véhicules. De plus, elle aspire à devenir leader dans les domaines de la mobilité électrique et des logiciels pour véhicules. Le portefeuille de marques Mercedes-Benz Cars comprend la marque Mercedes-Benz, ainsi que Mercedes-AMG, Mercedes-Maybach et la marque de produits G-Class. Mercedes-Benz 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, Mercedes-Benz AG étend continuellement son réseau mondial de production avec environ 30 sites de production sur quatre continents. La durabilité est un principe directeur de la stratégie Mercedes-Benz. Mercedes-Benz prend en compte les impacts de ses activités commerciales sur l'ensemble de la chaîne de valeur et prend en compte à parts égales les aspects économiques, environnementaux et sociaux.