



Mercedes-Benz

Informacja prasowa

17 września 2026 r.

„I am Mercedes”: nowy damski zapach Mercedes-Benz – hołd dla silnych kobiet

- „I am Mercedes” ucieleśnia ducha pewnych siebie, silnych kobiet, które odważnie kroczą własną drogą
- Wielowymiarowa kompozycja zapachowa łączy nuty kwiatu pomarańczy, bergamotki oraz jaśminu z akcentami drzewnymi i piżmowymi
- Flakon z diamentowym szlifem stanowi świeżą, subtelną interpretację gwiazdy Mercedes-Benz

Stuttgart. Historia mobilności to także opowieść o niezwykłych kobietach. Ich odwaga i determinacja wywarły trwały wpływ na dziedzictwo marki Mercedes-Benz. Mercedes Jellinek dała marce swoje imię, a Bertha Benz w sierpniu 1888 r. odbyła pierwszą daleką podróż samochodem, jadąc z Mannheim do Pforzheim. Nowy zapach „I am Mercedes” stanowi hołd dla tych odważnych pionierek, które śmiało wyznaczają własną drogę.

Zapach, który promieniuje kobiecością

„I am Mercedes” to wielowymiarowa kompozycja z nutami kwiatu pomarańczy, stworzona przez mistrzynię perfumiarstwa Sophie Labbé. Zapach otwiera się świeżymi nutami neroli, wzbogaconymi akcentem bergamotki oraz różowego pieprzu. Kwiatowe serce kompozycji skupia się wokół białych kwiatów: muśnięty słońcem kwiat pomarańczy łączy się z jaśminem i jagodlinem wonnym (ylang-ylang). Tak powstaje nowoczesny bukiet, który emanuje świetlistą kobiecością. Bazę zapachu buduje bogata wanilia, otulona ciepłymi nutami drzewnymi i delikatnym piżmem, co pozwala wydobyć jej luksusowe, bursztynowe oblicze.

Klejnót o wielu obliczach

Szklany flakon o diamentowym szlifie, z elegancko zaprojektowanym centralnym elementem, stanowi subtelną reinterpretację trójamiennej gwiazdy Mercedes. Łososioworóżowy odcień płynu nadaje flakonowi zmysłowy charakter. Metalizowane, różowe zamknięcie zdobi kultowa gwiazda, a na szyjce flakonu widnieje napis „I am Mercedes”, wykonany czcionką stylizowaną na odręczne pismo.

Kampania: zapach jako towarzysz podróży

Wprowadzeniu zapachu na rynek będzie towarzyszyć kampania podkreślająca jego różne oblicza. Pewna siebie bohaterka prowadzi Mercedesa 280 SL „Pagoda” z 1968 r. – samochód, który ucieleśnia wolność i elegancję. Zapach „I am Mercedes” staje się jej towarzyszem podróży. Kampania ukazuje flakon jako świadomie wybrany atrybut i wyraz osobistego stylu.

Nowy zapach jest dostępny jako woda perfumowana (Eau de Parfum), w trzech pojemnościach:

I AM MERCEDES Eau de Parfum 100 ml

I AM MERCEDES Eau de Parfum 50 ml

I AM MERCEDES Eau de Parfum 30 ml

Informacje na temat Give Back Beauty (GBB)

Wprowadzając na rynek nowy zapach „I am Mercedes”, marki Mercedes-Benz i GBB kontynuują pomyślną współpracę licencyjną. Od 2011 r. powstało już wiele linii zapachowych Mercedes-Benz, w tym trylogia zapachów Mercedes-AMG (2023 r.) oraz obejmująca sześć kompozycji kolekcja sygnowana przez Maybacha (2024 r.). Wszystkie zapachy tworzą mistrzowie perfumiarstwa, którzy poszczególne składniki dobierają z najwyższą starannością oraz z uwzględnieniem wartości i DNA każdej z marek. Istotną wagę przywiązuje się również do odpowiedzialności etycznej i dbałości o środowisko.

Kontakt dla mediów:

Błażej Buliński, PR Manager Mercedes-Benz Cars, Mercedes-Benz Polska

tel. +48 666 977 403, e-mail: blazej.bulinski@mercedes-benz.com

<https://media.mercedes-benz.pl/>

Jubileuszowy rok Mercedes-Benz – „140 lat innowacji”

Odkąd w 1886 roku Carl Benz złożył patent na swojego trójkołowca, a niedługo później Gottlieb Daimler zbudował pierwszy zmotoryzowany powóz, Mercedes-Benz nieustannie rozwija kolejne pionierskie rozwiązania i dąży do tworzenia najbardziej pożądanych samochodów świata. Ta ambicja napędza każdą kolejną innowację – od pierwszych automobili po największą w historii firmy ofensywę modelową, która właśnie trwa. Dzięki pasji do przełomowych osiągnięć i doskonałości oraz nieprzerwanemu zaangażowaniu w obsługę klienta marka konsekwentnie kształtuje przyszłość mobilności. Rezultat wykracza daleko poza osiągnięcia inżynierskie – tworzy niepowtarzalne uczucie, które towarzyszy wszystkiemu, co robi Mercedes-Benz: „Welcome home”.

Mercedes-Benz świętuje 140 lat innowacji, wysyłając trzy nowe limuzyny Klasy S w transkontynentalną podróż do 140 lokalizacji na całym świecie. Każde miejsce podkreśla technologiczne dziedzictwo, pionierskiego ducha oraz globalną obecność marki. Po drodze klienci, fani i współpracownicy będą mogli dołączyć do obchodów – w epickiej przygodzie, która potrwa do października br. Podróż „140 YEARS. 140 PLACES” przez sześć kontynentów można śledzić w naszym specjalnym serwisie [„140 lat innowacji | Mercedes-Benz Media”](#) oraz za pośrednictwem [społeczności Mercedes-Benz](#).

Mercedes-Benz AG w skrócie

Mercedes-Benz AG jest częścią grupy Mercedes-Benz Group AG. Łącznie na całym świecie zatrudnia około 164 000 pracowników i odpowiada za globalną działalność Mercedes-Benz Cars oraz Mercedes-Benz Vans. Prezesem zarządu Mercedes-Benz AG jest Ola Källenius. Firma koncentruje się na rozwoju, produkcji i sprzedaży samochodów osobowych i użytkowych oraz usług związanych z pojazdami. Ponadto aspiruje do bycia liderem w obszarach elektromobilności oraz samochodowego oprogramowania. Portfolio marek Mercedes-Benz Cars obejmuje markę Mercedes-Benz, a także Mercedes-AMG, Mercedes-Maybach i markę produktów Klasy G. Mercedes-Benz AG jest jednym z największych producentów samochodów osobowych klasy premium na świecie. W 2025 r. sprzedał około 2,1 miliona aut osobowych i użytkowych. W ramach obu segmentów biznesowych – Mercedes-Benz Cars oraz Mercedes-Benz Vans – nieustannie rozszerza swoją światową sieć produkcyjną, która obecnie liczy około 30 zakładów na czterech kontynentach. Przewodnią zasadą strategii Mercedes-Benz jest zrównoważony rozwój. W ten sposób firma bierze odpowiedzialność za ekonomiczne, ekologiczne i społeczne skutki swojej działalności biznesowej, uwzględniając cały łańcuch wartości.