

Mercedes-Benz

MAGAZINE



LE NOUVEAU 2000T ENCORE PLUS DE PLAISIR AU LIT !

Imaginez la douce expérience de vous allonger pour la toute première fois dans un lit Hästens : le soulagement, le silence et cette incroyable légèreté le long de votre colonne vertébrale dont vous ignorez jusqu'ici la sensation. Difficile de surpasser une telle sensation. Pourtant, génération après génération depuis 1852, nous nous consacrons à aller toujours au-delà de vos attentes. Cette sensation pourrait-elle durer encore plus longtemps ? À quelle vitesse pourriez-vous vous endormir ? Pourriez-vous vous sentir mieux demain, et pour les années à venir ?

Le nouveau 2000T détient les réponses. Trois grandes améliorations apportent encore plus de cette sensation durable à votre moment de coucher : un mouvement des ressorts optimisé, une fermeté plus uniforme et encore davantage de notre savoir-faire traditionnel.

Mouvement optimisé du ressort

Chaque ressort ensaché se déplace désormais avec encore plus de souplesse tout soutenant votre colonne vertébrale. Votre dos libère les tensions, les muscles de votre poitrine et de votre visage se relâchent. Au fur et à mesure que vous vous détendez, vous vous glissez plus rapidement

dans un sommeil réparateur, celui, pour vous réveiller avec une vague naturelle d'énergie.

Plus de cohérence dans les niveaux de fermeté

Lorsque vous visitez un Hästens Sleep Spa®, vous trouverez nos lits dans différentes tailles et niveaux de fermeté. Vous trouvez le lit avec la fermeté que vous aimez, puis vous réalisez que vous préféreriez une taille différente pour votre chambre. Rassurez-vous, ce que vous ressentez en magasin est exactement ce que vous vivrez chez vous. C'est notre promesse : la même qualité et le même confort.



Plus de savoir-faire traditionnel

Maîtres artisans dans l'âme, nous fabriquons votre lit à la main avec du lin naturel plus durable et plus écologique autour du système de ressorts ensachés individuels, pour une surface plus luxueuse et confortable. En plus de prolonger la durée de vie de votre lit Hästens, le lin naturel offre un confort supérieur, une esthétique raffinée et absorbe les sons, pour un environnement de sommeil plus silencieux.

Le sommeil parfait devient encore plus extraordinaire

Le nouveau 2000T est le fruit d'une quête

incessante de perfection. Avec un mouvement des ressorts optimisé, une plus grande constance dans les niveaux de fermeté et un savoir-faire traditionnel renforcé, le plaisir initial de s'allonger fait place à un sommeil véritablement réparateur.

Vous vous sentez incroyablement bien le jour suivant – et encore après. Votre lit Hästens est là pour vous, nuit après nuit, transformant votre sommeil en quelque chose d'encore plus puissant : l'énergie, la clarté et la vitalité qui illuminent vos heures d'éveil.

Vous êtes invité à découvrir le nouveau 2000T dans votre Hästens Sleep Spa® le plus proche.

CHERS LECTEURS,

« Welcome home. » Bienvenue chez vous. Avec ces mots, nous avons accueilli nos visiteurs lors de l'IAA Mobility 2025 à Munich, mettant l'accent sur ce ressenti unique que nos véhicules suscitent à travers le monde. Bien que l'expérience de la marque puisse varier, partout dans le monde, les clients ressentent la sécurité, la qualité, le confort et le style symbolisés par l'étoile.

Le GLC, notre best-seller mondial, incarne également tout cela. La nouvelle génération – 100 % électrique, offrant encore plus de confort, d'intelligence et d'autonomie – inaugure une nouvelle ère et est prête à écrire le prochain chapitre de cette réussite. À partir de la page 88, embarquez avec nous pour son tout premier road trip à travers les Alpes, à la découverte de la tradition et de la transformation. Un autre lieu d'avenir passionnant présenté dans ce numéro est le Mercedes-Benz Brand & Experience Center à Dubaï, avec un parcours off-road spectaculaire et des aventures (de conduite !) inoubliables.

Comme vous le constatez, nous traçons la voie pour l'avenir... avec des produits fascinants, des expériences inoubliables et des contacts avec la marque empreints de confiance et d'authenticité. Que ce soit en ligne ou en personne, chez nos partenaires locaux ou dans ce magazine, nous souhaitons à chaque fois vous offrir une expérience spéciale – le sentiment unique d'arriver chez soi.

Je vous souhaite une excellente lecture.



Mathias Geisen

Membre du comité de direction de Mercedes-Benz Group AG,
responsable du Marketing & Sales de Mercedes-Benz Cars

Photo : Mercedes-Benz AG



Une vision stratégique, une approche atypique.

Faisons évoluer votre patrimoine
en bourse mondiale.

TREETOP

INVESTMENT ADVISORS

RUE DES FRANCS 79 - B7 | 1040 BRUXELLES

LEOPOLDLAAN 111 | 8300 KNOCKE

TREETOP.BE

Mercedes-Benz

MAGAZINE

ÉDITEUR DE L'ÉDITION BELGE
Mercedes-Benz
Belgium Luxembourg NV/SA

ADRESSE POSTALE
Avenue du Péage 68,
1200 Bruxelles

DIRECTION DE LA RÉDACTION
Peter Zijlstra

COMITÉ DE RÉDACTION
Niki Desmet,
Lilian Klijnstra,
Claire van Boles,
Claire van Hartingsveldt,
Helen Van Nuffelen

RÉALISATION
HeadOffice,
Persilstraat 51 bus 4,
3020 Herent,
Tél. +3216 88 20 20
www.headoffice.be
info@headoffice.be

DIRECTION DE COMPTE
Joan Foret

RÉDACTEURS NATIONAUX
Raf Hectors,
Maxime Schouppe

TRADUCTIONS
Tindemans Translations

GESTION DE LA PRODUCTION
Joan Foret

VENTE ET MARKETING
HeadOffice

RÉGIE PUBLICITAIRE
Agence Publicitaire Objectif
Média FZCO,
Alexandra Rançon & Karol Lévy
Tél. +32 484 10 63 71
alexandra@objectif-media.com
Tél. +32 484 68 51 15
levykarol@gmail.com
www.objectif-media.com

IMPRESSION
Weiss Druck GmbH & Co. KG,
Hans-Georg-Weiss-Straße 7,
D-52156 Monschau

MENTIONS LÉGALES
Toute reproduction de photos ou de textes, même partielle, requiert l'accord préalable et écrit de l'éditeur et/ou des autres propriétaires des droits d'auteur. Mercedes-Benz Belgium Luxembourg NV/SA et HeadOffice déclinent toute responsabilité quant aux articles et photos qui leur sont adressés spontanément sans demande préalable. Les articles publiés sous le nom de leur auteur ne traduisent pas nécessairement le point de vue de l'éditeur ou de la rédaction. Toutes les informations commerciales concernant notamment les modèles, les équipements et les accessoires sont données à titre indicatif et sans garantie. Les prix indiqués reflètent les tarifs de Mercedes-Benz AG en vigueur à la date de publication du présent magazine.

Mercedes-Benz Magazine est réalisé à la demande de Mercedes-Benz Belgium Luxembourg NV/SA. L'édition belgo-luxembourgeoise est une publication sous licence de Mercedes-Benz AG, Stuttgart. Vos données à caractère personnel sont destinées à la gestion de la clientèle de Mercedes-Benz Belgium Luxembourg NV/SA et de Mercedes-Benz AG. Elles sont traitées conformément à la législation y étant relative. Au cas où vous souhaiteriez avoir accès à ou modifier vos données à caractère personnel ou au cas où vous souhaiteriez vous opposer au traitement et à l'utilisation de vos données à caractère personnel, nous vous prions de prendre contact avec : Mercedes-Benz Belgium Luxembourg NV/SA Customer Relationship Management
Avenue du Péage 68,
1200 Bruxelles
dataservices.belux@mercedes-benz.com

CONCEPT & RÉALISATION
team x communications
c/o Oliver Schrott
Kommunikation GmbH
Friesenplatz 10
50672 Köln

DIRECTEUR GÉNÉRAL
Christoph Horn

RÉDACTION EN CHEF
Lutz Schilling (responsable au regard du droit de la presse allemand)

DIRECTION ARTISTIQUE
Jacqueline Page

DIRECTEUR ARTISTIQUE
ADJOINT
Lukas Hausberger

GESTION DE PROJET
Sarah Franke-Forßbohm

RÉDACTION
Katalina Farkas,
Sebastian Gierich,
Robert Göring,
Hendrik Lakeberg,
Christof Wenig

CONSULTANT CRÉATIF
Katja Nicklaus

RÉDACTION FINALE
wordinc GmbH,
Schmilinskystraße 22,
20099 Hamburg

PRODUCTION
Laudert GmbH + Co. KG,
Magellanstraße 1,
70771 Leinfelden-
Echterdingen



En tant qu'entreprise internationale, Mercedes-Benz considère l'égalité des chances, la diversité, l'ouverture et le respect comme des convictions fondamentales. Nous les manifestons dans notre façon de penser, d'agir et de communiquer. Par principe, tous les termes utilisés dans ce magazine incluent tous les genres et toutes les identités.

Réponse de la p. 18 : C

* Valeurs de consommation
Les valeurs indiquées sont déterminées selon la méthode de mesure WLTP (Worldwide harmonised Light vehicles Test Procedure). La consommation d'énergie et les émissions de CO₂ d'une voiture dépendent non seulement de l'utilisation efficace du carburant ou de la source d'énergie, mais aussi du style de conduite et d'autres facteurs non techniques.

MR MARVIS



La collection automne/hiver 2025 de MR MARVIS est arrivée, avec les hauts, vestes et pantalons parfaits pour les mois les plus froids. Essayez un nouveau look avec Les Velours à fines Côtes ou découvrez les incontournables de l'automne/hiver comme Les Coolerdays, Les Flanelles et Les Velours. Et complétez votre look avec nos chemises et pulls intemporels, mais aussi des vestes sophistiquées. Le tout fabriqué au Portugal. Découvrez la collection dès maintenant sur mrmarvis.be ou rendez nous visite dans un magasin MR MARVIS à **Anvers, Bruxelles, Gand** ou **Knokke**.



SOMMAIRE

« Le futur » est le fil conducteur de cette édition

34

- 04 **ÉDITO**
- 06 **COLOPHON**
- 10 **ARTWORK**
Une pièce remarquable de la Mercedes-Benz Art Collection
- 12 **VISIONS**
Trois personnalités inspirantes et leurs idées créatives
- 16 **KNOWLEDGE**
Mercedes-Benz partage des infos fascinantes sur la mobilité



- 70 **DESIGN**
Les 5 effets « waouh ! » du nouveau GLC
- 76 **ESSAY**
La compatibilité entre origine et avenir
- 80 **CONVERSATIONS**
Nick Tempelhoff, Felizia Berchtold et Oskar Kohnen portent leur regard vers le futur
- 88 **TRAVEL GLC**
Un périple alpin passionnant dans le nouveau GLC
- 100 **TECH**
Performances : une double révolution

88



48



- 20 **BRAND & EXPERIENCE CENTER DUBAI**
Pour goûter à la Classe G
- 32 **MOMENTS**
Mathias Geisen à propos du slogan « Welcome home ! »
- 34 **DRIVE & STYLE**
Une nuit au musée
- 44 **MAYBACH**
Un carnet de voyage centenaire comme compagnon de route
- 48 **DESTINATIONS**
Visite en Mercedes-AMG SL 55 à une maison unique à Dubaï

Photos : Stefan Milev, Mashoor Muneer, André Tillmann



106

- 106 **AMG**
Parcourir les sommets des Alpes tyroliennes en Mercedes-AMG C 63
- 118 **LIFESTYLE**
Dynamisant, émotionnel et réussi
- 120 **MY MERCEDES**
Los Angeles : visite du studio de Francis Esteban
- 130 **ICONS**
Luxury in Motion : le concept-car F 015

ALICJA KWADE



Alicja Kwade, «Gegen den Lauf», 2014
Horloge murale trouvée, Ø 30 cm

Mercedes-Benz Art Collection, © Avec l'aimable autorisation de l'artiste et de KÖNIG GALERIE, Berlin; photo: Roman März

La COLLECTION D'ART MERCEDES-BENZ est l'une des plus importantes collections d'entreprise au monde. Dans cette rubrique, sa directrice Anne Vieth nous fait part de ses coups de cœur. Il s'agit cette fois-ci d'une horloge murale en état de marche, mais dont le mécanisme a été modifié de manière à déconcerter, à rompre avec nos habitudes visuelles et à nous inviter à changer de perspective

Texte de Anne Vieth

Pour l'œuvre «Gegen den Lauf» («À rebours»), l'artiste Alicja Kwade a modifié le mécanisme d'une horloge murale trouvée de sorte que le cadran tourne à l'envers. Lorsque l'aiguille des secondes avance, le cadran bouge dans le sens opposé. L'heure reste pourtant lisible, les aiguilles des heures et des minutes indiquant l'heure exacte. Ce qui déconcerte, c'est l'orientation: les repères habituels – l'axe vertical de 12 à 6 heures et l'axe horizontal de 9 à 3 heures – sont en mouvement. Cela bouscule nos habitudes visuelles et impose un changement de perspective. Dans nombre de ses œuvres, l'artiste nous invite à regarder les choses et les situations de notre vie quotidienne sous un autre angle. Alicja Kwade est reconnue pour sa capacité à transposer des questions scientifiques et philosophiques en concepts artistiques. Elle s'appuie ainsi sur des théories culturelles pertinentes concernant l'espace, le temps, la perception et la connaissance. Ses sculptures, photographies, films et installations cherchent des explications alternatives pour mieux comprendre notre existence – jusque dans son absurdité extrême.

L'œuvre «Gegen den Lauf» met en lumière la signification du temps. L'organisation de notre vie autour de la notion de temps commence par les 24 heures quotidiennes qui régissent notre emploi du temps. Plus l'intervalle temporel est long, plus il est difficile de se représenter concrètement son étendue. Le temps peut être à la fois concret et abstrait. Sa fuite incessante est illustrée par différents instruments de mesure inventés par l'homme. Il en va ainsi de l'horloge, qui constitue un objet culturel ayant évolué

au fil des millénaires. Déjà dans l'Antiquité, les hommes divisaient leur journée selon le lever et le coucher du soleil et concevaient les premiers cadrans solaires. Au fil des époques, les inventions horlogères reflétaient toujours le contexte technique et social de leur époque. Les horloges sont ainsi considérées, à travers les cultures et les siècles, comme des objets symboliques. Une horloge peut être un héritage chargé d'émotions, un accessoire de mode, un objet de luxe ou un simple instrument fonctionnel. Que ce soit sur un téléphone portable ou dans une voiture, de nos jours l'heure apparaît sur de nombreux écrans sous forme numérique. Depuis toujours, elle symbolise également la fugacité de la vie.

En perturbant la lecture conventionnelle de l'heure, Alicja Kwade nous rappelle que le temps est un compagnon constant. Son œuvre nous invite ainsi à réfléchir sur notre rapport individuel et collectif à cette grandeur essentielle – par exemple sur la notion de «prendre le temps», qui est de plus en plus perçue comme un véritable luxe. Ou encore sur des modèles alternatifs du temps, qui s'éloignent de la conception linéaire pour envisager le cours des choses de manière cyclique.

Pour visionner la vidéo illustrant le fonctionnement de l'œuvre, consultez la page Web mb4.me/kwade



Pour en savoir plus sur la **COLLECTION D'ART MERCEDES-BENZ** et sur les expositions en cours, rendez-vous sur mercedes-benz.art

IDÉES POUR L'AVENIR



Les visionnaires nous insufflent des élans et des expériences inédites à même d'aiguiser notre imagination et de nous inspirer. Par leur audace à tracer de nouvelles voies, ils façonnent le monde de demain. Nous présentons trois personnalités marquantes qui illustrent le potentiel de la pensée créative

Textes de Katalina Farkas, Robert Göring et Lutz Schilling

Illustration : Mathis Burmeister/2; Agents Photo : Mercedes-Benz AG



ROOPE RAINISTO

L'artiste finlandais Roope Rainisto pratique la photographie depuis vingt-cinq ans. Fort de son expérience et grâce aux outils modernes d'intelligence artificielle, il a développé un style artistique qui lui est propre. Pour en savoir plus : rooperainisto.com



VISIONS

ROOPE RAINISTO : L'EXPLORATEUR DE L'IA

« Mon art n'a pas besoin de paraître réaliste, mais il doit être ressenti comme tel. » Cette phrase résume parfaitement la démarche artistique du Finlandais Roope Rainisto. Depuis le début des années 2000, il innove sans cesse dans son art photographique grâce à l'intelligence artificielle générative. Ses images générées par ordinateur ont séduit le monde de l'art, brouillant totalement les frontières entre la réalité et la création numérique.

À 40 ans, il se pose une question cruciale : « Est-ce que je veux faire la même chose pendant encore 25 ans jusqu'à ma retraite ou tenter quelque chose de nouveau ? » En 2021, il arrête tout et se demande quelle est la technologie qui va le plus transformer le monde dans les cinq années à venir. Sa réponse : l'intelligence artificielle. « Je voulais être un pionnier, pas un suiveur. L'IA va fondamentalement changer notre façon de travailler et de créer. Mais cela ne signifie pas qu'il n'y aura plus de place pour la créativité : bien au contraire, de nouvelles possibilités créatives vont émerger. »

Ce fan de technologie a conjugué ses dizaines d'années d'expérience en tant que photographe avec les nouvelles possibilités révolutionnaires offertes par l'IA, créant ainsi quelque chose de totalement inédit. Ses œuvres assument pleinement leur origine liée à l'IA et explorent d'une manière fascinante les points de convergence entre créativité humaine et intelligence artificielle.

Sa curiosité et sa passion pour les nouveaux outils – à l'instar de DALL-E, un modèle d'IA capable de générer des images numériques à partir de textes – lui ont permis de remporter un concours d'art numérique en 2022 avec la vidéo « Temporary ». Sa véritable percée a lieu avec « Life In West America », une série de 500 œuvres générées par l'IA qui brosse un tableau à la fois surréaliste et évocateur de l'Ouest américain. Cette série – vendue en moins d'une minute après sa diffusion – est depuis considérée comme l'une des collections d'art numérique les plus précieuses jamais créées.

Pour Roope Rainisto, l'art dépasse largement la simple perfection technique : « Je conçois l'art comme une manière de susciter des émotions. Je ne publie que les œuvres qui me touchent profondément. »

L'artiste est convaincu que l'avenir recèle de nombreuses possibilités fascinantes. Roope Rainisto réalise des courts métrages, explore la combinaison d'images de synthèse et de modèles linguistiques, et rêve d'exposer dans des musées prestigieux. Il exhorte les jeunes artistes : « Expérimentez ! L'art réside dans la capacité à s'approprier la technologie, à créer une œuvre unique qui ne peut venir que de vous. »

ANNIE AIXA ROSAS HERNÁNDEZ : SAUVEUSE DES OCÉANS

« Les bonnes idées ne suffisent pas, les moyens financiers sont indispensables pour obtenir un impact durable. Mais avec la bonne approche, nous pouvons sauver les océans tout en autonomisant les communautés locales », affirme Annie Aixa Rosas Hernández avec la conviction d'une femme sûre de sa vocation.

Ayant grandi sur la côte mexicaine, elle a vu des montagnes de plastique polluer les rivières de son pays pour se retrouver ensuite dans l'océan. « J'ai vu de mes propres yeux comment des rivières autrefois cristallines se sont transformées en cloaques », raconte-t-elle. Ces images de lits de rivières pollués et d'une faune marine menacée ont forgé la mission à laquelle elle se consacre corps et âme aujourd'hui.

En France, où elle a passé un semestre à étudier la responsabilité sociale des entreprises dans le cadre d'un programme d'échange, elle a pris pleinement conscience de la dimension internationale des problèmes environnementaux. « Il m'est apparu clairement que les problèmes locaux nécessitent des solutions à l'échelle planétaire », explique-t-elle à propos du moment où sa perspective a basculé.

En 2023, Annie Aixa Rosas Hernández a cofondé Bluekali, une entreprise utilisant la technologie biomimétique pour dépolluer les rivières et lagunes. Inspirée de la façon ingénieuse dont les baleines à bosse et les requins-baleines filtrent leurs aliments, son équipe a mis au point une méthode de collecte des déchets innovante. Ils ont installé des barrières aux endroits où s'accumulent les débris et où des robots peuvent les recueillir. Un système d'intelligence artificielle analyse ensuite chaque objet et identifie les types de matériaux et les marques. Ces informations sont stockées dans des bases de données et traitées pour générer des rapports qui en décrivent l'impact. Sa démarche allie entrepreneuriat et protection de l'environnement. Elle a déjà levé plus de 70 000 dollars en subventions et récupéré plus d'une demi-tonne de déchets dans les eaux mexicaines.

Grâce au soutien de beVisioneers: The Mercedes-Benz Fellowship, la lauréate du prix Unlock Her Future 2024 a démontré le potentiel d'une mission sociale et innovante basée sur une solide assise financière. « Nous collaborons avec des organisations locales à Veracruz et créons des emplois dans le secteur du recyclage », souligne-t-elle, mettant en avant l'approche globale de son entreprise.

À 24 ans, elle aspire à un avenir où sa technologie sera utilisée non seulement au Mexique, mais dans toute l'Amérique latine. « Notre objectif est qu'aucun gramme de plastique ne finisse dans les océans », déclare-t-elle avec la détermination d'une pionnière consciente que chaque jour compte.



BEVISIONEERS

Pour en savoir plus sur le programme de bourses beVisioneers: bevisioneers.world



¹ beVisioneers: The Mercedes-Benz Fellowship est une initiative indépendante élaborée et mise en œuvre par l'association à but non lucratif The DO School Fellowships gGmbH. Mercedes-Benz finance ce programme grâce à des donations. Le financement initial du programme a été assuré par la vente aux enchères d'une Mercedes-Benz 300 SLR «Uhlenhaut Coupé» de 1955. Le programme de bourses beVisioneers reflète les valeurs fondamentales de la politique de responsabilité sociale de Mercedes-Benz, promeut le développement durable et contribue à la cohésion sociale.



RICKY CASSINI : LE RÉVOLUTIONNAIRE DE LA COULEUR

En fondant Michroma en 2019, Ricky Cassini n'entendait pas simplement créer une entreprise de biotechnologie, il voulait révolutionner l'ensemble de l'industrie alimentaire. Pour y parvenir, il est parti de la source, à savoir la couleur, car peu de choses influencent autant notre perception des aliments que leur apparence. La couleur détermine si un aliment nous semble attrayant ou non.

Mais ce qui paraît appétissant n'est pas toujours sans danger. De nombreux colorants alimentaires utilisés dans l'industrie agroalimentaire contiennent des produits chimiques de synthèse ou, à l'instar du rouge carmin, des insectes broyés. Ricky Cassini estime que les risques inutiles pour l'environnement et la santé publique qu'ils représentent sont complètement inacceptables de nos jours. « Nous nous efforçons de remplacer les additifs chimiques par des alternatives naturelles », explique-t-il. Le premier prototype produit par l'entreprise, Red+, est un colorant alimentaire rouge produit à partir de champignons filamenteux en utilisant la fermentation de précision, une technique également utilisée dans la fabrication de médicaments et de substituts de lait.

Le large soutien dont bénéficie son approche n'est guère surprenant, puisque de plus en plus de consommateurs font attention à la provenance des ingrédients. Michroma propose une solution à un problème inhérent à l'industrie agroalimentaire: l'approche biotechnologique garantit une production à grande échelle, efficace et durable. « Nous sommes sur le point de pénétrer le marché », déclare Ricky Cassini. Mais la rigueur scientifique prévaut sur la rapidité. Il est convaincu que la fermentation – une méthode ancestrale – jouera un rôle fondamental dans l'alimentation de demain. « J'ai été surpris en réalisant son potentiel. »

Natif d'Argentine, Ricky Cassini y a appris dès son plus jeune âge à aborder les défis avec créativité. « L'écosystème des start-up y est très dynamique. » Il vit désormais à San Francisco, mais la mentalité de son pays natal continue d'influencer ses choix. En dépit de ses ambitions internationales, il reste fidèle à sa motivation – la croissance – mais sans en omettre l'impact. « En fin de compte, il faut que les choses changent, aussi bien dans l'industrie que chez les consommateurs. » Il ne considère pas Michroma comme un outsider, mais comme faisant partie d'un mouvement croissant de start-up en foodtech qui privilégient les alternatives durables à la production industrielle de masse et à l'agriculture gourmande en ressources.

Il a un objectif clair pour la prochaine décennie: créer un système alimentaire où les ingrédients durables issus des biotechnologies seront la norme. Il ne s'agit pas de remplacer l'agriculture conventionnelle, mais de la compléter de manière significative. Son conseil aux jeunes entrepreneurs: « Osez innover. L'avenir se construit en remettant en question les pratiques établies. »

RICKY CASSINI

Pour en savoir plus sur la façon dont cet entrepreneur visionnaire entend transformer positivement notre alimentation, rendez-vous sur le site de Michroma: michroma.co

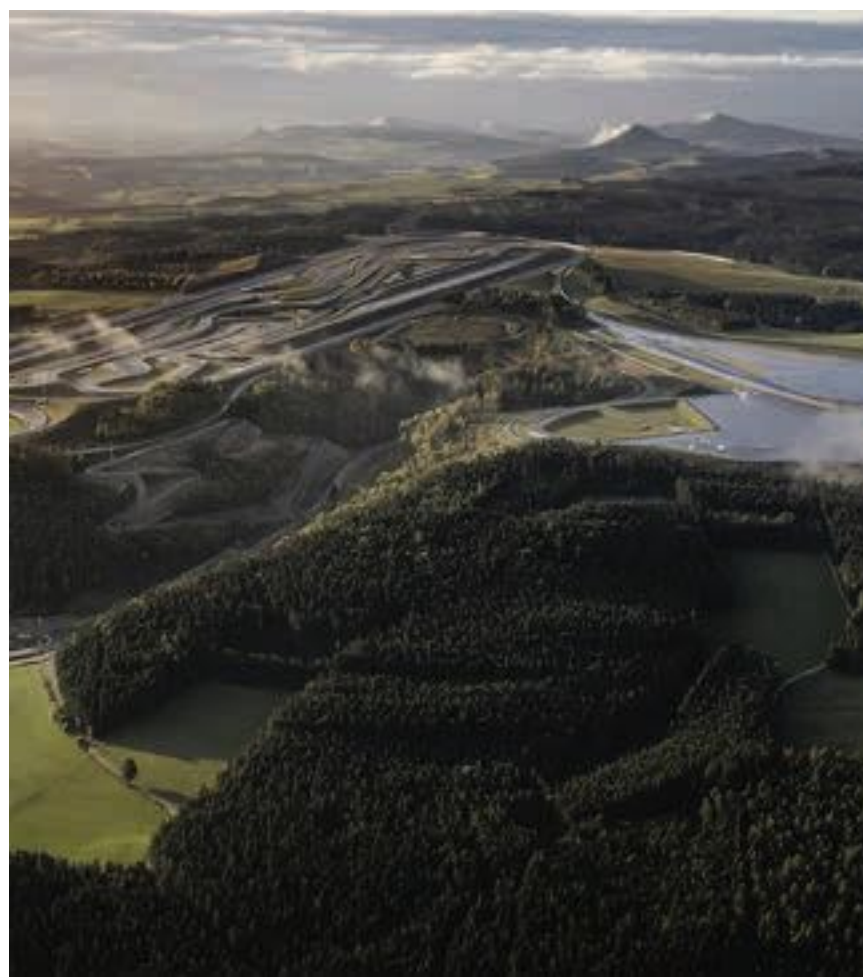


Photos: beVisioneers: The Mercedes-Benz Fellowship, Gastón Pérez Agrasar

LE SAVIEZ-VOUS ?

Connaissez-vous bien la marque à l'étoile ? Approfondissez vos connaissances sur Mercedes-Benz et découvrez des faits passionnants sur le monde de la mobilité

520 HECTARES DÉDIÉS AU FUTUR



Sur le site du Centre de Test et de Technologie d'Immendingen, niché dans le sud de l'Allemagne, Mercedes-Benz façonne la mobilité de demain tout en réalisant un travail fondamental pour un avenir plus durable. Cet ancien domaine de la Bundeswehr (armée allemande), dont la superficie dépasse celle de 1000 terrains de football, est désormais un sanctuaire pour de nombreuses espèces animales protégées. Il est doté d'un écoduc de 37 mètres et d'un passage pour la faune s'étendant sur 33 hectares. C'est là qu'un troupeau de moutons est installé comme « tondeuse naturelle ». À l'automne, les salariés et leurs proches sont invités à récolter des pommes dans les vergers historiques du site. Avec plus de 30 pistes d'essai, où circulent une centaine de véhicules chaque jour, le centre permet de rapatrier en interne une grande partie des essais sur route, synonyme d'un gain de temps et d'une gestion des coûts optimisée. Le dernier ajout : une nouvelle installation de test d'éclairage longue de 135 mètres et haute de 8 mètres, qui compte parmi les plus impressionnantes du secteur. C'est ici que sont testés et validés les systèmes de phares les plus innovants.

HÔTEL & RESTAURANT GASTRONOMIQUE

Emblématique du Tyrol

1496



Medienlounge e.U. | Nadja Höfinger | medienlounge.at



Romantik Hotel & Restaurant

Oberwirt

★★★★S

Dates d'ouverture de notre hôtel :

Du 19/03 au 16/11/2026

Marlengo, près de Merano/Tyrol du Sud
info@oberwirt.com, +39 0473 22 20 20

www.oberwirt.com



MB KIDS

Pour apprendre et se creuser la tête. Amuse-toi bien !



QU'EST-CE QUE LA CONDUITE AUTONOME ?

Autonome signifie que quelque chose fonctionne tout seul, sans aide. Imagine une voiture qui se conduit toute seule ! Elle peut freiner, piloter et faire attention aux autres voitures, aux cyclistes et aux piétons. Elle voit les feux de circulation et les panneaux de signalisation et s'arrête au passage zébré pour que tu puisses traverser la rue en toute sécurité. Voilà ce qu'on appelle la conduite autonome. Mais, aujourd'hui, ce n'est pas encore autorisé sur la route.

Les voitures modernes sont déjà très performantes quand il s'agit de freiner, de piloter et de stationner elles-mêmes. Mercedes-Benz a inventé le système DRIVE PILOT, utilisable sur l'autoroute, où les voitures roulent très vite. Si maman et papa activent le DRIVE PILOT, ils ont le temps de te lire un livre ou de regarder un film avec toi (si c'est autorisé). Et pendant ce temps, la Mercedes s'occupe de la conduite.

C'est merveilleux, non ? Mais papa et maman n'ont pas le droit de s'endormir ! En effet, ils doivent régulièrement reprendre les commandes de la voiture. Nous travaillons dur pour que tout le monde puisse bientôt profiter de la conduite autonome.



VISITE AU MUSÉE AVEC L'OURSON BÄRLI

Mercedes-Benz a un musée où tu peux partir à sa découverte avec l'ourson BärlI. Il te guide à travers tes modèles préférés et te fait écouter de belles histoires. De plus, il doit apprendre ce qui est permis ou non dans un musée. Et tu pourras l'aider, car il lui arrive parfois de faire des bêtises !



QUIZ

Dans la série YouTube « Because it's Mercedes-Benz », les animatrices Becky Evans et Elly Wong partent à l'aventure dans l'univers de Mercedes-Benz. Dans un épisode marquant, elles découvrent que les voitures les plus convoitées au monde ne séduisent pas seulement par leur souplesse de conduite et leur design intemporel, mais qu'elles éveillent également les autres sens. Quel est le son d'une Classe S ? Et quel est son parfum ? Pour répondre à ces questions, Becky et Elly s'immergent dans l'univers sonore de Dolby Atmos et s'instruisent auprès de la créatrice de parfums Sabine Engelhardt sur l'élaboration des fragrances et l'expérience olfactive personnalisée du système AIR BALANCE.



Cliquez ici pour accéder à l'épisode « Because it's Mercedes-Benz ».



COMBIEN D'ENCEINTES LE SYSTÈME BURMESTER® 4D-SURROUND SOUND (DISPONIBLE EN OPTION) UTILISE-T-IL POUR OFFRIR UNE EXPÉRIENCE AUDIO IMMERSIVE DANS LA CLASSE S ?

A ☐ 13

B ☐ 25

C ☐ 39

La réponse se trouve dans la vidéo et en page 6.

Photos : Mercedes-Benz AG

JAEGER-LECOULTRE

THE WATCHMAKER
OF WATCHMAKERS



LENNY KRAVITZ

REVERSO

Schuttershofstraat 37
2000 Antwerp - Belgium

*L'Horloger des Horlogers

ADRÉNALINE AVEC VUE



Situé entre les gratte-ciel étincelants, le Mercedes-Benz Brand & Experience Center Dubaï offre une immersion unique dans l’univers de la marque. Sur un parcours off-road spécialement conçu, on peut prendre le volant de la Classe G et tester ses capacités dans des conditions extrêmes

Texte de Hendrik Lakeberg
Photos de Muhammed Adil et Mashoor Muneer

Lorsque l’on traverse le Design District de Dubaï, avec la silhouette urbaine spectaculaire de cette métropole désertique devant soi, un élégant bâtiment blanc attire le regard sur la gauche. En face, une colline imposante présente des pentes raides et diverses typologies de terrain : c’est le Mercedes-Benz Offroad Experience Center Dubaï. Une Classe G est positionnée sur une pente à 80 %, l’avant pointant vers le ciel. Nous descendons juste devant l’entrée du Brand Center, inauguré en 2024 afin de renforcer l’expérience de la marque Mercedes-Benz. Loin d’une concession classique, il ouvre les portes d’un univers mêlant innovation, adrénaline, expériences culinaires et communauté Mercedes-Benz.

OFF-ROAD AVEC SKYLINE

Nous commençons notre visite au Mercedes-Benz Offroad Experience Center, dont l’expert de la Classe G, Marc Sussner, nous avait déjà parlé et dont il nous avait décrit le parcours spectaculaire. Pendant huit ans, il a été instructeur principal à Graz et, comme pour le centre autrichien et la version chinoise de Shaoxing, il a participé à la conception des parcours complexes. Ici, amis, passionnés et clients du monde entier peuvent découvrir la Classe G dans un cadre exceptionnel. Seuls les véhicules Mercedes-Benz y voient toutes leurs capacités mises à l’épreuve, et ce dans des situations extrêmes. À la différence de Graz et Shaoxing, ce parcours off-road permet aussi aux visiteurs de tester les SUV GLE et GLS.

Du haut de la colline où la Classe G gravit les pentes (voir p. 20-21), on aperçoit le Brand Center. À l’ombre de la skyline de Dubaï, il accueille les visiteurs du monde entier sous l’enseigne de la marque.





THOMAS SCHULZ

Directeur de la concession officielle de Mercedes-Benz pour Dubaï, Sharjah et les Émirats du Nord, Thomas Schulz travaille actuellement à la refonte de la stratégie commerciale et au déploiement de la mobilité électrique. Le Brand Center Mercedes-Benz, construit en collaboration avec Gargash Enterprises, fait partie de cette stratégie et est un lieu où il aime passer du temps.

MERCEDES-BENZ G 580 AVEC TECHNOLOGIE EQ
Consommation combinée¹: 27,7–30,3 l/100 km
Émissions de CO₂ combinées¹: 0 g/km
Classe CO₂¹: A

¹ Voir la note 1 en page 6

Sous la supervision d'instructeurs expérimentés, débutants comme conducteurs aguerris peuvent essayer certains modèles Mercedes-Benz en les poussant jusqu'à leurs limites sur différents types de terrain: traversées d'eau, pentes inclinées jusqu'à 35° et montées jusqu'à 90 % sur divers terrains.

« À 90 % de pente, on ne voit plus que le ciel », décrit Marc Sussner, évoquant la sensation que nous allons bientôt expérimenter. Presque vertical, le véhicule coupe le souffle. « Nous voulions que les visiteurs et les fans puissent découvrir la Classe G dans un cadre qui mette ses capacités uniques en valeur. Au cœur de la ville, dans un lieu exceptionnel. Lors de la conception de ce centre, nous avons également pris en compte les caractéristiques de la G 580 avec technologie EQ. » Le résultat: une sorte de piste de danse pour la G, où chaque visiteur peut apprendre le fameux « G-Turn ». Une fois arrivé au sommet, au moment de l'amorce de la descente, le véhicule bascule vers l'avant et la splendide silhouette vitrée de Dubaï réapparaît soudain. Paradoxal, une expérience off-road au cœur d'une métropole? Peut-être, mais on ne s'en lasse pas!

POINT DE RENCONTRE POUR LA VILLE ENTIÈRE
Le Brand Center Mercedes-Benz fait face au parcours off-road. « Nous avons voulu nous éloigner de l'idée d'une concession classique », explique Thomas Schulz, directeur de la concession officielle pour Dubaï, Sharjah et les Émirats du Nord. « Ici, il s'agit de vivre des expériences, de partager des moments en communauté et de découvrir l'univers de Mercedes-Benz. Cela est plus important que les chiffres de vente. »

Construit par Gargash Enterprises, le centre propose un cadre ouvert et accueillant avec une cafétéria AMG, un grand espace polyvalent et des expositions soigneusement conçues. Moment fort de la visite, le « Maybach Pavilion » en verre propose une expérience immersive à 360° autour d'options et d'équipements haut de gamme personnalisables.

Les visiteurs découvrent également l'univers Mercedes-AMG. Le « Car Wall » est spectaculaire, avec son système innovant qui empile 76 voitures tout en servant de lieu de remise aux clients. Lors de notre visite, une Mercedes-AMG G 63 y est préparé pour livraison, avec la requête spéciale du client de remplir entièrement le coffre de roses blanches fraîches – une surprise pour son épouse. Ailleurs, de telles scènes sont rares, mais pas à Dubaï.



MERCEDES-AMG G 63
Consommation combinée¹: 14,7–15,7 l/100 km
Émissions de CO₂ combinées¹: 335–358 g/km
Classe CO₂¹: G

¹ Voir la note 1 en page 6

Adrénaline pure : au Mercedes-Benz
Brand & Experience Center Dubaï, l'icône
tout-terrain se révèle dans un cadre unique.





MARC SUSSNER

Pendant huit ans, Marc Sussner a été instructeur principal de la Classe G à Graz (Autriche). Il a également contribué au développement de ce premier G-Class Experience Center, puis de celui de Shaoxing (Chine). Sa mission : permettre au plus grand nombre de découvrir ce que c'est que de conduire « le meilleur tout-terrain au monde ». Cette passion se ressent sur le parcours de Dubaï, parfaitement adapté aux conditions géographiques, comme à Graz et Shaoxing.

LIEU D'ÉMOTIONS

Le Brand Center n'est pas un lieu de rencontre pour les seuls passionnés de Mercedes-Benz, mais pour toute la ville. Ateliers artistiques et technologiques, événements exclusifs et expositions interactives en font un véritable carrefour culturel. « Pas besoin d'être client pour nous rendre visite », souligne Thomas Schulz. « Nous avons voulu créer un environnement inspirant, ouvert à tous, où s'estompent les frontières entre marque, culture et expérience. »

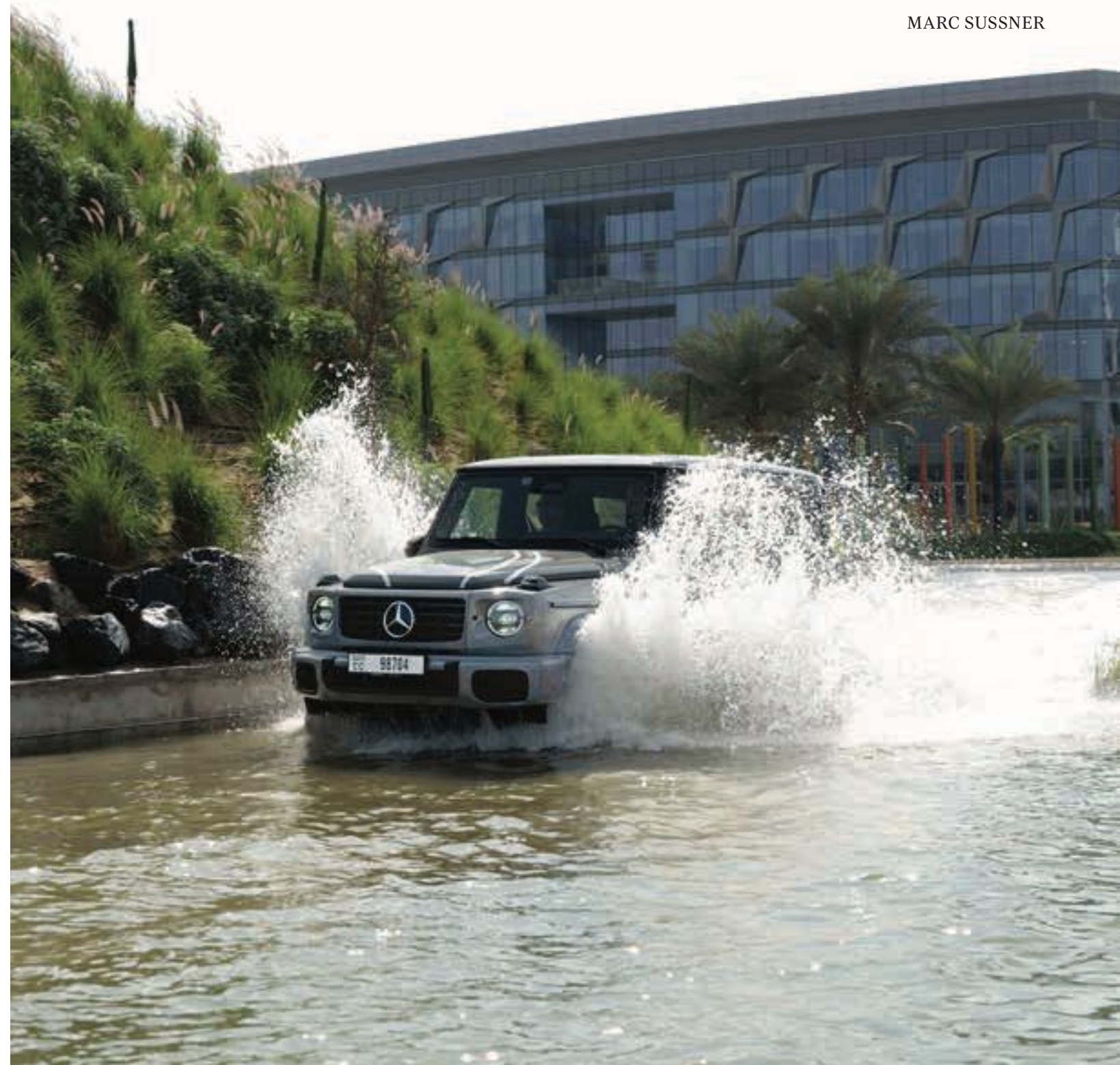
La durabilité du centre a été un thème central pendant sa conception et sa construction. Le site de Dubaï a été choisi avec soin. Les modèles Mercedes-Maybach et Mercedes-AMG font ici partie intégrante du paysage urbain et la Mercedes-AMG G 63 figure parmi les véhicules les plus populaires. « Nos clients sont exigeants. Ils veulent non seulement le luxe, mais aussi des performances et de l'innovation », précise-t-il. Le Brand & Experience Center Dubaï fait partie d'un réseau de sites exclusifs prévus à travers le monde. D'autres métropoles telles que Tokyo, New York ou Shanghai suivront.

Ce qui distingue le Brand Center d'une concession traditionnelle, c'est l'atmosphère. Les familles viennent y boire un café et explorer, les touristes et les habitants échangent sur leurs véhicules préférés. « Les gens ont l'air heureux ici », observe Thomas Schulz. « Cela se mesure à l'ambiance, aux conversations, et à la façon dont notre communauté utilise le centre. »

Cela dit, beaucoup de visiteurs finissent par retourner à l'extérieur – là où l'on se laisse vraiment captiver. « Il faut le vivre, on peut le vivre ici », dit Marc Sussner. « La Classe G est certes impressionnante visuellement, mais la sensation de conduite est tout aussi incroyable. Ceux qui ont déjà gravi des pentes raides et traversé des eaux profondes comprennent pourquoi c'est une icône. » L'Experience Center Dubaï permet surtout de découvrir la marque et ses véhicules, et d'emporter cette expérience avec soi, que l'on soit résident ou touriste.

« Ceux qui ont déjà gravi des pentes raides et traversé des eaux profondes comprennent pourquoi c'est une icône »

MARC SUSSNER





Pour plus d'informations sur l'aventure
off-road ultime à Dubaï et la réservation de
voyages individuels, consulter mb4.me/offroad



DAS DORNER

★★★★★

Sud-Tyrol | Algund bei Meran



Mentions légales : © Werbeagentur B2B Marketingatelier d. Marina Funedda - A-6020 Innsbruck - www.b2b-marketingatelier.com - ATU75147128

PROFITEZ D'UN MOMENT PRIVILÉGIÉ

L'hôtel Das Dorner est situé dans le village-jardin d'Algund, entre les montagnes, les palmiers et les pommaraies, juste à côté de la ville thermale de Merano. L'établissement et ses suites sont dotés de merveilleux éléments de design. La piscine à débordement sur le toit-terrasse (réservée aux adultes), la piscine extérieure dans la palmeraie et la piscine intérieure sont idéales pour se rafraîchir. Des infusions de sauna sont proposées quotidiennement dans le sauna panoramique du Sky Spa. Merano et ses environs vous invitent à profiter de la nature. Les nombreux sentiers de randonnée du parc naturel de Texel sont pratiquement à votre porte ! Randonnées, shopping ou journée au spa... vous passerez des vacances inoubliables dans cet hôtel ! **Indiquez le code MAG2026 et, en tant que nouveau client, vous recevrez un bon d'une valeur de 100 euros (pour une réservation à partir de 3 nuits).**



T +39 0473 443 309 | info@dasdorner.com

N° de TVA : IT01510440215 | CIN : IT021038A166CISF23 | IT021038A13HSFM5IN

www.dasdorner.com



« TOUT TOURNE AUTOUR DU FEELING : WELCOME HOME »

Texte de Christof Wenig



Photo : Mercedes-Benz AG

Mathias Geisen est responsable du Marketing & Ventes pour Mercedes-Benz Cars au sein du comité directeur de Mercedes-Benz. Dans cette contribution, il partage sa philosophie sur l'expérience de marque et ses aspirations pour l'avenir

Mon premier « moment Mercedes », je l'ai vécu dans le garage de mon grand-père. Étant moniteur auto-école, il avait toujours une Mercedes à disposition le weekend – tantôt une Classe E, tantôt une SLK, ou encore une 190. Enfant, j'ai passé des heures dans ce garage : les matériaux, l'odeur, le toucher... tout cela est resté gravé dans ma mémoire. Ce que je savais inconsciemment alors, et qui s'est confirmé par la suite, c'est que l'étoile Mercedes-Benz exerce une attraction immense, partout dans le monde.

Ce « moment », cette expérience unique que procure Mercedes-Benz peut être vécue en tout lieu, mais jamais de la même manière. Nos clients ont leur propre culture, leurs propres désirs et émotions, et c'est ce qui rend notre travail si passionnant. C'est un grand privilège que de façonner, jour après jour, la perception et l'expérience de nos modèles, nos services et notre vision à l'échelle mondiale.

L'une des leçons essentielles que j'ai tirées de mes différents postes chez Mercedes-Benz, c'est l'importance capitale que revêt la capacité d'écouter attentivement et de comprendre réellement les besoins des clients. Et il est crucial d'y répondre avec la plus grande rapidité. Celui qui se complaît trop dans son passé sera inéluctablement dépassé. On peut être fier de son histoire, mais il faut regarder vers l'avenir avec encore plus de conviction.

À mesure que le monde s'accélère, gagne en complexité et en imprévisibilité, il nous est impératif de cultiver une approche encore plus personnelle, plus réactive

et plus accessible. Il est aujourd'hui indispensable d'être proche du client et d'être disponible là où il souhaite nous rencontrer. En ligne ou hors ligne, nos clients décident eux-mêmes de la façon dont ils interagissent avec la marque. Chaque point de contact avec Mercedes-Benz doit procurer un sentiment de familiarité et de confiance – que ce soit dans l'univers numérique, en personne chez nos concessionnaires ou auprès de nos partenaires de service locaux.

Tout est une question de feeling, celui d'avoir atteint sa destination ultime. Ou, comme nous aimons à le dire : « Welcome home » (Bienvenue chez vous).

Cela s'applique bien sûr aussi à nos modèles. C'est en partie pour cette raison que le nouveau GLC électrique m'a tellement impressionné. D'abord, les atouts tant appréciés par nos clients ont été conservés et transcendés par l'architecture électrique. Ce modèle inaugure également une nouvelle ère de design. Mais en outre, dès que l'on prend place au volant, la voiture vous est instantanément familière, on se sent comme à la maison. C'est précisément ce feeling que j'estime typique de Mercedes-Benz.

Je veux faire en sorte que chaque client dans le monde se dise : « C'est plus qu'une voiture, c'est comme si j'étais chez moi. Une Mercedes se doit d'incarner une promesse : celle d'une fiabilité exemplaire, d'une sécurité inébranlable, d'un confort suprême et d'un style intemporel. Si un client, après quelques années, déclare sans ambages : « Je choisirais à nouveau Mercedes-Benz sans hésiter », alors nous aurons réussi notre mission.

CAM001

STUTTGART, UNTERTÜRKHEIM

UNE NUIT AU MUSÉE



Fascinante et mystérieuse.
Une escapade nocturne à
travers le Mercedes-Benz
Museum, ponctuée de
découvertes élégantes.
Avec, parmi d'autres, des
produits et accessoires de
MAYBACH Icons of Luxury

Photos de Stefan Milev

LEVEL #1

2025 11 11 21:35



Sac à main THE EUPHORIA I



Sneakers en cuir THE WANDERER



Veste en cuir femme THE ESSENTIAL SL EDITION



Lunettes de soleil homme THE KING III



Lunettes de soleil femme THE BLAZE I



Lunettes de soleil femme THE DRIVE II



Varsity Jacket THE RENEGADE I et Lunettes homme THE AGENT I



Twilly THE TWILLY I



Retrouvez ces articles et d'autres, ainsi que toutes informations utiles sur : mb4.me/NiM



COMPAGNIE IMMOBILIÈRE D'HARDELOT
HARMONY IN LIVING



27, rue des Anglais, 62152 Hardelot Plage – France | T.: +33 321 10 89 00 - info@hardelot.fr

AVENTURE DANS LES ALPES, TOUT EN ÉLÉGANCE

**Instantané fascinant de l'histoire de Maybach, un journal de bord
d'il y a un siècle décrit un voyage palpitant à travers les Alpes.
Un siècle plus tard, nous avons refait le trajet**

Texte de Robert Göring

MAYBACH

« Au volant de notre Maybach, nous avons pu franchir sans effort et en toute sécurité les cols de Falzarego (2117 m) et de Pordoi... Malgré des routes étroites et escarpées, notre voiture s'est comportée à merveille. La vue sur Bolzano et Merano est magnifique. »

Un jour, au musée Maybach de la famille Hofmann, à Neumarkt (Haut-Palatinat), Ulrich Schmid-Maybach – petit-fils et arrière-petit-fils de Wilhelm et Karl Maybach, créateurs de la marque automobile, et lui-même à l'origine de la fondation éponyme – tombe sur un récit de voyage jauni d'une dizaine de pages. Il se rend rapidement compte qu'il a en main quelque chose de très spécial. Si l'auteur ne peut pas être identifié avec certitude, il s'agit très probablement de Karl Schmid, à l'époque ingénieur et directeur général des ventes de Maybach-Motorenbau GmbH.

Il y relate sa lune de miel de dix jours à bord d'une Maybach Type 22/70 PS W 3, qu'il pilota dans les Alpes avec sa jeune épouse, dont le nom ne nous est pas parvenu. Dans une écriture soignée, Karl Schmid consigne non seulement ses observations sur la région, ses habitants et l'état des routes, mais il évoque aussi la fiabilité du tout premier modèle de série de Maybach, qu'il est visiblement très heureux de piloter pour franchir les plus célèbres cols des Alpes. Ingénieur dans l'âme, il admirait non seulement sa femme, mais aussi sa voiture.

« Quand l'héritage familial est une composante vitale de votre existence, dénicher un carnet comme celui de Karl Schmid est une expérience très marquante », explique Ulrich Schmid-Maybach. La découverte du carnet de voyage, qui date de 1925, l'a tellement ému qu'il a décidé, cent ans plus tard jour pour jour, d'entreprendre à son tour ce voyage à travers les Alpes.

Grâce à sa proximité avec la famille Hofmann et avec la marque Mercedes-Maybach, il a pu organiser le projet dans des délais très courts.

Une flotte de véhicules emblématiques, un assortiment de modèles récents et historiques arborant le légendaire « double M » a donc été sélectionnée. En juin 2025, des journalistes et des amis de la marque ont ainsi pris le départ à Friedrichshafen, sur le lac de Constance, pour revivre l'itinéraire des époux Schmid. Le point commun de ces deux voyages, espacés d'un siècle, réside dans le choix de véhicules qui allient une élégance absolument intemporelle à un niveau de confort optimal et à une qualité sans compromis, transformant ainsi chaque voyage en une expérience unique.

C'est particulièrement vrai pour la limousine Maybach de type W 3, la voiture du couple Schmid. Karl Maybach ne transigeait jamais sur l'excellence. Sa seule référence: la perfection. Les modèles qu'il a développés se distinguent par une conception d'une remarquable ingéniosité et une qualité d'assemblage sans égale. Ils offrent en outre un vo-



Photos : Mercedes-Benz AG

Gardien de l'héritage familial, Ulrich Schmid-Maybach revit cette aventure fascinante à travers les Alpes par le col du Grand-Saint-Bernard, à l'image des jeunes mariés cent ans auparavant.

lume intérieur conséquent et un confort optimal, rendant le voyage tout à fait serein. Déjà à l'époque, les modèles étaient exclusifs : leur fabrication était entièrement artisanale et réalisée uniquement à la demande.

À l'instar des pionniers du siècle dernier, les participants à la dernière édition ont commencé par traverser la Forêt-Noire, avant de rallier Lausanne en longeant le lac de Bienne, un itinéraire reproduit en suivant fidèlement les pièces d'archives. La flotte Maybach s'intégrait en toute fluidité au style sophistiqué de l'hôtel Beau-Rivage Palace. Juché sur les rives du lac Léman, cet établissement est peut-être le seul à demeurer l'incarnation inaltérable du luxe absolu. Il n'est d'ailleurs pas certain que les jeunes mariés y aient effectivement passé la nuit.

La probabilité est toutefois forte, car cette résidence luxueuse paraît conçue d'après le credo de Maybach : «Ce qui est excellent doit aussi être beau». À l'image des pionniers qui ont défini le luxe automobile, l'hôtel de prédilection des têtes couronnées et des magnats cherche, depuis son ouverture, à marier la splendeur de ses décors intérieurs et de son panorama alpin époustouflant aux innovations techniques. Deux exemples : dès 1861, les suites opulentes du Beau-Rivage Palace bénéficiaient de l'éclairage au gaz ; et dès 1908, l'établissement s'était doté de son propre véhicule pour garantir aux voyageurs un transfert de la gare dans le confort le plus absolu.

La Mercedes-Maybach Classe S, stationnée à côté du cabriolet Maybach SW 38 de 1936 devant l'entrée d'hôtel d'inspiration Belle Époque, incarne, elle aussi, cette élégance qui défie le temps. Si le modèle historique fusionnait l'exigence de perfection technique de Karl Maybach avec la quintessence du luxe en cabriolet, la Classe S contemporaine promet une expérience de conduite sans pareille, un confort enveloppant, perpétuant ainsi un héritage de qualités reconnues. Anna Hofmann, fondatrice du Museum für



Photos : Mercedes-Benz AG, Museum für historische Maybach-Fahrzeuge

historische Maybach-Fahrzeuge, en donne la meilleure des synthèses : «À ignorer l'histoire, on ne saurait comprendre ni le présent, ni l'avenir!»

Le lendemain, ce sont des aptitudes bien différentes qui étaient sollicitées. Blotti contre le massif du Mont-Blanc, entre des sommets emblématiques de plus de 4 000 mètres, le col serpente sur 40 kilomètres jusqu'au Grand-Saint-Bernard, culminant à 2 469 mètres d'altitude. «Vers le col du Grand-Saint-Bernard : route magnifique, large, montée progressive, soleil ardent, accueil cordial au sommet par le moine, six grands chiens Saint-Bernard et deux petits...», a consigné Karl Schmid au sujet de cette étape. Il portait toujours une attention particulière aux prouesses techniques de sa Maybach, comme en témoigne un autre passage sur le col : «La voiture se comporte admirablement.»

Ulrich Schmid-Maybach n'a pas fini de s'enthousiasmer au sujet de sa découverte. «Le parcours dans les Alpes que nous avons reconstitué à partir du carnet de voyage et des photos de 1925 offre un aperçu révélateur de la vie des propriétaires de Maybach à l'époque», explique-t-il lors d'un entretien avec les participants à cette reconstitution. «L'esprit pionnier qui a toujours caractérisé ma famille et la marque Maybach s'en trouve une fois de plus mis en évidence.»

Une telle audace était d'ailleurs indispensable pour oser une traversée des Alpes dans les années 1920. Les rares routes de montagne praticables par les automobiles étaient généralement non pavées, et la faible puissance des moteurs de l'époque rendait incertaine l'issue d'un passage par un col escarpé. Les nombreux accidents de l'époque attestent de la dangerosité de l'entreprise. «La route était raide et pleine de virages serrés ; il y a peu de temps, une Fiat avec quatre personnes à bord s'est abîmée», relate le carnet de voyage – un avertissement clair des risques encourus dans les Alpes.

Voilà pourquoi les fondateurs de Maybach-Motorenbau GmbH avaient délibérément choisi de tester régulièrement leurs véhicules en montagne dans des conditions réelles. Et avec succès : les modèles Maybach sont réputés pour être des «montagnards» et continuent d'être présentés ainsi. L'ambition d'atteindre l'excellence en matière de mobilité demeure, à ce jour, le fil conducteur de tous les modèles de la marque. Celui qui parcourt aujourd'hui les Alpes au volant d'une nouvelle Maybach vit le majestueux paysage alpin exactement de la même manière que le couple Schmid il y a un siècle : en parfaite harmonie avec le niveau de perfection le plus élevé que la mobilité puisse offrir. «Je suis fier que les modèles Maybach aient toujours su convaincre par leurs performances supérieures, leur design élégant et leur confort maximal, et que Mercedes-Maybach perpétue cet héritage et le fasse entrer dans l'avenir», dit Ulrich Schmid-Maybach au bord du lac de Côme, où s'achève le voyage.



Marc Alofs, directeur général de Van Oys Maastricht Retreat (à g.), et Wolfgang Bremm von Kleinsorgen, Chief Executive Officer - Head of Mercedes-Benz Cars Belgium/Netherlands/Luxembourg (à dr.)

UNION DU LUXE ULTIME

Mercedes-Maybach et Van Oys Maastricht Retreat ont conclu un partenariat exclusif qui allie mobilité luxueuse et hospitalité haut de gamme. Les deux marques partagent la même passion pour le savoir-faire raffiné et le souci du détail.

Pour la première fois au Benelux, cet hôtel «5 étoiles supérieur» sert de décor à l'univers raffiné de Mercedes-Maybach. Découvrez par vous-même l'essence du «luxe sophistiqué» à travers les modèles emblématiques, le service de navette exclusif, le restaurant deux étoiles et des touches uniques telles que la salle de réunion Maybach.

Les deux marques vous invitent chaleureusement à venir découvrir personnellement cette synergie entre luxe automobile et élégance intemporelle dans le sud du Limbourg néerlandais.

vanoyoys.com

UN NOUVEL HORIZON

MERCEDES-AMG SL 55 4MATIC+ ROADSTER

Consommation en cycle mixte¹: 12,9-13,5 l/100 km

Émissions de CO₂ en cycle mixte¹: 293-307 g/km

Classe CO₂¹: G

¹ Voir note 1 en page 6

La maison située aux abords de Dubaï est résolument unique, même dans cette métropole de verre et d'acier. Elle se distingue non seulement par ses dimensions imposantes et un savoir-faire artisanal omniprésent, mais aussi par l'inspiration qui a présidé à sa construction. La Mercedes-AMG SL 55 nous emmène vers un site où l'architecte Deepak Gugarii a su réinterpréter le passé pour imaginer l'avenir

Texte de Hendrik Lakeberg

Photos de Muhammed Adil et Mashoor Muneer

La Mercedes-AMG SL glisse sur l'asphalte, le sable balaie la route qui s'étend à perte de vue. Ici, le silence règne. Nous nous dirigeons vers une maison en périphérie de Dubaï, un lieu qui incarne une nouvelle approche de l'habitat et de l'architecture. Nous avons enclenché le mode Sport et, à mesure que nous accélérons, la skyline de Dubaï disparaît dans le rétroviseur. C'est une ville de verre et d'acier qui sort de terre devant nos yeux. Bien que la construction s'y poursuive à un rythme effréné depuis des dizaines d'années et que Dubaï abrite le plus haut gratte-ciel et le plus grand centre commercial du monde, sans compter d'innombrables tours résidentielles, cette métropole haut de gamme et high-tech est loin d'être achevée. La façade étincelante du Musée du Futur, le musée le plus fréquenté de la ville, arbore une citation du cheikh Mohammed ben Rachid Al Maktoum, vice-président et Premier ministre des Émirats arabes unis: «L'avenir appartient à ceux qui l'imaginent, le façonnent et le concrétisent.»

Dans cette ville aux possibilités infinies, le temps semble filer plus vite qu'ailleurs. Cette métropole du Moyen-Orient est de plus en plus en vogue. Des expatriés du monde entier atterrissent dans une culture arabe traditionnelle où innovations futuristes et traditions commerciales s'amalgament. Aucune autre ville ne compte autant de modèles Classe G, et nulle part ailleurs la vie n'est aussi confortable. Si la faiblesse des taux d'imposition était autrefois un facteur déterminant pour s'installer dans cette ville du désert, les gens sont désormais tout autant attirés par la nouvelle définition du luxe et de la qualité de vie.





Pour compenser le style architectural massif, la maison privilégie le chêne clair et la pierre naturelle (ci-dessus). À Dubaï, les Mercedes-Benz sont de véritables symboles de réussite. On y croise de nombreux exemplaires de la Mercedes-AMG SL que nous avons conduits (à droite).



« Dubaï est une ville en perpétuel mouvement. Je souhaitais créer un bâtiment qui incarne la permanence dans un lieu défini par le changement »

DEEPAK GUGARII

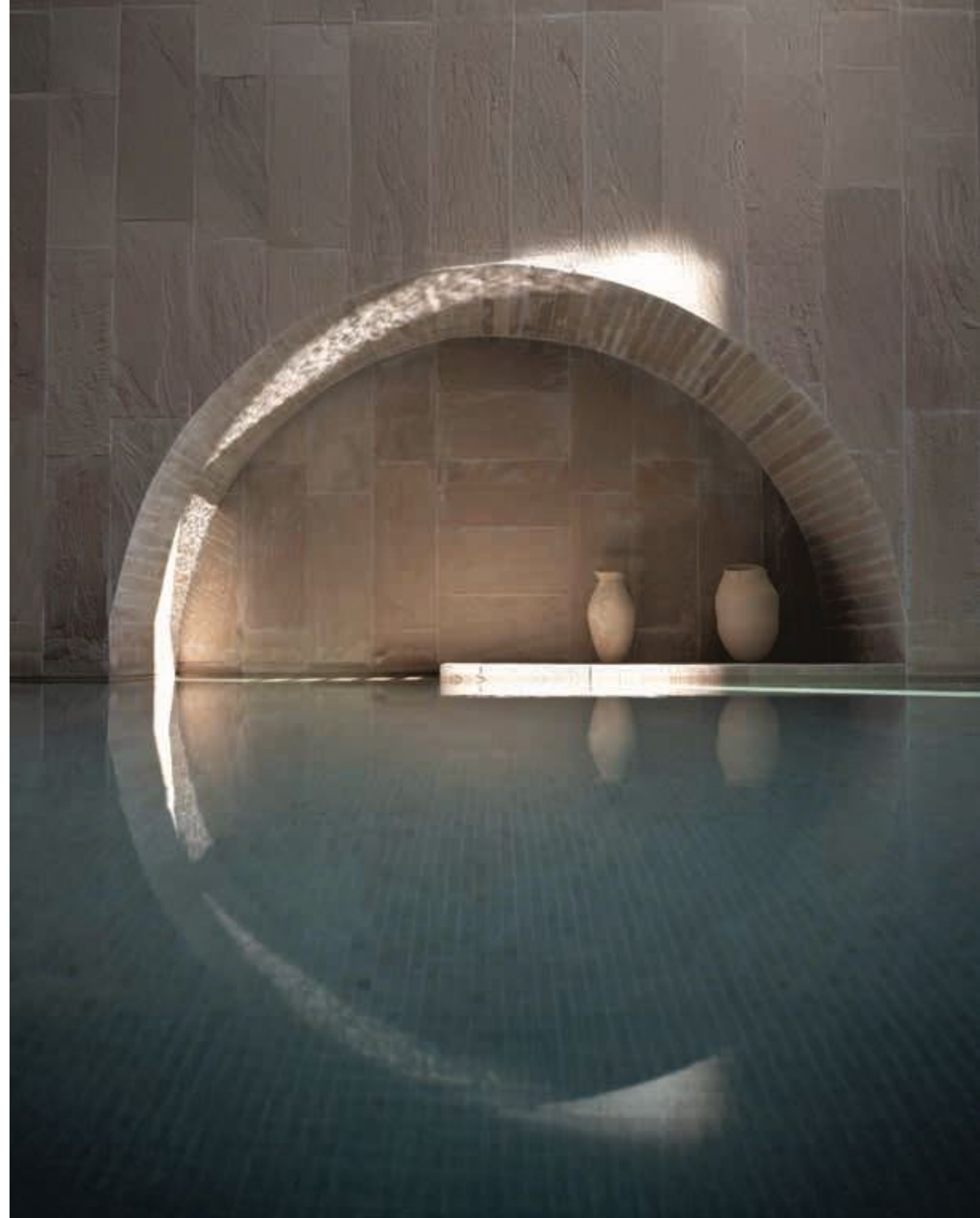


ÉTENDUES DE SABLE À PERTE DE VUE

Pour comprendre Dubaï et la demeure que nous allons visiter, il nous a été conseillé de traverser le désert jusqu'à l'endroit même où cette ville a vu le jour. Quelques décennies plus tôt, là où se dressent les gratte-ciel du centre-ville, il n'y avait que du sable. Un troupeau de chameaux traverse la route devant notre voiture, nous tirant de nos rêveries. Nous saluons le gardien qui nous fait un signe de la main. Puis, nous appuyons sur l'accélérateur de la Mercedes-AMG SL et joignons une résidence sécurisée à la périphérie de la ville. Notre destination est une maison qui ne se contente pas d'être un espace de vie, mais qui est aussi le manifeste d'une nouvelle façon de penser. Avec une surface impressionnante de plus de 3716 mètres carrés, c'est un projet éminemment ambitieux dans une ville qui semble repousser les limites en matière architecturale. Il est également susceptible de conférer une nouvelle dimension, plus profonde, au boom immobilier dans cette ville du désert. Une voie vers l'avenir qui nous fait voyager autour du monde et dans le passé. En effet, l'architecte Deepak Gugarii a eu recours à des techniques de construction traditionnelles du Mexique et du Maroc, mais aussi au marbre italien et aux traditions architecturales indiennes – le commanditaire, l'entrepreneur Vinod Jadhav, est originaire de Pune, dans le Maharashtra. La maison est tout entière imprégnée de son esprit créatif.



L'espace du sous-sol, où se trouve la piscine, est ouvert sur le ciel et fascine par ses jeux de lumière et ses formes géométriques (ci-contre).



« Dans cette maison, chaque matériau respire. Il évolue au fil du temps, vieillit honorablement et raconte sa propre histoire »

DEEPAK GUGARII

LUMIÈRE ET OMBRE

Avant d'imaginer les pierres, Deepak Gugarii a minutieusement étudié le cours du soleil. La façade sud, en grande partie fermée, protège la maison de l'intense chaleur du désert, tandis que les façades nord, est et ouest s'ouvrent sur l'extérieur. Des tours judicieusement placées dirigent la lumière naturelle vers les espaces intérieurs, les transformant en sculptures tout en offrant une protection contre le soleil implacable. En entrant dans la maison par la porte principale, on emprunte une passerelle étroite qui semble flotter au-dessus d'un bassin cristallin dont la surface reflète le ciel.

À gauche se dresse un majestueux olivier millénaire, dont les branches noueuses évoquent un passé révolu. Deepak Gugarii a baptisé son chef-d'œuvre *House of Courtyards* (maison des cours intérieures).

« Sur le plan architectural, Dubaï est impressionnante, mais guère inspirante », commente Deepak Gugarii, pendant que nous déambulons dans l'une des nombreuses cours. « Cependant, sa culture vibrante et son économie dynamique en font une ville en perpétuel mouvement. Je souhaitais créer un édifice qui remette en question ce rythme, qui incarne la permanence dans un lieu défini par le changement. » Ses paroles résonnent posément contre les hauts murs d'un long couloir.

Nous garons la Mercedes-AMG SL dans la rue. Vue de l'extérieur, la maison ressemble à une sculpture monolithique avec ses hauts murs couleur sable et ses cubes qui s'emboîtent les uns dans les autres et se détachent du ciel bleu. La façade, inspirée de l'enduit d'argile si typique des régions désertiques, capture l'essence même de cette architecture. Dans une ville où des gratte-ciel côtoient des bâtiments géométriques modernes ainsi que des villas standardisées, la demeure affiche un contraste saisissant. « Ce n'est pas une maison que l'on comprend au premier coup d'œil. Il faut y vivre, y marcher de long en large, lui laisser le temps de se révéler », explique Deepak Gugarii sous la véranda. Nous laissons notre regard flâner sur l'étonnante silhouette du bâtiment, qui tranche avec l'azur éclatant du ciel. « La structure enchante les occupants comme les visiteurs, on a envie de se mouvoir avec elle, de suivre la lumière. »

Interaction entre l'intérieur et l'extérieur : les puits de lumière invitent à la détente, tandis que la végétation indigène, composée notamment d'oliviers (ci-dessus), de plantes succulentes et de palmiers, veille à une atmosphère naturelle.



Vue, depuis la salle de billard, du garage abritant deux étoiles filantes : notre Mercedes-AMG SL à gauche, et en face, la Mercedes-AMG GT Roadster de Vinod Jadhav.

SAGESSE ANCESTRALE

Le concept architectural est profondément ancré dans les principes du Vastu Shastra. Tout comme le Feng shui en Chine, le Vastu Shastra est un système architectural indien traditionnel que Deepak Gugarii a adapté au temps présent. Cette philosophie est le fil conducteur de toute la maison: proportions soigneusement calculées, agencement des pièces, utilisation de matériaux naturels – tout est conçu selon un harmonieux concept d'ensemble. «L'architecture traditionnelle n'a jamais cherché le sensationnalisme», explique l'architecte. «Le but était de cohabiter avec la nature, plutôt que de la combattre.»

C'est précisément ce que reflète la maison: les murs épais emmagasinent l'air frais la nuit, les ouvertures stratégiquement disposées guident les flux d'air et de lumière à travers la maison, et les surfaces d'eau régulent naturellement l'humidité.

DIALOGUE ENTRE LUMIÈRE, EAU ET OMBRE

La maison nous apparaît de plus en plus comme un organisme vivant qui se métamorphose au rythme du soleil. Les premiers rayons matinaux baignent les murs à l'est d'une lumière dorée, tandis que les parties à l'ouest restent bien ombragées. L'après-midi, les hauts murs offrent une ombre agréable et les surfaces aquatiques reflètent le bleu du ciel. Le soir venu, la maison se transforme à nouveau, lorsque le soleil couchant inonde les cours intérieures d'une chaude lumière ambrée.



DEEPAK GUGARII

L'architecte Deepak Gugarii, originaire de Pune en Inde et lauréat de plus de 70 prix nationaux et internationaux, s'appuie sur une philosophie architecturale alliant minimalisme et profond respect des racines culturelles. Il est convaincu que l'architecture peut susciter des émotions suffisamment puissantes pour muer la perception en une expérience sensorielle. Inspiré par les styles de construction traditionnels d'Inde, du Maroc et du Mexique, il conçoit des espaces intemporels et durables qui privilégient les jeux d'ombre et de lumière et la poésie des matériaux naturels.

Pour en savoir plus:
vdga.in





Toutes les salles de bains sont revêtues de pierres naturelles précieuses. Ici, du marbre rose pour celle de la fille cadette de Vinod Jadhav (à gauche). Une excursion dans le désert pour une vue imprenable sur l'horizon (ci-dessus) est un must lors d'un séjour à Dubaï.



VINOD JADHAV

Cet entrepreneur originaire de la ville indienne de Pune a fondé l'une des plus importantes entreprises pharmaceutiques du pays. Fort de son expérience en matière d'exportations et d'affaires, il a bâti un empire qui emploie aujourd'hui plus de 1 000 personnes. Il met l'accent sur l'innovation, la vision stratégique et la croissance durable. Sa passion pour l'architecture se reflète dans sa résidence singulière à Dubaï : un havre de paix caractérisé par l'individualité et la précision.

Celles-ci, soigneusement intégrées à l'agencement de la maison, continuent d'offrir une ombre généreuse même aux heures les plus torrides. «La lumière ne se contente pas d'éclairer», explique Deepak Gugarii, enthousiaste. «C'est le principal matériau dont nous nous servons. La lumière donne vie aux espaces, leur confère du caractère et une âme.» Chaque ouverture, chaque passage est soigneusement positionné pour favoriser ce jeu de lumière.

L'ARTISANAT, ÂME DE LA MAISON

Chaque matériau de la maison a une histoire particulière à raconter. Des artisans du monde entier ont uni leurs compétences pour la réaliser. Les cours intérieures, allées et bassins sont taillés dans la même pierre naturelle, extraite à la main dans les déserts du Rajasthan. À l'extérieur, le paysage est complété par des granulats issus de pierre naturelle couramment utilisée en Inde. Les rochers s'intègrent harmonieusement aux espaces verts. La végétation se compose d'espèces indigènes : plantes succulentes, palmiers et oliviers, qui relient symboliquement l'ensemble de la maison. L'intérieur se distingue par une composition de marbre et de panneaux muraux en chêne clair, créant un élégant contraste avec le marbre massif.

«Chaque matériau de cette maison est vivant», dit Deepak Gugarii en caressant un mur du bout des doigts. «Il évolue, il vieillit honorablement, il raconte des histoires.»

HISTOIRE D'UN VISIONNAIRE

Vinod Jadhav, le propriétaire de la maison, incarne ce lien entre tradition et innovation. Entrepreneur à succès, il a parcouru le monde sans jamais oublier ses racines. «Je ne voulais pas d'une maison ostentatoire», explique-t-il d'une voix calme, assis à son bureau. «Je cherchais un lieu sûr, qui évolue et mûrisse avec ma famille.» Cela résume parfaitement ce que cette maison – comme Dubaï en général ensemble – représente pour lui.

Lors de la conception de la villa, Vinod Jadhav et Deepak Gugarii, qui avait déjà construit une maison à Pune pour son client, ont visité de nombreux endroits en Inde, des carrières du Rajasthan à des ateliers reculés où des artisans travaillent encore selon des techniques ancestrales. «Chaque détail raconte une histoire», explique Jadhav. Ainsi, la plupart des meubles en pierre de la série IMARAT, qui représente la «manifestation de la culture dans l'architecture» selon Deepak Gugarii, ont été conçus et fabriqués spécialement pour cette maison.





Deepak Gugarii crée des formes qui jouent avec la lumière et l'ombre, même dans l'obscurité. Les tours qui dominent la maison laissent entrer la lumière du jour (page précédente).

Une balade au volant de la Mercedes-AMG SL au crépuscule dans le désert pour s'évader un instant du quotidien (ci-dessus).

Medienlounge e.U. | Nadja Höfinger | medienlounge.at



ACCORDEZ-VOUS UNE PAUSE DANS LES MONTAGNES
UN LIEU DE SÉJOUR PARFAIT, ÉTÉ COMME HIVER !



Le Gourmet & Spa Resort Cervosa à Serfaus est un luxueux hôtel 5 étoiles de grande tradition, aux multiples facettes, géré personnellement par la famille Westreicher, ainsi que par l'équipe de Cervosa. Offrez-vous des moments de relaxation à l'état pur dans l'immense espace bien-être et spa de 3 000 m². Plusieurs saunas et hammams, deux jacuzzis en intérieur, une piscine panoramique couverte et deux piscines à débordement en extérieur vous y attendent. Accordez-vous des vacances de rêve, chez nous, à Cervosa. Après une journée bien remplie, riche en activités et en découvertes, nous vous proposons une expérience gastronomique qui ravira vos papilles et sera le point d'orgue de votre séjour chez nous. Notre brigade de cuisine concocte pour vous des plats savoureux que vous pourrez déguster dans une atmo-

sphère chaleureuse. Laissez-vous vous chouchouter et passez une soirée inoubliable, sous le signe du plaisir et de la gourmandise. Notre hôtel vous accueille dans une ambiance cosy, alliant design moderne et matériaux haut de gamme. Dès les premiers instants, vous vous y sentirez totalement à l'aise et pourrez profiter pleinement de votre séjour.

DU TEMPS POUR MOI JOURNÉES RELAXATION

Du 14/03 au 06/04/2026

- Pension confort Cervosa incluse
- Accès à 3 000 m² d'espace spa et bien-être
- Programme quotidien d'activités vitalité avec Aqua Fit, gymnastique et rituels de sauna
- 5 nuits en pension 3/4 à partir de 1 375 € par personne en chambre confort Classic Nord

Hôtel bien-être Cervosa ***** – Hugo Westreicher GmbH • Famille Westreicher
Herrenanger 11 • 6534 Serfaus, Tyrol, Autriche • T +43 5476 6211 • info@cervosa.com

www.cervosa.com



« Je cherchais un lieu sûr, un endroit qui évolue et mûrisse avec ma famille »

VINOD JADHAV

La passion de Vinod Jadhav pour la perfection se profile également dans son garage, où sont entreposées, outre la Mercedes-AMG SL, une Mercedes-AMG GT ainsi qu'une Mercedes-Maybach Classe S. Son lien avec Mercedes-Benz remonte à loin : il a lui-même travaillé pour la marque. « Ce que j'y ai appris en matière de précision et de savoir-faire m'influence encore aujourd'hui », confie-t-il.

L'AVENIR PAR LA TRADITION

À l'heure où les maisons intelligentes et les solutions high-tech sont considérées comme l'avenir de l'architecture, la *House of Courtyards* propose une autre voie. Deepak Gugarii : « Ce n'est pas la technologie, mais le savoir qui constitue le fondement du développement durable ; nous devons apprendre à vivre en harmonie avec notre environnement. »

Nous terminons la journée dans le grand garage qui abrite la collection de voitures et communique avec une pièce spacieuse dotée d'un billard et d'un bar. Une large porte vitrée donne sur la piscine, où Vinod Jadhav aime recevoir ses invités. Illuminée par des lumières colorées soulignant agréablement ses formes courbes, elle évoque les bains publics orientaux.

Lorsque nous rejoignons la Mercedes-AMG SL, notre perspective a déjà commencé à changer. Sur le chemin du retour, à la nuit tombante, nous laissons nos pensées vagabonder. Deepak Gugarii avait raison : cette maison ne se laisse pas appréhender d'un coup d'œil. Il faut l'éprouver, la ressentir, apprendre à la comprendre. C'est peut-être précisément cet aspect – l'alliance de la tradition et de l'esprit du temps, du savoir-faire et de la vision – qui définira l'architecture de demain, par la fusion d'un savoir intemporel et d'innovations technologiques et culturelles.

Dans un monde en perpétuelle mutation, la véritable innovation réside non seulement dans la nouveauté, mais aussi dans une réinterprétation contemporaine des traditions. La *House of Courtyards* n'est pas qu'une simple maison : c'est un jalon vers un avenir qui n'oublie pas ses origines.



MANAUX CHÂTEAUX

MANAUX CHÂTEAUX vous invite à vivre des moments exceptionnels dans ses trois prestigieux châteaux au cœur des Ardennes, que ce soit pour votre mariage, vos vacances en famille ou un événement d'entreprise.



Entourés d'une nature luxuriante, nos magnifiques châteaux entièrement rénovés, pouvant accueillir entre 18 et 66 personnes, allient charme authentique et confort contemporain.

Afin de vous garantir une expérience unique, tous nos châteaux disposent de spacieuses chambres doubles, chacune avec sa propre salle de bain. Chaque château possède également un espace bien-être avec jacuzzi, sauna et piscine.

Pour vos événements, nos salles polyvalentes peuvent accueillir entre 100 et 250 invités assis dans un cadre prestigieux.



SOMPTUEUX DOMAINES AU CŒUR DES ARDENNES

WWW.MANAUX.COM

INFO@MANAUX.COM

+32 489 13 13 30

5 WAOUH! GLC



Le nouveau GLC tout-électrique marque un tournant dans le segment des voitures de taille moyenne de Mercedes-Benz. Conçu de base comme un véhicule électrique, il redéfinit aussi les normes en matière de design et de perception de la valeur. Les points forts en un coup d'œil

Texte de Christof Wenig

MERCEDES-BENZ GLC 400 4MATIC AVEC TECHNOLOGIE EQ

Consommation d'énergie en cycle mixte¹: 14,9-18,8 kWh/100 km | Émissions de CO₂ en cycle mixte¹: 0 g/km | Classe CO₂¹: A

¹ Voir la note 1 en page 6

DESIGN

1

Ciel étoilé

La nuit, l'éclairage d'ambiance du toit panoramique crée un véritable effet « waouh ». Plus de 162 étoiles sont intégrées dans la surface vitrée et s'illuminent dans l'une des 64 couleurs disponibles ou selon la palette de l'éclairage d'ambiance choisie.

2

Silhouette dynamique

Un SUV de taille moyenne interprété de manière moderne et dynamique: les roues largement écartées, des passages de roue prononcés et des lignes d'épaulement sculpturales soulignent la présence puissante de la Mercedes-Benz GLC tout-électrique. Chaque ligne fait ressortir les proportions sportives et crée ainsi une esthétique unique.



Photos : Mercedes-Benz AG



Écran continu

Un infodivertissement de nouvelle génération: le tout nouveau MBUX HYPERSCREEN dans le GLC est le plus grand écran Mercedes à ce jour. Sa netteté exceptionnelle est due à une haute résolution et à une technologie innovante de rétroéclairage matriciel. Le résultat est une expérience immersive totalement nouvelle dans l'habitacle.

4

Calandre illuminée

Inspirée par un riche héritage et conçue pour l'avenir: la calandre emblématique du GLC redéfinit le visage de Mercedes-Benz et lui confère un air de modernité grâce à la réduction, les lignes épurées et la technologie innovante. Dans la version illuminée, 942 points lumineux en polycarbonate créent un graphique en pixels high-tech qui peut même s'animer.



Photos: Mercedes-Benz AG

Curieux? Pour découvrir la voiture sous tous les angles, allez à la pagej mb4.me/GLCwalk



5

Signe étoilé

Une signature lumineuse: grâce à leur motif étoilé, les feux arrière distinctifs attirent le regard de jour comme de nuit – avec, en option, une animation lorsque le véhicule est déverrouillé ou chargé.

Les marques automobiles doivent relever le défi de la poursuite de l'innovation sans pour autant perdre leur identité. Mercedes-Benz démontre que les origines et l'avenir peuvent non seulement aller de pair mais aussi devenir un moteur de réussite

Texte de Katalina Farkas

FUTURE

H
E
I
T
A
G
E

L'authentique innovation ne se limite pas à des prouesses techniques, elle comprend et anticipe les besoins et les désirs des utilisateurs

Photo: Mercedes-Benz AG

ESSAI

Pour une marque comme Mercedes-Benz, la quête de la perfection technique est un incessant exercice d'équilibre entre progrès et identité, entre avenir et origines, entre *future* et *heritage*. Chaque étape, chaque évolution, chaque changement de cap s'avère une tâche colossale et d'une grande complexité.

Il en découle un défi fascinant: si l'excellence technologique est indispensable, elle exige également – outre une bonne dose d'inventivité – le courage d'innover. Cette perfection, cette revendication de leadership, est un idéal que Mercedes-Benz a poursuivi de tous temps et se targue d'atteindre régulièrement. Notamment en matière de développement de nouvelles technologies de motorisation et d'options numériques, mais aussi de présentation de concept cars futuristes. Cependant, à chaque pas franchi vers l'innovation, à chaque tentative de réussite grâce à des produits et services innovants, la question de l'identité de la marque doit être posée à nouveau. Tout l'enjeu est de retrouver constamment l'équilibre entre héritage et avenir. Comment y parvenir?

TRADITION VERSUS INNOVATION : PAS DE CONFLIT
Tradition et innovation sont deux pôles qui, à première vue, semblent contradictoires, presque à l'opposé l'un de l'autre. La tradition puise dans le passé et est liée au désir de préserver ce qui nous est familier plutôt que de le modifier. L'innovation, en revanche, est synonyme de bouleversement, de rupture et de soif de nouveauté. Elle implique aussi un certain rythme effréné, la nécessité de toujours surfer sur la vague des tendances – de préférence au stade le plus précoce – afin d'influencer au mieux le cours des choses.

Néanmoins, tradition et innovation ne s'excluent pas, bien au contraire. Les études montrent que les marques au meilleur taux de réussite sont celles qui innovent avec circonspection, créent de nouveaux produits et surprennent parfois, tout en restant fidèles à leur ADN. En 2024, l'enquête «Global Powers of Luxury Goods» par Deloitte conclut que les marques haut de gamme affichent surtout une croissance lorsqu'elles réinterprètent leurs valeurs traditionnelles. Ce ne sont pas de nouveaux intervenants radicaux qui convainquent, mais les marques qui parviennent à faire le lien entre le passé et le présent – à travers la forme, la fonction et la vision.

Le concept car Vision V donne un avant-goût d'un monospace haut de gamme alliant espace maximal, luxe raffiné et expérience utilisateur exceptionnelle.



L'ESSENCE DE LA MARQUE COMME FIL D'ARIANE

Chez les constructeurs comme Mercedes-Benz l'innovation n'est pas perçue comme une rupture avec l'héritage, mais comme un développement soutenu de celui-ci grâce aux nouvelles technologies et à des solutions contemporaines. Le savoir-faire traditionnel et l'expertise technique de pointe s'étoffent avec la motorisation électrique, les logiciels, les interfaces numériques et les matériaux durables. Mercedes-Benz reste ainsi fidèle à son engagement d'offrir la meilleure expérience de conduite possible. La marque démontre par ailleurs que la perfection technique n'est pas une fin en soi, mais sert l'ambition d'améliorer sans cesse ce qui a fait ses preuves. Car même les détenteurs d'un riche héritage peuvent explorer de nouvelles voies sans renier leurs fondamentaux.

On le constate avec le nouveau GLC et sa calandre emblématique: une œuvre d'art façon verre fumé, ingénieusement parée de 942 points lumineux. La présence visuelle de ce design repensé est aussi puissante que celle de son légendaire modèle, la calandre Mercedes-Benz classique. Tout aussi impressionnant, le Vision V propose une vision audacieuse du monospace du futur.

Justement, arrêtons-nous un instant sur le Vision V. Sur le plan visuel, ce concept car est indéniablement singulier et affiche une présence affirmée. Il renvoie bien entendu à des éléments emblématiques (et populaires) de Mercedes-Benz, qu'il s'agisse des phares en forme d'étoile ou de l'étoile brillante sur le capot, en passant par les lamelles lumineuses des jantes et de la lunette arrière. Mais le Vision V est aussi très innovant. Son allure sculpturale surprenante, son avant raccourci, son arrière aux courbes élégantes et ses dimensions d'ensemble font de ce concept car un aperçu fascinant des futurs monospaces.

Pour autant, le Vision V est incontestablement une Mercedes-Benz. C'est une voiture radicalement différente de celles auxquelles la marque nous a habitués, et pourtant elle nous semble familière. Ce n'est pas un hasard, mais un choix délibéré. Avec le Vision V, Mercedes-Benz vise à créer un nouveau segment, à explorer de nouvelles possibilités et à repousser les limites du possible.

L'INNOVATION AU SERVICE DU LIEN

Cela se manifeste aussi dans l'habitacle du Vision V. Non, il ne s'agit pas d'un vaisseau spatial effectuant un court atterrissage sur notre planète (même si l'intérieur en a décidé l'allure). C'est plutôt une interprétation audacieuse de l'espace mobile de demain. L'habitacle

dégage une élégance futuriste et déploie un éventail impressionnant d'options d'expérience utilisateur attractives. Certaines invitent à se détendre et à regarder un film ou à explorer l'environnement (de conduite).

D'autres favorisent au contraire les échanges, le plaisir du moment présent, où le savoir-faire artisanal, à la fois tangible et raffiné, prend tout son sens. Ainsi, la table rabattable est dotée d'un magnifique plateau en damier et dispose non seulement d'une barre de son numérique, mais aussi d'une option karaoké. Le Vision V vous invite à mettre votre smartphone de côté, ne fût-ce qu'un instant.

Au-delà de ses nombreuses innovations techniques, le Vision V intègre aussi des éléments qui évoquent l'héritage de Mercedes-Benz: les matériaux somptueux, l'ergonomie intuitive ou encore la perfection technique – illustrée notamment par l'écran de cinéma rétractable qui apparaît à la demande, comme par magie. Dès que l'on prend place à bord du Vision V et que l'on s'installe dans les futuristes sièges First-Class, une évidence s'impose: c'est bel et bien une Mercedes.

PROGRÈS RIME AVEC CARACTÈRE

Honorer la tradition tout en innovant: avec le Vision V, Mercedes-Benz démontre comment on peut y parvenir. Les marques doivent et peuvent assurer leur continuité dans un monde en perpétuelle évolution tout en restant ouvertes au changement, aux nouvelles formes de désir et aux nouvelles normes esthétiques et technologiques.

Le Vision V ne se limite pas à une simple démonstration technique. Ce concept car montre à quoi pourraient ressembler les concepts spatiaux pour la mobilité de demain s'ils ne visaient pas seulement à impressionner, mais aussi à comprendre et à anticiper. Le monospace intelligent du futur reconnaît les préférences, mémorise les habitudes et anticipe les désirs. Il incarne une vision du possible, un équilibre harmonieux entre futur et passé, entre *future* et *heritage*.

LE VÉRITABLE ART DU CHANGEMENT

Cela tombe sous le sens: tradition et innovation ne sont pas à l'opposé l'une de l'autre. Elles sont les deux faces d'une même pièce. L'une protectrice et l'autre innovante. De leur union naît un espace où l'avenir peut être perçu non comme une rupture avec le passé, mais comme son prolongement. C'est dans ce *sweet spot* que des entreprises comme Mercedes-Benz – qui entendent façonner l'avenir sans renier leur héritage – évoluent, se réinventant sans cesse, sans pour autant se perdre.

NICK TEMPELHOFF RENCONTRE FELIZIA BERCHTOLD ET OSKAR KOHNEN

Comment se représente-t-on l'avenir, quels sont les chemins directs et les détours que l'on emprunte pour y parvenir, et pourquoi en résulte-t-il finalement toujours une multitude d'images ? Voilà ce que cherchent à comprendre Felizia Berchtold et Oskar Kohnen, du studio Tutto Bene, tout comme Nick Tempelhoff, du service de recherche de Mercedes-Benz

Propos recueillis par Katalina Farkas
et Lutz Schilling

On a parfois l'impression que ce sont les dystopies qui donnent actuellement le ton. Or « Tutto Bene », le nom de votre entreprise, signifie « tout va bien » ! Portez-vous un regard optimiste sur l'avenir ? Et pourquoi ?

Felizia Berchtold : En tant que designers, l'optimisme est une responsabilité. Nous inspirons, nous encourageons. Tutto Bene rappelle aux gens que l'avenir est un choix. L'énergie que nous y mettons fait toute la différence.

Oskar Kohnen : Le nom « Tutto Bene » incarne également la simplicité. C'est un principe de design essentiel : un contrepoids, une pause nécessaire. Dans un monde de plus en plus complexe, le besoin de clarté se fait de plus en plus sentir. L'optimisme est exigeant, il demande souvent beaucoup d'énergie. C'est pourtant notre engagement.

Nick Tempelhoff, vous aussi, vous vous préoccupez de l'avenir à titre professionnel. Qu'est-ce qui vous attire dans cette démarche ?

Nick Tempelhoff : Ce qui me fascine dans l'avenir, c'est qu'il est insaisissable. La futurologie est essentiellement une étude du présent : le futur se manifeste à un moment donné dans le présent et nous essayons de le cartographier le plus tôt possible – agissant presque comme des détectives.

Êtes-vous aussi quelqu'un d'optimiste ?

Nick Tempelhoff : Ce qui doit arriver, arrive. Ou, comme le dit le titre d'un livre allemand que j'aime beaucoup : « l'avenir advient ». Quelle que soit mon opinion personnelle face aux changements. C'est précisément la raison pour laquelle il est essentiel d'adopter une position aussi neutre que possible sur de tels sujets.

Dans quelle mesure le thème de « l'avenir » joue-t-il un rôle dans votre travail d'architecte et de designer ?

Felizia Berchtold : Les intérieurs – et les espaces personnels en particulier – sont toujours quelque chose d'éphémère. Ils naissent, se transforment puis disparaissent. Seuls quelques-uns de ces espaces perdurent. C'est pourquoi, dans notre travail, nous naviguons constamment entre le désir de nouveauté et la réminiscence du passé.

Pour nous, l'avenir est la somme de ce qui a été et de ce qui est. L'avenir émerge de l'interaction entre le passé et le présent.



NICK TEMPELHOFF

En tant que Head of Future Research, Technology Scouting & Research Cooperations, Nick Tempelhoff est chargé, avec son équipe chez Mercedes-Benz Group AG, de se projeter dans l'avenir. Cela inclut des échanges et des conversations interdisciplinaires, par exemple avec des futurologues, des historiens, des intervenants du secteur culturel et des philosophes.

Photos: Mercedes-Benz AG, Cubitts Marylebone, Londres, Interior by Tutto Bene, Felix Speller, Ludovic Balay

Comment le groupe Mercedes-Benz aborde-t-il le sujet de l'avenir ? Cela concerne-t-il principalement la mobilité ?

Nick Tempelhoff : La mobilité est le résultat de dynamiques sociétales, de situations de vie individuelles et de capacités technologiques. Pour les futuristes, il est crucial d'observer le plus grand nombre possible de signaux et de phénomènes différents. En effet, les nouveaux développements proviennent souvent de sources inattendues – ils se manifestent dans des contextes qui, à première vue, n'ont rien à voir avec la mobilité. Les formes de culture populaire telles que la musique, les films et les jeux jouent un rôle tout aussi important que les études sociologiques ou les théories de sciences humaines. La diversité des perspectives et des signaux y joue un rôle crucial – c'est pourquoi notre département n'est pas basés uniquement à Stuttgart, mais aussi en Chine et aux États-Unis, et nous disposons d'un vaste réseau mondial d'experts.

« Tutto Bene » participe à cet échange interdisciplinaire avec Mercedes-Benz au niveau du Groupe, ce qui permet, à vous et à votre équipe, de développer des perspectives et des impulsions qui serviront à concevoir les modèles futurs de voitures. Pourquoi cet échange est-il essentiel ?

Nick Tempelhoff : Nous sommes en quête de ce que nous ignorons encore. C'est pourquoi l'échange avec des personnes capables de signaler les changements, qui voyagent beaucoup et peuvent analyser leurs expériences de manière réflexive, est essentiel. Quel est, par exemple, le récit derrière ces petits monstres en peluche (les « Labubu ») originaires de Chine, collectionnés à Shanghai, Berlin ou New York, et qui sont mis en scène dans l'espace public ? De tels phénomènes renvoient souvent à des courants sociétaux et culturels plus profonds qui – même s'ils ne se manifestent pas sous la même forme – peuvent aussi être pertinents dans le domaine automobile. Un exemple

en est cette préférence pour les choses authentiques, tangibles et sensorielles dans un monde où la numérisation est devenue la norme. Dans ce contexte, je pense toujours au titre d'un article paru dans un magazine en 2016 sur l'ère postnumérique : « L'avenir sera tout doux ».

Qu'avez-vous pensé lorsque vous avez été invités à ce projet d'échange ?

Oskar Kohnen : Tout comme c'est le cas chez Mercedes-Benz, nous travaillons sur des projets linéaires qui prennent souvent sur années à se concrétiser. Lorsque

l'on conçoit quelque chose d'aussi complexe que des espaces de vie et de travail ou des voitures, on arrive toujours à un point où l'on se demande : pourquoi faisons-nous cela ? Pourquoi de cette façon et pas d'une autre ? L'échange au niveau du Groupe Mercedes-Benz est axé sur ces grandes questions : il s'agit d'analyser, de sonder et de constamment se remettre en question. À l'heure actuelle, alors que les différents domaines de luxe – l'art, la culture, la mode et l'industrie – ont fortement convergé, on pourrait croire que cet échange est une évidence, mais il n'en est rien. C'est pourquoi nous avons rapidement accepté l'invitation de Mercedes-Benz.

Quelle peut être la contribution des artistes, designers, musiciens et écrivains dans la recherche sur l'avenir ?

Nick Tempelhoff : Ce qui est nouveau n'a souvent pas encore de nom et ne peut pas encore être expliqué. C'est pourquoi l'on a intérêt à prêter attention aux artefacts culturels, car ces formes d'expression peuvent nous en dire plus que des chiffres ou des mots. Une Mercedes-Benz en est le meilleur exemple : ce que représente une voiture de cette marque ne peut pas être traduit en chiffres.

Felizia Berchtold : Chez nous, un pronostic d'avenir naît rarement d'une pure analyse, mais souvent d'abord d'un sentiment, d'une impression. Régulièrement, nous sentons des tendances arriver qui seront nommées dans les gros titres un an plus tard.

« Les nouveaux développements ont une valeur égale aux choses qui existent et ont fait leurs preuves. Il devient de plus en plus évident qu'il est vain d'opposer la tradition et l'innovation »

NICK TEMPELHOFF



FELIZIA BERCHTOLD & OSKAR KOHNEN

« Tutto Bene » est le cabinet d'architecture et de design fondé par Felizia Berchtold et Oskar Kohnen, avec des bureaux à Londres et à Milan. Forts de leurs expériences variées en architecture, en conception de produits et en design d'intérieur, ils conçoivent des espaces qui transcendent les frontières du résidentiel, de l'hôtellerie et du commerce de détail. Tutto Bene est né d'une collaboration entre des personnes désireuses d'innover ; le cabinet conçoit des lieux singuliers fondés sur une recherche et une exécution méticuleuses.

C'est là que réside la force de l'art et du design : ils ont cette capacité unique à capter et traduire les tendances naissantes bien avant qu'elles ne soient formalisées en données ou en projections modélisées.

Qu'avez-vous appris les uns des autres dans le cadre de ce projet d'échange ?

Oskar Kohnen : Il y a une grande différence entre le fait d'observer quelque chose et la capacité à étayer une idée et de la traduire en une thèse. Au fil de nos conversations et de nos recherches communes, nous avons appris qu'en fin de compte on a souvent de moins en moins de certitudes. Plus on avance dans la recherche sur l'avenir et la culture, plus on se pose de nouvelles questions.

Nick Tempelhoff : Même si nous travaillons dans des secteurs différents et qu'il est difficile de comparer des villes comme Stuttgart, Milan et Londres, je trouve toujours passionnant de voir quels sujets révèlent des schémas, des chevauchements ou des divergences. Un exemple : en ce qui concerne le thème de la « nostalgie » – en tant que réaction au sentiment de déracinement à l'ère moderne, mais aussi dans le cadre d'une nouvelle perception sociétale du progrès –, sommes-nous déjà à l'apogée de cette phase ou n'est-ce que le début ? Et qu'y aura-t-il après ?

Ces visions d'avenir s'interrogent-elles sur la façon dont nous allons vivre ou sur celle dont nous voulons vivre ?

Nick Tempelhoff : Les deux. Ce sont surtout les aspects où ces deux perspectives – comment nous vivrons et comment nous voulons vivre – ne coïncident pas qui constituent souvent un défi intéressant. C'est dans cette tension que réside un grand potentiel d'apprentissage. C'est pourquoi je demande toujours aux experts : quelles sont les questions que vous vous posez sur ce qui se passe actuellement ? Qu'est-ce qui vous interpelle d'une manière qui n'est pas directement explicable ? Nous sommes à la recherche du *glitch*, du pépin, pour ainsi dire.

Alors approfondissons : comment les gens veulent-ils vivre à l'avenir ?

Nick Tempelhoff : Les gens ne veulent surtout pas tous vivre la même vie. Le progrès est un concept à la fois individuel et sociétal. Ce que l'on considère comme un progrès est différent pour chacun : il faut en débattre. Une vision trop unilatérale du progrès ne vous mènera pas loin. C'est pourquoi nous parlons volontiers d'un « avenir large »,

« L’art et le design ont la capacité unique à capter et traduire les tendances naissantes bien avant qu’elles ne soient formalisées en données ou en projections modélisées »

FELIZIA BERCHTOLD



caractérisé par la différenciation et une approche « en même temps ». Le fait que différents modes de vie soient possibles est un acquis de la société contemporaine. À cet égard, il est utile de ne pas considérer le progrès comme quelque chose de linéaire ou comme une simple succession. Les nouveaux développements ont une valeur égale aux choses qui existent et ont fait leurs preuves. Il devient de plus en plus évident qu’il est vain d’opposer la tradition et l’innovation.

De quoi rêvez-vous lorsque vous pensez à l’avenir ?
Oskar Kohnen: Je pense à la célèbre citation du roman *Le Guépard* de Giuseppe Tomasi di Lampedusa: « Si nous voulons que tout reste pareil, il faut que tout change. » Il serait merveilleux que la liberté et les privilèges que ma génération a pu connaître – une Europe unie, la possibilité de voyager à bas prix, des frontières ouvertes et les soins de santé – perdurent à jamais, mais cela semble hélas de plus en plus un rêve qu’une réalité aujourd’hui.

Les visions d’avenir peuvent être très imaginatives: comment éviter qu’elles s’éloignent trop de la réalité? Ou bien cela n’a-t-il aucune importance?
Nick Tempelhoff: Sur le plan de la créativité, il peut être utile de laisser autant de place que possible aux opportunités. Mais lorsqu’il s’agit de ce qui est effectivement réalisé, il convient de se concentrer non pas sur ce qui est souhaitable, mais sur ce qui est plausible. Dans le cas contraire, cela pourrait entraîner des surprises désagréables.

Si nous considérons le travail des futurologues d’une manière plus générale: s’agit-il pour eux d’étudier ce qui va changer – ou doivent-ils identifier ce qui va perdurer?
Nick Tempelhoff: J’irais même plus loin: ils doivent identifier ce qui s’ajoute, ce qui reste, et ce qui disparaît. Ces trois perspectives sont essentielles. Le progrès implique également de se séparer de certaines choses – c’est un aspect qui a peut-être reçu trop peu d’attention au cours des dernières décennies.

Photo : Cubitts Islington, Londres, Interior by Tutto Bene, Ludovic Balay



Les Manoirs de Tourgéville Deauville autrement...

Dans un décor de campagne normande à quelques encablures de Deauville, les Manoirs de Tourgéville sont une ode au bien-être et au lâcher-prise à deux heures de Paris. Les Manoirs de Tourgéville vous accueillent dans un écrin de verdure au coeur de la campagne normande.

L’hôtel dispose de 57 chambres, dont 35 suites en triplex avec cheminée dans le salon, des duplex et suites communicantes, certaines avec terrasse privative. Son nouveau restaurant bistronomique, le « 1899 », a été intégralement repensé et redécoré avec de nouveaux espaces aux notes contemporaines,

douces et chaleureuses. Dans l’assiette, le chef des Manoirs célèbre une gastronomie de saison avec des produits sélectionnés auprès des meilleurs artisans locaux. Pour un moment de détente et de bien-être, l’hôtel est doté d’une piscine intérieure chauffée, d’un espace fitness, d’un sauna et de trois superbes cabines de relaxation pour une détente absolue. Une salle de cinéma de 50 places est également proposée sur réservation.

*Les Manoirs de Tourgéville, 68 chemin de l’Orgueil - Tourgéville, 14800 Deauville. www.lesmanoirstourgeville.com
Instagram : [LesManoirsdeTourgeville](#)*



L'Art de vivre avec panache, en associant l'innovation et l'art de vivre : **Mercedes-Benz Places** redéfinit les codes du luxe résidentiel dans des lieux emblématiques tels que Dubaï et Miami. Plus d'informations sur : mb4.me/MBP

Pour revenir au début de notre échange, pourquoi pensez-vous que les images que nous brossons de l'avenir sont soit utopiques, soit apocalyptiques ?

Felizia Berchtold : C'est une conséquence de la pensée par opposition – moderne ou traditionnelle, colorée ou en noir et blanc, utopique ou apocalyptique. De telles simplifications masquent les nombreux interstices et font obstacle à une vision vraiment permanente de l'avenir. Cette approche n'est pas productive. L'avenir est toujours une question de progrès et d'adieu. Si l'on ne pense qu'en termes de « meilleur » et de « pire », vous ne tenez pas compte de la diversité des scénarios futurs possibles. Par exemple, il est vrai qu'une crise climatique est bel et bien en cours. Mais dans le même temps, des progrès considérables sont réalisés en médecine, ce qui améliore la qualité de vie. Alors que les limites des anciennes infrastructures de mobilité sont clairement atteintes, de nouvelles solutions technologiques telles que l'électromobilité et des concepts de transport durable émergent en parallèle.

Nick Tempelhoff : Les perspectives mettent déjà les gens en mouvement dans le présent. En fonction des intérêts de chacun, elles sont parfois décrites de manière unilatérale, positive ou négative. Nous savons beaucoup de choses sur les scénarios futurs possibles, mais l'avenir reste néanmoins incertain, diversifié et finalement insaisissable. La tentation est grande de le définir de manière définitive – mais c'est précisément à cette tentation qu'il faut résister. La préservation du caractère insaisissable de l'avenir est l'héritage et la mission des Lumières.

Pouvez-vous donner un exemple d'un phénomène actuel auquel vous participez ?

Nick Tempelhoff : La passion des jeunes pour les voitures anciennes, y compris dans la Silicon Valley.

Oskar Kohlen : La question de l'intégrité – à laquelle nous sommes confrontés en tant que marque et en tant qu'agence, mais qui me préoccupe également sur le plan personnel. Selon nous, l'intégrité se manifeste par une discipline intérieure : elle n'est pas tant un résultat esthétique immédiatement perceptible qu'une méthode, une attitude et une rigueur constantes.

Photo : Cubitts Islington, Londres, Interior by Tutto Bene, Ludovic Balay

MAREO

Dolomites Hotel

... UNE EXPÉRIENCE UNIQUE.

Medienbunze e U | Nadja Höfner | medienbunze.at

Un séjour à l'Hôtel Mareo Dolomites à San Vigilio est une expérience inoubliable. La chaleur et le professionnalisme de la famille Clara – des hôtes passionnés par leur terroir et les Dolomites – vous accompagnent tout au long de votre séjour dans la vallée de Gadertal. Bien-être, nature, tradition, cuisine régionale et moments inoubliables vous y attendent. Détendez-vous dans le spa moderne de l'hôtel, profitez de massages bienfaitsants et savourez l'atmosphère élégante des lieux. Offrez-vous le luxe du temps pour vous ressourcer et retrouver votre équilibre intérieur. Vivez la magie des Dolomites dans les jeux de lumière du matin, respirez l'air pur de la forêt et découvrez la montagne sous un jour nouveau.

HÔTEL MAREO DOLOMITES ****

Famille Clara, Str. Al Plan Dessora 17, 39030 St. Vigil in Enneberg Tyrol du Sud, Italie
T +39 0474 501007, info@mareo-dolomites.it



DOLOMITES COCKTAILBAR

Terminez la journée en douceur devant une vue splendide. Notre barman Rémy saura éveiller vos sens avec ses cocktails raffinés.

www.mareo-dolomites.it

CHRONIQUES DE RECHARGE EN MONTAGNE

La magie du développement durable – road trip électrique au travers des Alpes au volant du nouveau GLC

Photos de André Tillmann
Texte de Lutz Schilling

On a déjà beaucoup écrit sur les Alpes : leur beauté sauvage, leur majesté, leur position enviable entre le Nord et le Sud, et la façon dont elles métamorphosent le quotidien en aventure. Cette fois, nous allons les sillonner en mode électrique – à bord du tout nouveau GLC de Mercedes-Benz. Commençons par évoquer les aspects accessoires de ce périple qui ne sont pourtant pas dénués d'importance. Les bornes de recharge, par exemple, nous aident à rythmer ce voyage. Elles déterminent quand nous faisons une pause et quand nous pouvons reprendre la route. Et parfois même le paysage qui s'offre à nous. Les Alpes veillent au panorama, les bornes de recharge au tempo – le périple s'annonce palpitant !

Le GLC, vedette du récent salon IAA Mobility, nous accueille dans le showroom de Munich avec sa teinte bleu profond. Fin prête pour l'aventure. Forte de son allure à la fois sobre et affirmée, cette voiture n'a en réalité nul besoin d'ostentation tant elle regorge de qualités. C'est la compagne idéale pour notre excursion à travers la vaste chaîne des Alpes.

RECHARGE AVEC VUE

Pendant les premiers kilomètres, nous laissons vagabonder nos pensées. Le paysage défile lentement, les contreforts pittoresques des Alpes dessinent de magnifiques contours. Au loin, les silhouettes saisissantes des massifs montagneux se profilent déjà. Nous glissons sur l'asphalte – silencieusement et légèrement – et savourons pleinement le trajet. Le souvenir de notre départ de Munich s'estompe peu à peu. Tout comme la remarque bien intentionnée selon laquelle la batterie de notre GLC n'était pas complètement chargée.

Nous pouvons compter sur un guidage intelligent. Il nous suggère un arrêt au parc de recharge Mercedes-Benz de Weißensberg, l'un des 75 équipés de bornes de recharge rapide. Mercedes-Benz prévoit d'installer environ 10 000 bornes de recharge rapide dans le monde d'ici la fin de la décennie. Après avoir réservé une place en cours de route,





nous sommes guidés vers notre borne de recharge de 400 kW. Il ne nous reste qu'à brancher la voiture et le tour est joué : tout le reste est géré automatiquement. Grâce à la technologie 800 volts du GLC, le processus, remarquablement fluide et insonore, ne prend que quelques minutes. On a l'impression d'une parenthèse bien chorégraphiée. Nous respirons l'air d'automne et laissons libre cours à nos pensées. Le ravitaillement d'antan semble franchement dépassé, l'opération de recharge étant d'une exceptionnelle simplicité. Cette technologie repose sur une philosophie bien définie. La vue imprenable sur les paysages montagneux est un atout non négligeable.

VISIONNAIRE

Notre première destination est Flums, en Suisse. Dino Fienarola nous précède d'un pas assuré dans les longs couloirs hauts de plafond de la Flumserei. Une porte arbore l'inscription «Chocolate Manufacture», donnant sur l'un de ces lieux qui font de la Suisse la référence mondiale du chocolat. «C'est une entreprise individuelle», nous glisse-t-il, les bras grands ouverts. Ce chocolatier hors pair nous fait la démonstration de ses méthodes de travail uniques – l'arôme envoûtant du chocolat fondu embaume toute la pièce.

Nous l'observons travailler avec une dextérité et une rapidité remarquables. Il dépose une tranche d'orange confite sur une ganache au champagne nappée de chocolat au lait fondu, un sourire malicieux aux lèvres pour la photo. Un coup de pinceau habile pour apposer une touche dorée vient parachever son œuvre – ultime geste de précision et de poésie. Les créations de Dino Fienarola rendent hommage aux spécialités de sa région, et ses clients lui en savent gré. Imaginez des biscuits florentins agrémentés de miel sauvage de Flumserberg ou des pralines fourrées aux liqueurs d'Appenzel et d'œufs de caille. Nous avons bien sûr pu tout goûter et nos papilles ont été vite séduites.

D'où lui vient son inspiration ? «Les nouvelles idées me viennent souvent en travaillant. Et quand j'ai un peu de temps libre, j'imagine de nouveaux produits, puis je les mets en pratique.» À l'instar des *churfirstenspitzen* élaborés à partir de la meilleure eau-de-vie de cerise de la région. Et quelle est sa vision de l'avenir ? «La créativité, le goût, la qualité et l'innovation feront encore la différence dans dix ans.» Nous ne pouvons qu'abonder dans son sens. Il crée des produits uniques qui portent sa signature : «Traditionnels et classiques, mais avec une pointe de modernité.» On dirait qu'il parle de notre GLC.



DINO FIENAROLA

Dino Fienarola a fait ses armes comme pâtissier-chocolatier-confiseur sur les rives du lac de Constance. Il a ensuite perfectionné son art auprès de Gaston Lenôtre à Paris – des expériences qui continuent de façonner sa démarche. Il a travaillé pour des maisons de renom et dans la haute gastronomie à Zurich, Genève et Saint-Moritz, ainsi qu'à Sydney et Toronto. Il y a développé sa créativité et son exigence de qualité. En 2012, il crée sa propre manufacture dans la Flumserei, où il confectionne artisanalement tous ses produits.





LA DOLCE VITA

Nous reprenons la route, profitant de notre périple au volant du GLC électrique. Celui-ci ne cherche pas à impressionner par un grondement puissant du moteur ; il convainc par sa maniabilité et le confort qu'il offre. Même dans les virages en épingle les plus serrés, nous avons toute confiance en ses qualités, dont les maîtres mots sont : fiabilité, sécurité et intuitivité. Le parfait compagnon pour ce voyage.

Il n'y a pas que le paysage qui nous impressionne. Que dire du nom évocateur des villes que nous traversons : Lech am Arlberg, Merano, Bolzano... Un peu plus loin dans les Dolomites, nous parcourons des villes comme Alta Badia et Cortina d'Ampezzo, dont les noms résonnent agréablement aux oreilles. Le système audio Burmester de haute qualité se charge de faire résonner la bande-son idoine.

À Bolzano, nous nous rendons à l'Officina del Gelo Avalon. Paolo Coletto, élégamment vêtu, nous accueille dans son « laboratoire de glaces ». C'est un vrai gentleman, qui nous présente sa femme avec un large sourire. Quant aux glaces, il les confectionne dans une grande variété de parfums, à partir d'ingrédients frais et de grande qualité. De quoi garantir un goût authentique. L'Officina del Gelo Avalon jouit d'une excellente réputation. À juste titre, nous semblait-il. Nous repartons revigorés. Tout comme notre GLC, dont la recharge est simplissime grâce à la facilité d'accès aux bornes et au service MB. CHARGE Public à l'étranger.

SE DÉVELOPPER EN RESPECTANT LA TRADITION

À Lienz, au Tyrol, nous visitons l'atelier de menuiserie de Gabriel Forcher. Après les chocolats et les glaces, nous contemplons une baignoire en bois. Oui, en bois ! Du noyer brun foncé, pour être précis. « Nous en avons aussi réalisé en merisier et en chêne », signale Gabriel Forcher, très fier de cette baignoire signée Nina Mair. « Il nous faut au moins douze semaines pour la fabriquer. » Nous admirons bouche bée ce magnifique meuble design sans oser en demander le prix.

« Pour se développer, il faut pouvoir s'appuyer sur un riche héritage », explique Gabriel Forcher. Il montre une photo du fondateur, son arrière-grand-père, prise sur son lieu de travail il y a près d'un siècle. La tradition est ici fondamentale. Tout autant qu'une confiance en l'avenir : douze de ses quelque quatre-vingts employés sont des stagiaires. Et le directeur veille attentivement sur leurs progrès.





GABRIEL FORCHER

Né en 1994 et ayant grandi à Lienz, en Autriche, Gabriel Forcher s'est senti chez lui dans un atelier dès son plus jeune âge. Formé comme menuisier, il dirige désormais l'entreprise familiale quasi centenaire avec son père, Gerhard, représentant ainsi la quatrième génération. Entouré de plus de quatre-vingts collaborateurs, il conjugue savoir-faire exceptionnel avec design contemporain, tout en respectant les normes de qualité les plus élevées.



« Sans tradition, point de progrès »

Dans l'atelier, une affiche proclame : « Nous produisons de la qualité ! » Gabriel Forcher nous a déjà convaincus. Il explique à ses stagiaires : « Le bois est comme un partenaire, chaque veinure raconte une histoire, apportant chaleur et naturel. » À l'instar des entreprises visitées plus tôt, l'accent est mis sur un savoir-faire d'exception, une approche intransigeante, le développement durable et l'esthétique. On comprend immédiatement qu'il ne s'agit pas de produire pour produire. On y fabrique des produits conçus pour durer.

Ici, tout est réalisé sur mesure. « Nous fabriquons exclusivement sur commande et pouvons répondre à toutes les demandes de nos clients », garantit Gabriel Forcher. À cet effet, il collabore avec des designers et des architectes de renom pour produire un mobilier exclusif pour les hôtels, mais aussi pour les résidences privées. Du Tyrol, ces pièces partent dans le monde entier, jusqu'en Californie... « Sans tradition, point de progrès », résume Gabriel Forcher.

Ce sont des aspects tels que le savoir-faire authentique, l'expertise et des valeurs solides qui font ici la différence – c'est palpable.

Nous sommes déjà sur le chemin du retour. Le Fern est le dernier col alpin que nous franchirons. Nous nous arrêtons à la borne de recharge IONITY et profitons des tarifs avantageux réservés aux clients MB.Charge Public. La recharge rapide de notre GLC nous permet de savourer un expresso en papotant. Un couple venu de Brême est fasciné par la voiture. C'est dans leur ville que ce modèle a été lancé et ils ne sont pas surpris d'apprendre que notre GLC y a aussi vu le jour.

Photo baignoire en bois: intheheadroom





DERNIÈRE ESCALE ET PREMIER PRONOSTIC

Ainsi s'achève notre road trip électrique, sur un point d'orgue. Le GLC s'est révélé un compagnon fiable, discret et convaincant. Il nous a accompagnés tout au long de ce voyage, à travers sommets et vallées, un périple placé sous le signe du goût et du design, du temps et de la technologie. Une chose nous est apparue clairement : les produits d'exception se nourrissent de leur histoire. Passion, caractère et qualité, voilà ce qui les caractérise.

Mais toute bonne chose a une fin. Nous nous garons devant une maison individuelle à Stuttgart. C'est là que nous devons rendre le GLC. À côté de l'entrée trône un boîtier Wallbox, son design discret reconnaissable entre tous. La transition énergétique a trouvé ici un «chez-soi». Et notre GLC ? Il y contribue pleinement.

Le mot-clé est «recharge bidirectionnelle». Ce nouveau service sera disponible pour les conducteurs de GLC en Allemagne, en France et au Royaume-Uni courant 2026. Il permettra non seulement de recharger le véhicule, mais aussi de fournir de l'énergie au domicile du conducteur, voire au réseau électrique. Le GLC devient ainsi une véritable batterie externe sur roues, intégré à la maison connectée et branché sur le marché de l'électricité. Lorsque les tarifs d'électricité sont bas, il se recharge. Quand tout le monde cuisine, prend une douche ou regarde des vidéos en streaming le soir, il restitue l'énergie automatiquement et intelligemment. Bien entendu, tout est contrôlable par le biais d'une application. Ou plutôt : il n'y a en fait absolument rien à contrôler. La technologie n'est pas seulement l'expression du progrès, elle fait partie intégrante d'une vie raffinée dénuée de stress.

QUELQUES RÉFLEXIONS

Voyager avec le GLC 100 % électrique n'était pas simplement une prise de position en matière de politique énergétique. Le trajet s'est effectué harmonieusement, à un rythme constant. La technologie s'est fait oublier, aucune trace d'inquiétude. Tout s'est déroulé avec fluidité, comme si nous étions guidés par un métronome.

Les temps de recharge se sont transformés en pauses bienvenues – tantôt en sirotant un expresso, tantôt en grignotant du chocolat, tantôt en admirant un paysage magnifique. Aucune pression, aucune contrainte. Aucune limitation. Une nouvelle façon de voyager, extraordinairement variée. Et telle était sans doute la découverte la plus excitante de notre périple, que la conduite électrique, ça marche, mais que cela peut aussi susciter des émotions. Inviter à la détente. Inspirer. Alors, en route !



VAN ESSER

WWW.VANESSER.COM

2000 ANVERS - SCHUTTERSHOFSTRAAT 32 - INFO: 03-236 31 84
3500 HASSELT - KAPELSTRAAT 17 - INFO: 011-22 32 50





Collection
RIVAGES

WWW.COLLECTION-RIVAGES.COM



Toutes les joies sont dans la nature

Découvrez une nouvelle façon de vivre vos vacances : des cabanes de rêve dans des lieux uniques, où la culture et le bien-être se rencontrent pour des moments inoubliables. Retrouvez toutes les cabanes Collection Rivages sur la Côte d'Azur, en Bretagne, en Ardèche, dans les Landes et sur l'Île de Ré.

Collection Rivages – La joie d'être ensemble

Et si les vacances de demain se vivaient autrement ? En France, Collection Rivages réinvente l'art du séjour en plein air. Ni camping ni hôtel, mais un subtil équilibre entre confort, élégance et nature. Rivages incarne une nouvelle vision de l'hospitalité : vivante, solaire et profondément humaine.



5 destinations d'exception en France invitent à une immersion dans des paysages préservés : cabanes design en forêt ou en bord de rivière, des refuges élégants au cœur de la nature... Chaque lieu raconte son territoire à travers son architecture, ses matériaux naturels et son ambiance apaisante.

Mais Rivages, c'est aussi un art de vivre : yoga au lever du soleil, concerts en fin de journée, ateliers d'art en plein air... L'été s'y célèbre autour de festivals uniques, mêlant bien-être, musique et créativité, pour reconnecter petits et grands à l'essentiel.

Engagée dans une démarche responsable, la marque allie design durable, gestion raisonnée de l'eau et préservation de la biodiversité. Plus qu'un séjour, c'est une expérience sensible et consciente, où le temps s'étire et les souvenirs se gravent.

Collection Rivages redéfinit les vacances haut de gamme : un luxe discret, ancré dans la nature, à vivre les pieds nus et le cœur léger.

+33 (0)9 78 31 89

contact@collection-rivages.com

www.collection-rivages.com

   @collectionrivages

Moteur à flux axial et batterie électrique haute performance

UNE DOUBLE RÉVOLUTION EN MATIÈRE DE PERFORMANCES

Textes de Christof Wenig, Lutz Schilling et Christina Finke

Le nouveau CONCEPT AMG GT XX offre des performances électriques absolument inédites. Révolutionnaire, l'innovation est invisible au premier abord, tant ses dimensions sont compactes. Sur l'essieu avant, elle ne mesure que neuf centimètres, et huit centimètres sur l'essieu arrière. Il s'agit de la largeur des trois moteurs à flux axial, qui développent ensemble une puissance supérieure à 1000 kW. Toutefois, ces moteurs électriques compacts ne constituent qu'un élément de cette architecture de propulsion révolutionnaire. L'autre concerne la batterie électrique haute performance. Celle-ci garantit une puissance élevée et continue, aussi bien sur route qu'à la borne de recharge. Le CONCEPT AMG GT XX peut ainsi se recharger en seulement cinq minutes et fournir une puissance suffisante pour parcourir, par exemple, la distance entre Affalterbach, près de Stuttgart, et le circuit de Spa-Francorchamps, soit 400 kilomètres (WLTP)¹.

Les performances restent au même niveau, même sous charge continue. Contrairement aux moteurs électriques conventionnels, dont la puissance doit parfois être réduite pour éviter la surchauffe, les moteurs à flux axial peuvent fournir constamment leur puissance maximale.

Plus petit, plus léger, plus puissant

Cela est possible grâce au concept ingénieux du moteur à flux axial révolutionnaire. Contrairement aux moteurs électriques classiques, son champ magnétique n'est pas guidé de façon radiale, mais linéaire, d'avant en arrière, c'est-à-dire parallèlement à l'axe de rotation. Cette innovation de Mercedes-AMG se traduit par une densité de puissance trois fois supérieure, ainsi qu'un poids inférieur d'un tiers et un encombrement 30 pour cent plus compact que les moteurs électriques conventionnels. En conduite continue à faible charge, seuls les deux moteurs de l'essieu arrière du CONCEPT AMG GT XX sont actifs. Le moteur électrique avant n'est activé qu'en cas de besoin accru de puissance ou de traction.

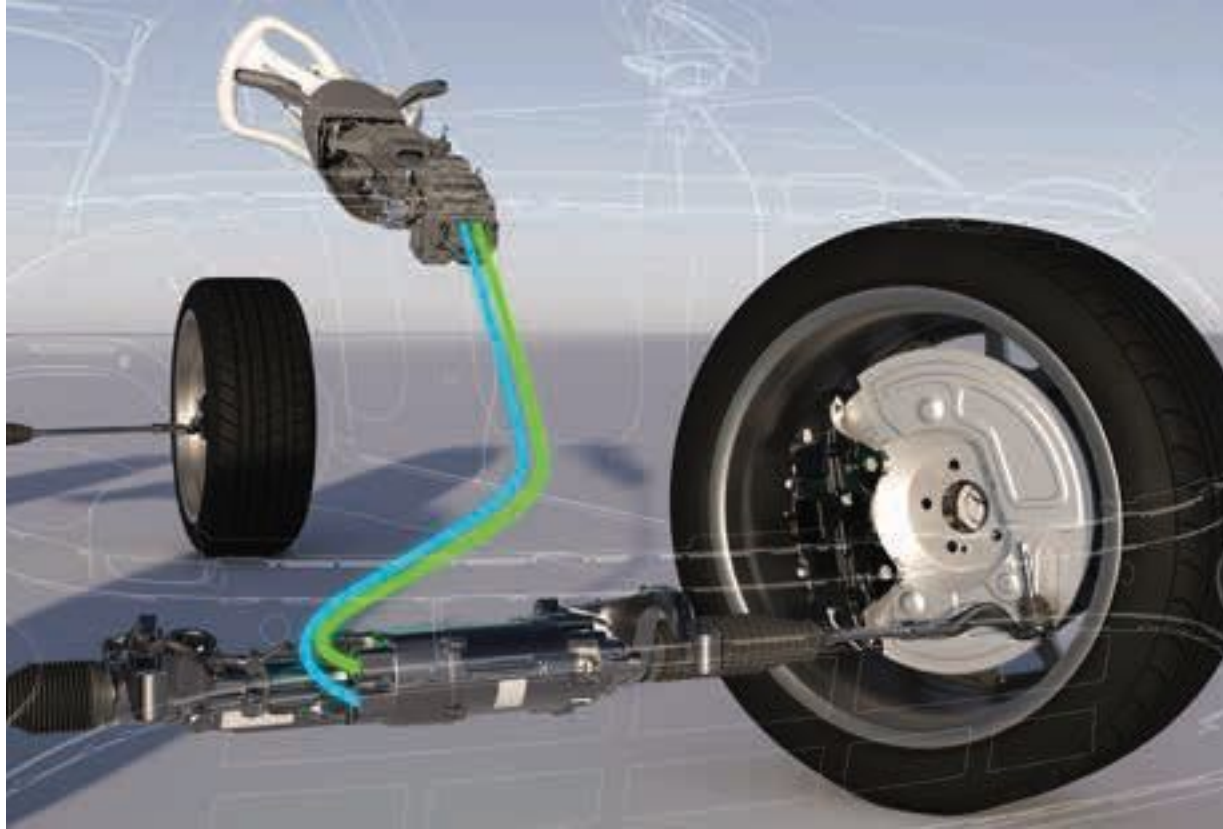
Refroidissement optimal pour une puissance maximale

La batterie haute tension du CONCEPT AMG GT XX est de conception entièrement nouvelle, au moins aussi révolutionnaire que les moteurs à flux axial high-tech. Sa caractéristique principale réside dans ses cellules cylindriques remarquablement hautes et minces, qui offrent des avantages considérables en matière de refroidissement. Sans oublier le nouveau système de refroidissement direct et la gestion thermique innovante, qui garantissent une température de fonctionnement optimale dans toutes les conditions de conduite. La chimie des nouvelles cellules NCMA (nickel/cobalt/manganèse/aluminium) contribue également de manière significative à une puissance élevée soutenue.

Le CONCEPT AMG GT XX est bien plus qu'un simple prototype illustrant des possibilités techniques: nombre de ses solutions innovantes seront ultérieurement intégrées aux modèles de série Mercedes-AMG. Ainsi, la production des moteurs à flux axial débutera dès 2026 à l'usine Mercedes-Benz de Berlin-Marienfelde.



¹ L'autonomie indiquée (WLTP) réalisable après une charge de 10 minutes a été obtenue en utilisant la capacité de charge CC maximale conformément à la norme ISO/SAE 12906, dans les conditions spécifiées dans cette norme.



«Steer-by-wire» SYSTÈME DE COMMANDE ÉLECTRIQUE POUR UN CONFORT MAXIMAL

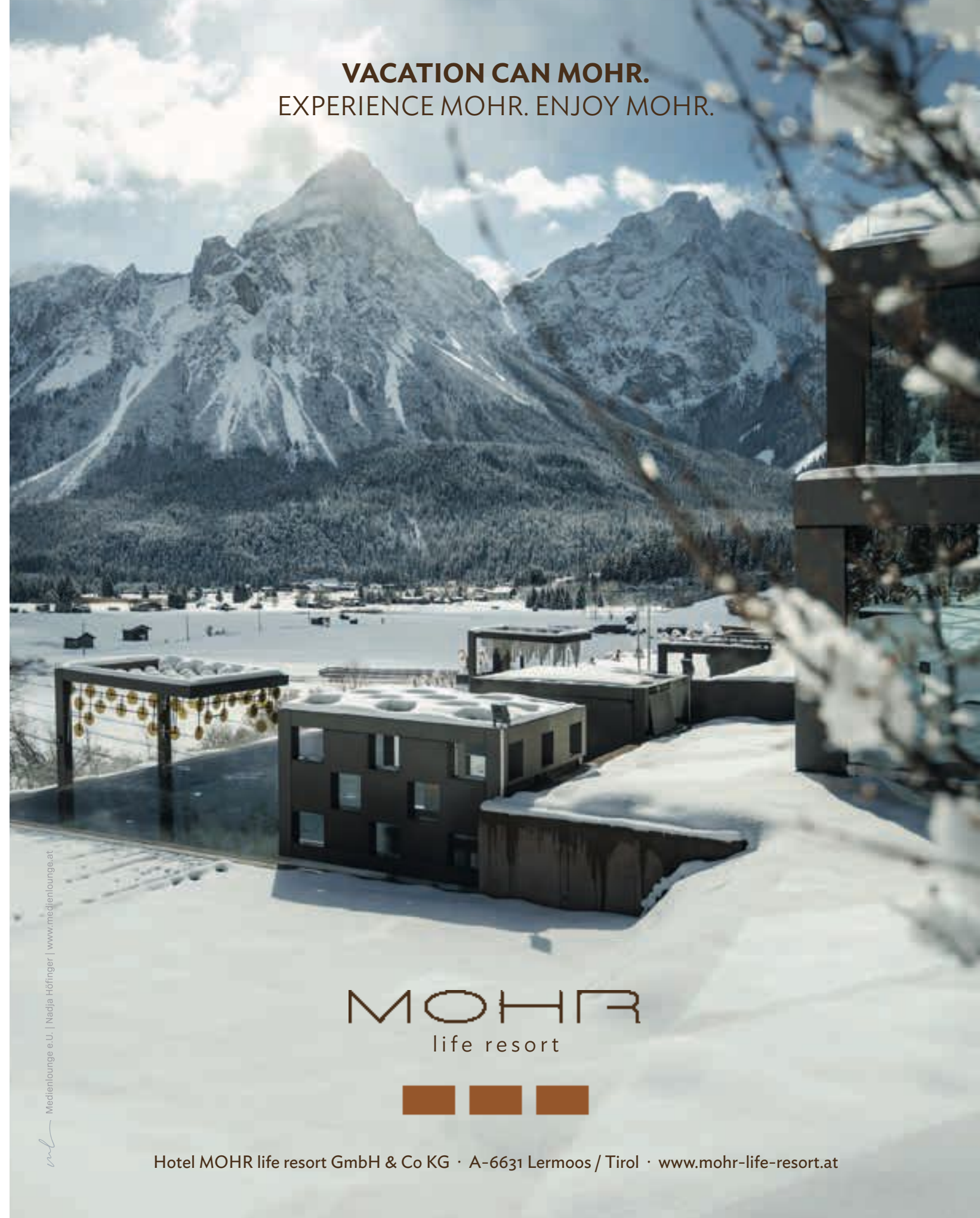
Un volant est bien plus qu'un simple composant de voiture: il relie le conducteur à la route, par l'intermédiaire des pneus, lui fournissant de précieuses informations sur le comportement de conduite. Une nouvelle ère s'annonce dans l'exploitation des véhicules: dès 2026, Mercedes-Benz sera le premier constructeur automobile allemand à proposer un véhicule de série avec un système de direction électrique (*steer-by-wire*). Cette technologie ne nécessite pas de liaison mécanique entre le volant et les roues avant, mais transmet électroniquement les demandes de direction du conducteur. Une architecture de système redondante assure un niveau de sécurité maximal.

Avantages du «Steer-by-wire»:

- Manœuvres et stationnement plus faciles, effort requis réduit, plus besoin de saisir à nouveau le volant pendant le stationnement.
- Maniabilité exceptionnelle et interaction parfaite avec la direction de l'essieu arrière.
- D'un point de vue ergonomique, le volant peut être conçu plus plat, ce qui améliore la vue sur l'écran du conducteur.

Photos: Mercedes-Benz AG, André Tillmann

VACATION CAN MOHR.
EXPERIENCE MOHR. ENJOY MOHR.



MOHR
life resort



Hotel MOHR life resort GmbH & Co KG · A-6631 Lermoos / Tirol · www.mohr-life-resort.at

5 infos techniques

LA MERCEDES-BENZ CLA 250+ DOTÉE DE LA TECHNOLOGIE EQ



MERCEDES-BENZ CLA 250+ AVEC TECHNOLOGIE EQ:
Consommation d'énergie en cycle mixte²: 12,2-14,1 kWh/100 km
Émissions de CO₂ en cycle mixte²: 0 g / km
Classe CO₂²: A

² Voir note 1 en page 6

- 1 L'empreinte carbone est réduite d'environ 40% sur l'ensemble de la chaîne de valeur par rapport au modèle précédent non électrifié.
- 2 L'architecture 800 volts permet une charge rapide en courant continu jusqu'à 320 kW – suffisamment pour augmenter en dix minutes l'autonomie de 325 kilomètres¹.
- 3 La boîte de vitesses à deux rapports allie dynamisme et rendement élevé. Le premier rapport est conçu pour des accélérations franches et une conduite économe dans le trafic urbain, le deuxième pour fournir de la puissance à grande vitesse.
- 4 La pompe à chaleur multisources utilise trois sources d'énergie en parallèle: la chaleur résiduelle de la transmission électrique, la batterie ainsi que l'air ambiant.
- 5 Le coffre avant, d'une capacité de 101 litres, marque le retour – 90 ans plus tard – d'un espace de chargement à l'avant. Idéal pour le câble de recharge ou un bagage de cabine.

¹ L'autonomie indiquée (WLTP) réalisable après une charge de 10 minutes de charge (WLTP) a été obtenue en utilisant la capacité de charge CC maximale conformément à la norme ISO/SAE 12906, dans les conditions spécifiées dans cette norme.

Digital Factory Campus IA ET ROBOTS HUMANOÏDES POUR LA PRODUCTION DU FUTUR

À l'usine de Berlin-Marienfelde, Mercedes-Benz prépare aussi la production de demain. Le Digital Factory Campus est un centre de compétences et d'innovation mondial, où les tests de nouveaux processus et technologies de production, menés dans des conditions réelles, ont été combinés à une mise en œuvre à l'échelle mondiale d'applications logicielles pour l'écosystème numérique Mercedes-Benz Cars Operations 360 (MO360).

Pour étudier la valeur ajoutée de robots humanoïdes dans la production, Mercedes-Benz mène des tests avec Apollo, un robot humanoïde développé par la société américaine Appttronik, dans des environnements de production réels sur les sites et dans le DFC. Parallèlement, l'intelligence artificielle révolutionne les processus de fabrication. Dans le Digital Factory Chatbot Ecosystem il est possible de créer, grâce aux Large Language Models (LLM) mis à disposition, des chatbots adaptés pour chaque application de MO360, ainsi que pour d'autres bases de données pertinentes à la production. S'y ajoutent des agents virtuels d'IA, qui analysent en temps réel des données complexes et peuvent, par exemple, aider à identifier les causes des écarts de qualité soudains dans la production.



Photos: Mercedes-Benz AG, André Tillmann




CLOS DE CAILLE
 CLOSDECAILLE.COM

L'ABUS D'ALCOOL NUIT À LA SANTÉ

L'APPEL DE LA MONTAGNE

La route alpine du Timmelsjoch promet
un pur plaisir de conduite, surtout au volant
de la Mercedes-AMG C 63 S E PERFORMANCE.
Celle-ci passe par la station de ski de Hochgurgl.
Nous avons succombé à la tentation d'y faire étape

Texte de Katalina Farkas
Photos d'André Tillmann

MERCEDES-AMG C 63 S E PERFORMANCE :

Consommation d'énergie en cycle mixte pondéré¹ : 5,5 kWh/100 km plus 9 l/100 km

Consommation de carburant en cycle mixte avec batterie vide¹ : 10,5 l/100 km

Émissions de CO₂ en cycle mixte pondéré¹ : 205 g / km

Classe CO₂ en cycle mixte pondéré¹ : G | Classe CO₂ avec batterie vide¹ : G

¹ Voir la note 1 en page 6



Les sommets enneigés des Alpes tyroliennes scintillent au soleil. Dans ce paysage hivernal digne d'une carte postale, la teinte gris graphite magno MANUFAKTUR de notre Mercedes-AMG C 63 S E PERFORMANCE resplendit. Nous voulons découvrir le Timmelsjoch, un col au cœur des Alpes reliant l'Autriche au Tyrol du Sud, et y expérimenter de près les performances exceptionnelles du moteur quatre cylindres turbo et de la puissante unité électrique. Nous souhaitons également vérifier l'efficacité des roues arrière directrices et de la transmission intégrale 4MATIC+ à répartition variable dans les virages en épingle enneigés.

La route sinueuse nous fait de l'œil, mais nous nous arrêtons d'abord au Top Mountain Crosspoint, qui marque le début de la route des hautes Alpes du Timmelsjoch. Normalement fermé en hiver, le col a été exceptionnellement ouvert pour nous aujourd'hui. L'occasion d'essayer de comprendre pourquoi le Timmelsjoch attire autant de monde en été, non seulement les automobilistes, mais aussi des motards de toute l'Europe. Il est clair que les mordus de moto se sont approprié les lieux : une maquette en bois grandeur nature trône sur la terrasse du Top Mountain Crosspoint.

L'intérieur du restaurant panoramique attendant, avec ses boiseries, ses grandes fenêtres et sa cheminée circulaire, arbore une magnifique collection de motos anciennes et d'enseignes publicitaires d'époque, sans oublier une pompe à essence rétro.

L'endroit grouille de skieurs et de snowboarders aux joues rosies par le froid, et nous sommes chaleureusement accueillis par le jovial Attila Scheiber. Il arrive tout juste de la piste de ski qui débouche directement sur le Crosspoint, l'œuvre de sa vie, qu'il tient à nous faire découvrir.

Ce bâtiment moderne, à la forme incurvée évoquant un virage en épingle, abrite non seulement le péage, le restaurant et un télésiège, mais aussi un véritable univers de la moto avec un musée doublé d'un centre d'expérience immersive. Réalisation d'un grand rêve d'Attila Scheiber et de son frère jumeau Alban, ce dernier occupe une place prépondérante dans le complexe.

« Nous voulions juste créer un endroit où nous retrouver entre amis après nos balades à moto », explique ce motard passionné en nous faisant visiter les lieux. Mais son





Dans la véranda lambrissée du Top Hotel Hochgurgl, une lumière chaleureuse crée une ambiance intime. Le décor allie charme rustique et touches de modernité. Le chef Marco Löffler privilégie le zéro déchet et les produits régionaux : l'escalope viennoise est un délice, le *Kaiserschmarrn* fond dans la bouche et les *Käsespätzle* méritent amplement leur titre de plat réconfortant – grâce à la recette de sa grand-mère.

frère et lui ont vite attrapé le virus de la collection, achetant des deux-roues aux quatre coins du monde, « tous restés dans les annales ». Leur collection comprend notamment une *Reitwagen* de 1885 signée Daimler et Maybach, dont l'ambition était de rendre les moteurs à combustion plus petits et plus légers. Cet objectif demeure inchangé chez Mercedes-AMG, comme en témoigne la C 63 S E PERFORMANCE garée sur le parking.

Au musée, nous découvrons à quel point les frères Scheiber sont des collectionneurs invétérés. « Nous pourrions facilement en ouvrir un second », lance Alban Scheiber avec un clin d'œil. Vu leur esprit d'entreprise, cela finira bien par se faire un jour ou l'autre. La famille a en effet marqué Hochgurgl de son empreinte depuis des décennies. Jusqu'à la fin du XIX^e siècle, le village était un hameau pauvre et isolé, explique Alban : « À l'époque, il s'agissait de survivre. » Les rares randonneurs visitant la région en été ne pouvaient passer la nuit que chez le curé. Comprenant le potentiel de l'endroit, la famille Scheiber y a ouvert en 1889 le premier hôtel de la région. Ils ont fondé un club de ski et installé des remontées mécaniques pour attirer les amateurs de sports d'hiver dans la vallée de Gurgler. Une initiative couronnée de succès.

Au fil des ans, le village est devenu une véritable attraction touristique, et sa popularité s'est encore accrue lorsque, dans les années 1950, le grand-père Scheiber a pris fait et cause pour l'élargissement de la route alpine du Timmelsjoch du côté autrichien. Sur le versant italien, le col avait été aménagé pendant la Seconde Guerre mondiale, mais n'avait jamais été utilisé. Le fait qu'il ait été conçu à des fins militaires est encore évident, explique Attila : « La route là-bas est bien plus raide et compte beaucoup plus de virages en épingle que la nôtre. »

Son grand-père avait dessiné la portion autrichienne comme une route panoramique agrémentée de quelques virages en épingle, mais aussi de longues lignes droites permettant d'admirer les paysages de montagne. Résultat : le plaisir de conduite est garanti pour les automobilistes comme pour les motards, qu'ils soient attirés par la vue ou par les virages en coude.



Nous voilà enfin prêts pour notre grand tour d'essai. Grâce à notre autorisation spéciale, nous pouvons accéder au col habituellement fermé en hiver, et nous avons la jouissance exclusive de la route et de la nature. Nous pourrions mettre pied à terre et apprécier la pureté de l'air de montagne, mais nous préférons savourer le plaisir de conduire. Et nous sommes dans la voiture appropriée : la motorisation hybride de la Mercedes-AMG C 63 S E PERFORMANCE assure une puissance instantanée, tandis que le moteur électrique déploie un surcroît de puissance tout aussi immédiat.

Avec une puissance cumulée de 500 kW – 350 kW pour le moteur quatre cylindres et 150 kW pour l'unité électrique –, la C 63 S E est une véritable bête de course qui illustre à merveille la technologie issue de la Formule 1 qu'elle recèle sous son capot. Nous enfonçons l'accélé-

rateur sur les longues lignes droites dessinées par l'aïeul Scheiber. Le mode Sport+ offre une expérience de conduite à la fois dynamique et parfaitement sûre. Nous négocions les virages en épingle avec une aisance déconcertante grâce à la direction active, l'essieu arrière esquissant parfois une « danse » due à l'activation du mode Sport+. Nous atteignons la frontière italienne bien trop vite. C'est là que notre plaisir touche à sa fin. Impossible d'aller plus loin : la route vers l'Italie est bloquée par un mur de neige.

Nous marquons une pause. Dehors, il fait un froid glacial. Si l'hiver fait timidement son entrée dans la vallée, il a déjà envahi le col à son point culminant, à 2 509 mètres. Le crépuscule commence à tomber, mais le soleil refuse de se coucher sans se faire remarquer une dernière fois, nous offrant un spectacle d'une beauté magique.



La Mercedes-AMG C 63 S E PERFORMANCE offre une expérience de conduite hors pair grâce à son moteur quatre cylindres, le plus puissant de série (350 kW), et à un surcroît de puissance électrique de 150 kW. Le système hybride P3 associe un moteur thermique et une unité électrique pour un couple instantané, optimisé par la transmission intégrale 4MATIC+.



Au-dessus du parc naturel italien Gruppo di Tessa, le ciel se pare de douces teintes roses et bleu clair, et même la neige semble scintiller de l'intérieur. L'éclairage de l'habitacle semble rivaliser avec la splendeur des couleurs de l'extérieur. Le coucher de soleil se reflète dans le combiné d'instruments numérique avec son design moderne et minimaliste (lignes épurées et affichage limité). Ce dernier peut également afficher des données spécifiques telles que les performances, la puissance du moteur, les forces G et les temps au tour sur circuit. Mais ici, flottant légèrement au-dessus du monde, l'affichage réduit offre la vue la plus magnifique qui soit.





Nous franchissons de nouveau le col à la nuit tombante en sollicitant une fois de plus la motorisation hybride quatre cylindres, mettant à l'épreuve la transmission intégrale à variation continue. À Hochgurgl, un dernier moment fort nous attend : une visite à l'hôtel Riml. Avec sa vue panoramique sur les Alpes et son spa relaxant, cette étape conclut merveilleusement une longue journée au grand air alpin. Nous allumons la cheminée et jetons un dernier regard par la fenêtre. Notre regard se porte sur la piste de ski où, désormais plongée dans l'obscurité la plus totale, les dameuses s'affairent sans relâche. Demain, les skieurs aux tenues colorées dévaleront à nouveau les pistes – et nous nous attaquerons une fois de plus au Timmelsjoch.

QUAND L'HIVER S'INSTALLE, DEUX ADRESSES DEVIENNENT INCONTOURNABLES

Lorsque les journées raccourcissent et que le thermomètre baisse, certains endroits prennent une saveur particulière. Deux adresses signées Art Blanc offrent exactement ce que la saison inspire : chaleur, réconfort et le plaisir simple, mais essentiel, d'une table où l'on se sent bien.

Le Chalet : L'hiver dans toute sa générosité

À Waterloo, Le Chalet de l'Amusoir réinvente l'art de se retrouver autour d'un repas. Raclettes, fondues savoyardes ou bourguignonnes... la carte est une ode au partage et aux soirées qui s'éternisent volontiers. Dans ce décor boisé chaleureux, l'atmosphère rappelle les chalets de montagne : authentique, enveloppante et résolument conviviale. Un lieu idéal pour des grandes tablées en famille ou pour un repas d'équipe. De quoi prolonger le plaisir de l'hiver !

Le Chalet
 Chaussée de Bruxelles 119,
 1410 Waterloo
 @ [lechalet.waterloo](#)
 📍 www.lechaletdelamusoir.be



La Cocotte Belge : L'élégance du terroir

À quelques minutes de là, La Cocotte Belge célèbre un autre visage de la saison : celui d'une cuisine de terroir raffinée, inspirée de nos traditions culinaires belges. Volaille de qualité, plats mijotés, recettes authentiques... tout ici évoque les plaisirs de l'hiver, sublimés par le geste juste et un service attentionné. Sa grande terrasse lumineuse, abritée et chauffée au besoin, prolonge le plaisir de ceux qui aiment savourer l'instant, même en plein cœur de la saison froide.

La Cocotte Belge
 Chaussée de Tervuren 165,
 1410 Waterloo
 @ [cocottebelge](#)
 📍 www.cocottebelge.be



“DEUX AMBIANCES, UN MÊME ESPRIT : CELUI D'UNE TABLE QUI RASSEMBLE”

Chacun à leur manière, Le Chalet et La Cocotte Belge portent haut les valeurs d'Art Blanc : une hospitalité sincère, une cuisine soignée, et cette capacité à rendre chaque moment mémorable. L'hiver est peut-être rigoureux, mais il reste la plus belle saison pour profiter de ces adresses où l'on se sent immédiatement chez soi.

PREMIÈRE MONDIALE PROMETTEUSE

THE ALL-NEW
ELECTRIC GLC



Journée idéale pour un événement hors norme : le nouveau Mercedes-Benz GLC électrique a connu sa première mondiale à la veille du salon IAA MOBILITY 2025. Une illustration parfaite du principe directeur de la marque : « Bienvenue à la maison ». Dans ce cadre exceptionnel, ce nouveau SUV a démontré que l'alliance d'un design emblématique et de l'intelligence numérique engendrait à nouveau la sensation – fiable, intuitive et résolument personnelle – inhérente à Mercedes-Benz.

mb4.me/GLC_WP



Photos : Mercedes-Benz AG

UNE LÉGENDE DE L'E-SPORT FACE À LA LÉGENDAIRE CLASSE G



Jian « Uzi » Zhihao, superstar chinoise de l'e-sport, a obtenu une distinction prestigieuse. Il est le deuxième joueur à être admis dans le prestigieux « Hall of Legends » du célèbre jeu de stratégie en équipe League of Legends. L'ardeur et la virtuosité de ce joueur professionnel ont inspiré des millions de fans à travers le monde. Depuis 2024, Mercedes-Benz est le partenaire automobile officiel de Riot Games pour les tournois internationaux de League of Legends, comme pour le tout nouveau « Hall of Legends ». La marque a rendu hommage à Uzi en créant une Classe G électrique exclusive dans la superbe teinte Kalahari Gold Magno MANUFAKTUR, parée d'une inscription « Hall of Legends » à l'intérieur. Un portrait artistique d'Uzi a été réalisé pour son intronisation.

VÉLOS ÉLECTRIQUES COOLS INSPIRÉS DE LA F1

Envie de vous glisser dans la peau de George Russell ou de Kimi Antonelli, les pilotes de l'écurie Mercedes-AMG PETRONAS F1 Team ? C'est possible avec ces vélos électriques au design unique, ornés du logo de l'écurie de F1. La marque n+, détenteur officiel de la licence de l'écurie Mercedes-AMG PETRONAS F1 Team, présente sa nouvelle collection de vélos à assistance électrique (VAE), qui transpose la technologie de pointe du sport automobile à la « micromobilité ». Parmi ces prouesses techniques, un tableau de bord numérique et un moyeu à 9 vitesses autorisant des changements de rapports ultrarapides offrent une véritable expérience de Formule 1 et rendent inoubliable chaque virée à vélo. Les passionnés de F1 peuvent choisir entre les versions Track, Rally et City pour trouver le modèle de leurs rêves.



ÉMOTION PURE À « AF-FASTER-BACH »

Le CONCEPT AMG GT XX a été présenté en grande pompe. Pour la première mondiale de ce spectaculaire bijou de technologie, le pittoresque village d'Affalterbach près de Stuttgart, siège de Mercedes-AMG, s'est rebaptisé en « Af-faster-bach ». L'événement, suivi dans le monde entier, rendait hommage aux racines sportives de la marque. Une station-service a été transformée en stand de Formule 1, des modèles AMG emblématiques étaient alignés sur la grille de départ et des performances exceptionnelles ont offert aux visiteurs un spectacle mémorable, sublimé par un concert d'Alicia Keys. Des DJ de renommée internationale et des personnalités du sport, de la mode, de la musique et du divertissement ont également contribué à faire vibrer le public.



AU CŒUR DE LA SOUL

Texte de Katalina Farkas
Photos de Marti Alonzo



Francis Esteban a deux grandes passions : la musique et sa Mercedes-Benz SL 500. À Los Angeles, il nous montre comment les deux se mettent au diapason

Dès les premières notes jouées sur son piano électrique Wurlitzer, on entend à quel point Francis Esteban est habité par la soul. Les yeux clos, un léger sourire aux lèvres, il se laisse transporter par la sonorité si particulière de l'instrument. « J'adore la soul des années 1960 et 1970 », confie-t-il en rouvrant les yeux. « Je fais une musique que j'appelle du "soulful R & B". Avant, j'écoutais surtout du hip-hop, mais j'aime trop les mélodies. C'est ainsi que je suis tombé sous le charme de la soul. » Il joue un morceau, puis nous lance un regard en coin : « En fait, je ne joue pas vraiment. Je m'en sors au piano ou à la guitare, mais faire résonner la musique est ce que je fais de mieux. »

Il s'empare d'une guitare, gratte brièvement les cordes, puis la repose. C'est dans ce studio qu'il a enregistré son album *Francis* l'an dernier. Le studio se trouve à Hollywood, au cœur de Los Angeles. Dans son appartement de North Hollywood, il dispose d'un équipement plus modeste. « Rien d'extravagant, juste ce qu'il faut pour travailler sur mes idées. Quand elles se concrétisent, je vais au studio. » De préférence un studio chargé d'histoire comme celui-ci, où des instruments de différentes époques ornent les murs et où tant d'artistes ont utilisé des micros et des câbles pour faire entendre leur voix, raconter des histoires et toucher les gens. « Ce qui compte le plus pour moi, c'est le ressenti », résume Francis Esteban.

Musicien autodidacte, mais pas moins talentueux et passionné pour autant, Francis Esteban – alias Esta – est DJ et producteur. Loin d'être du genre à passer des heures à répéter inlassablement le même morceau, il excelle dans l'art du sampling : il retravaille les œuvres d'autres artistes, les transforme, crée de nouveaux arrangements à partir

« Far from the social media and computin'
In the real world, just connecting with humans. »
– Esta, "too fast", 2024



de fragments, donne un nouveau sens aux sons – toujours dans le respect de l'original. «J'adore le sampling. C'est bien plus que de la musique. Il y a plusieurs musiciens dans un sample, ce qui permet d'entendre une multitude d'émotions. Si je pouvais, je ne ferais que sampler.»

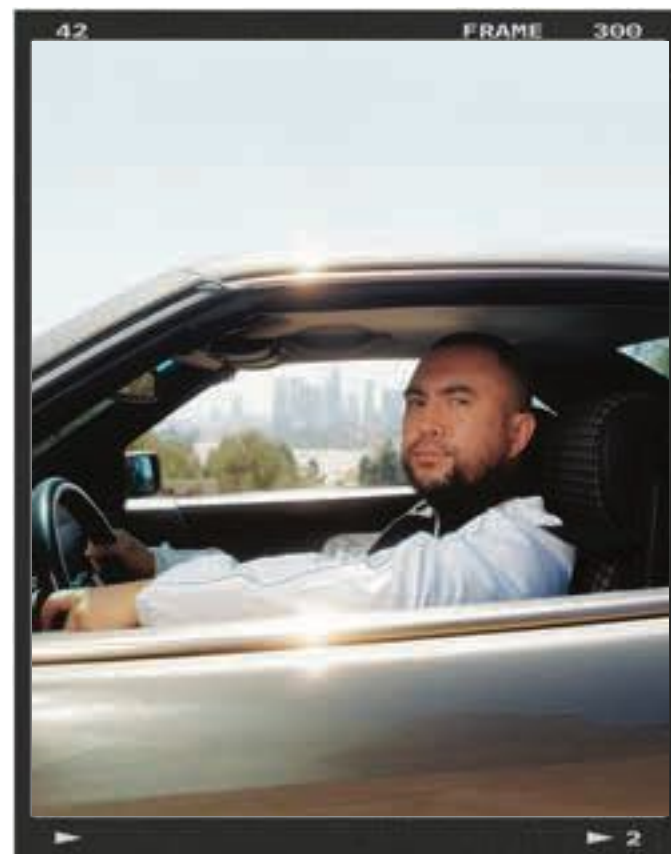
Il souhaite explorer à fond le processus de création musicale: «J'aime vivre les choses, y compris la musique, en toute conscience et m'en imprégner. Au lieu d'une écoute superficielle, je préfère me concentrer sur les différentes couches et les détails de la musique. Je me plonge délibérément dans ses tréfonds.» En tant que producteur, il a passé des années à perfectionner le travail d'autres artistes, à mixer et créer de la musique avec le sampling à partir de morceaux existants. L'an dernier, l'artiste a sorti son premier album, intitulé *Francis*. «Je sentais que j'étais arrivé à un tournant de ma carrière et que je devais franchir le pas. Sortir l'album et partager ma musique avec le monde a pris du temps, mais cela en valait la peine.»

Bien qu'il s'agisse cette fois-ci de ses propres compositions, *Francis* a beaucoup de points communs avec un sample: la liste des artistes ayant contribué aux paroles ou au chant est longue. «Tous mes amis ont participé à l'album, pas seulement à la musique, mais aussi à tout le processus créatif», explique-t-il.

Francis Esteban est autodidacte. Il puise son inspiration dans le quotidien: le crépitemment d'une vieille radio, le sifflement du vent ou le tic-tac d'un clignotant. Dès qu'un tel son atteint son subconscient, un processus intuitif se met en place: «Je note simplement ce qui me vient à l'esprit. Il peut s'agir du son d'une batterie ou d'un tempo que j'ai en tête. Parfois, j'enregistre aussi une note vocale, par exemple avec un autre musicien ou à partir d'un rythme que j'ai tapé sur une table en cours de route. Ensuite, je continue à y travailler chez moi.»

Sa Mercedes-Benz SL 500 de 1993 lui fournit également une source inépuisable d'inspiration acoustique. «Par exemple, j'utilise le son d'un clignotant pour son tempo, ou le bruit du moteur qui démarre, ou du tuyau d'échappement – en fait, tous les sons produits par une voiture.»

Francis Esteban a acheté sa SL il y a quelques années à une dame d'un certain âge qui ne l'avait pas conduite depuis longtemps. «Garée sous un arbre, la voiture était sale, mais en excellent état par ailleurs, avec seulement quelques kilomètres au compteur et le toit rigide était encore comme neuf», se souvient-il. Pour remplacer certains éléments, il a cherché des pièces détachées d'origine du



« La musique et les voitures
forment un duo fantastique.
Elles sont faites pour s'entendre »



« Quand je suis bloqué et que je n'arrive plus à avancer, je me tourne vers mes amis pour trouver un nouveau souffle et de l'inspiration – ensuite, je peux repartir »

millésime du véhicule et les a trouvées en Espagne, à Abou Dhabi et au Japon. Il compare cette quête à la création du parfait sample : « C'est comme dénicher des vinyles rares. J'adore chercher quelque chose, comme pour un sample. » Francis Esteban prend soin de sa voiture comme il le ferait d'une œuvre musicale inestimable dont il souhaite ressentir, comprendre et préserver l'essence. L'un des rares éléments de sa SL ne provenant pas du modèle d'origine est, sans surprise, le système audio : « Je l'ai fait installer pour pouvoir écouter un morceau dès que je quitte le studio. Et, avec ses haut-parleurs parfaitement positionnés, ma Mercedes est l'endroit idéal à cet effet. »

Outre sa SL, il possède aussi une Mercedes-Benz E 55 AMG de 1999. « Je l'appelle ma voiture "neuve", car comparée à la SL, elle paraît presque futuriste, » dit-il en riant, adossé à sa SL garée dans la rue animée en face du studio. À l'intérieur, c'est comme un voyage dans le temps, disons au milieu des années 1990. Les panneaux de portière et les sièges sont recouverts du tissu à carreaux typique de l'époque, la console centrale brille de mille feux grâce à sa ronce de noyer brun rougeâtre – même le téléphone de voiture C-Netz, avec son combiné et son fil, est toujours là. « J'adore les années 1990, la musique, les voitures, le monde sans internet. » Il chérit l'ère analogique, l'expérience physique et tangible de son enfance. « Les voitures modernes sont cool, mais je préfère l'expérience plus intense des modèles anciens. Il en va de même pour la musique. »

Il démarre le moteur et roule tranquillement en direction du sud-est. Nous nous dirigeons vers l'Elysian Park, le plus ancien parc public de la ville, perché sur une colline. Dans les années 1970, c'était le lieu de rencontre des fans de *lowriders* venus exhiber leurs voitures excentriques. Aujourd'hui encore, c'est une destination prisée des automobilistes désireux d'échapper aux embouteillages. Des allées pittoresques bordées de palmiers californiens serpentent à travers le parc et au sommet de la colline, il y a une vue imprenable sur la skyline de Los Angeles. Des passants prennent des photos de la SL de Francis Esteban, et lorsqu'on lui adresse la parole, il répond toujours avec beaucoup de gentillesse, car il adore parler de sa voiture.

Les voitures ont toujours occupé une place importante dans sa vie : « Ma famille est originaire des Philippines où les voitures font partie intégrante de la culture. Mon père est un véritable passionné d'automobiles, il passait son temps à bricoler des voitures et des motos et m'emmenait à des rassemblements automobiles quand





« Turn the radio on and bump on some Sade
Eighty-five, open up the sunroof
Looking at me looking at you, what we gon' do? »
- Esta, "konnekt", 2024

j'étais petit,» se souvient-il. Il a toujours été fasciné par les voitures, « mais j'ai ressenti un véritable coup de foudre quand j'ai acheté la première voiture de mes rêves », confie-t-il.

« Ma première passion, c'était le basket, la deuxième la musique, et la troisième les voitures. » Sa relation avec son père a également évolué. « Notre lien est devenu encore plus fort qu'auparavant. Il a toujours la réponse à toutes mes questions sur les voitures. Il a même changé lui-même des boîtes de vitesses entières. Je ne sais pas comment il a acquis toutes ces connaissances. »

Francis Esteban continue de se rendre à des salons automobiles en Californie avec son père. Il est aussi un habitué du club local Cars & Coffee, qui, comme son nom l'indique, réunit des fans de voitures autour d'un café. « C'est là qu'on rencontre de vrais mordus d'automobile qui font cinq heures de route pour se retrouver entre passionnés. Je trouve ça génial, » dit-il.

« Avant de rejoindre ce club, je me consacrais presque uniquement à la musique. Je n'avais pas d'autres loisirs. » Les virées entre amis qui ont suivi ont été une aubaine. « C'est une véritable bouffée d'air frais. Je peux me détendre, me vider la tête, écouter de la musique sans avoir à en faire quelque chose. Je vais à la plage ou à la montagne en voiture, c'est de loin le meilleur moyen de se ressourcer mentalement. » Il n'y a aucun doute : « La musique et les voitures forment un duo fantastique. Elles sont faites pour s'entendre. »

Il poursuit sa route et quitte la ville par l'Angeles Crest Highway, une route également prisée des habitués de Cars & Coffee, et pour cause : les légendaires canyons qui entourent Los Angeles s'étendent devant nous, enveloppés par la lumière dorée du soleil couchant. « J'adore cette ville, je ne voudrais jamais la quitter. Enfant, nous avons beaucoup déménagé en Californie, ce qui m'a permis de découvrir de nombreuses cultures et styles musicaux différents. J'avais des amis philippins, mexicains et iraniens, ce qui a enrichi mon univers et élargi mes horizons. » Il continue de s'épanouir, tant sur le plan personnel que créatif, grâce à ses échanges avec des amis ou des gens rencontrés au club Cars & Coffee. « Quand je suis bloqué et que je n'arrive plus à avancer, je me tourne vers mes amis pour trouver un nouveau souffle et de l'inspiration - ensuite, je peux repartir. » De retour chez lui, il canalise tout cela dans sa musique : l'énergie, les émotions, et parfois même les sons de sa SL.

Continental
The Future in Motion



Votre partenaire pour des performances ultimes en hiver.

Le nouveau WinterContact 8 S.

La technologie allemande au service de la sécurité pour maîtriser toutes les conditions hivernales.



Compatible avec les véhicules électriques



Découvrez-en plus ici

F 015 LUXURY IN MOTION



Il y a un peu plus de dix ans, Mercedes-Benz osait jeter un regard audacieux vers l'avenir : son concept-car F 015 Luxury in Motion roule de manière autonome, propose un concept de sièges innovant et dialogue avec les autres usagers de la route

Texte de Sebastian Gierich

En janvier 2015, c'est la « star », la vedette incontestée du Consumer Electronics Show (CES) à Las Vegas : le F 015 Luxury in Motion. Son design futuriste monolithique attire tous les regards, avec des portes s'ouvrant des côtés opposés et l'absence de montants centraux. Avec un empattement long de plus de 3,6 mètres il offre un espace généreux à ses passagers. Quatre larges fauteuils pivotants permettent une configuration face à face pour discuter, profiter des médias interactifs ou travailler en ligne. Ceci est facilité par six écrans d'affichage harmonieusement intégrés au tableau de bord et aux panneaux arrière et latéraux.

La principale innovation est la faculté du F 015 Luxury in Motion de rouler de façon autonome. Si l'envie de reprendre les commandes se fait sentir, un volant est toujours disponible, caché comme partie intégrante du tableau de bord. Voilà comment Mercedes-Benz imaginait en 2015 la conduite automobile en 2030 : autonome et zéro émission, le F 015 étant équipé d'un groupe motopropulseur électrique à pile à combustible. En outre, le véhicule offre aux passagers de multiples possibilités de détente grâce à un grand confort de mouvement et aux nombreuses fonctions multimédias. Cette nouvelle façon de voyager offre à chaque passager la liberté d'utiliser son temps sur la route de manière plus riche et variée.

Le concept-car a toutefois encore plus à offrir : à l'aide de panneaux LED à l'avant et à l'arrière, la voiture dialogue avec le monde extérieur et les autres usagers de la route. Les LED indiquent par exemple si la F 015 roule de manière autonome (bleu) ou est commandée manuellement (blanc). Le panneau LED à l'arrière peut afficher de courts messages tels que « STOP » ou « RALENTIR » aux conducteurs des véhicules qui suivent.

De nombreuses fonctions du F 015 Luxury in Motion sont déjà une réalité, telle que la conduite hautement automatisée jusqu'à une vitesse maximale de 95 km/h sur les autoroutes allemandes. Ou encore l'accès aux services numériques du quotidien ou encore la possibilité de diffuser des films en streaming dans la voiture. Et même si toutes les idées n'atteignent pas le stade de production, des concept-cars comme le F 015 permettent de se projeter avec enthousiasme vers les innovations futures.



Visitez le Musée Mercedes-Benz à Stuttgart et découvrez les modèles les plus innovants de l'histoire de la marque :
mb4.me/museumstuttgart

Photo : Mercedes-Benz AG



COLLECTION
DONATELLA

VAN ESSER

WWW.VANESSER.COM

2000 ANVERS - SCHUTTERSHOFSTRAAT 32 - INFO: 03-236 31 84
3500 HASSELT - KAPELSTRAAT 17 - INFO: 011-22 32 50



SEASIDE COLLECTION



★★★★★ GL

GRAND HOTEL RESIDENCIA
Maspalomas, Gran Canaria

 LEADING
HOTELS®



POURQUOI NE PAS CHOISIR L'EXCELLENCE?



★★★★★

PALM BEACH
Maspalomas, Gran Canaria

 A MEMBER OF
DESIGN HOTELS



Seaside Hotels S. L., Avda. de Moya 8, E-35100 Playa de Inglés, Gran Canaria
Tel.: +34 928 063200, reservas@seaside-collection.es, www.seaside-collection.com