



BUGATTI

OFFICIAL
FERRARI DEALER
CHARLES POZZI

LAMBORGHINI PARIS

PAGANI

ULTIMATE
SUPERCAR
*Garage*COMMUNIQUÉ
DE PRESSEPRÉSENTENT
LE NOUVEAU RENDEZ-VOUS
HORS-NORMES29
JANVIER01
FÉVRIER 2026PARIS
PORTE DE
VERSAILLES
PAVILLON 4

EN COLOCALISATION AVEC RÉTROMOBILE

ULTIMATE SUPERCAR GARAGE : LA HAUTE COUTURE AUTOMOBILE S'INSTALLE À PARIS

Paris, le 16.12.2025. Porté par une croissance annuelle moyenne de 8,5 %¹ jusqu'en 2033, le marché des supercars accélère fortement. Si 39 %² des membres de la Génération Z envisagent l'achat d'un véhicule de luxe, surtout dans le segment premium, l'ultra-luxe reste exclusif mais progresse. Hyperconnectée et attirée par les expériences rares, la Gen Z redéfinit les codes du prestige automobile et pourrait représenter 60 %² de la clientèle premium dès 2025, transformant durablement le marché des voitures d'exception.



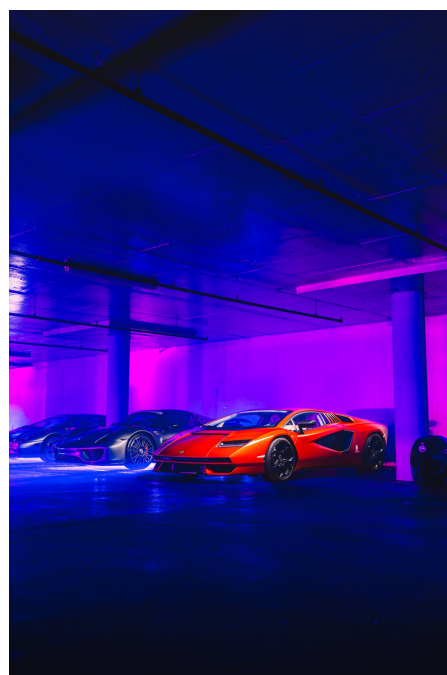
©Jasper Geys

MARKETING DE LA RARETÉ & ULTRA-PERSONNALISATION : LES NOUVELLES TENDANCES DU TRÈS HAUT DE GAMME

Le secteur se recentre sur l'ultra-personnalisation, les nouveaux matériaux innovants et les performances extrêmes. Des programmes comme BOTTEGAFUORISERIE (Alfa Romeo/Maserati) ou Bugatti Solitaire illustrent cette quête de créations uniques.

Pour illustrer ce phénomène, le propriétaire de la Bugatti Brouillard, premier exemplaire du programme Bugatti Solitaire produit à Molsheim en août dernier, aurait payé entre 10 et 15 M€. Un montant deux à trois fois supérieur au prix d'une Bugatti Mistral équipée de la même motorisation.

Même constat chez la célèbre marque italienne au cheval cabré. Une Ferrari Daytona SP3 « Taylor made » a atteint le prix record de 26M€ lors d'une vente aux enchères durant la Monterey Car Week.



©SOC

L'Ultimate Supercar Garage proposera un casting digne d'un rêve avec **un plateau jamais réuni en France**, réunissant notamment Bugatti, Ferrari (Charles Pozzi), Aston Martin, Pagani Automobili, Lamborghini Paris via Car Lovers, Alfa Romeo, Maserati, Bentley, Lotus, et d'autres marques qui seront dévoilées prochainement.

Au cœur de l'Ultimate Supercar Garage, une **scène Live** proposera chaque jour :

- des présentations en première mondiale,
- des interventions autour des innovations les plus récentes,
- la présence des chefs designers des constructeurs, venus expliquer les partis pris esthétiques et les avancées en matériaux,
- des échanges avec le public autour du futur du design automobile et de la performance.

Un dispositif pensé pour créer un lien direct entre les marques, les passionnés, les collectionneurs et la nouvelle génération de supercar enthusiastes.

RÉSEAUX SOCIAUX, CAR SPOTTING ET GAMING : LES NOUVEAUX MOTEURS D'INFLUENCE

TikTok, Instagram et YouTube façonnent la désirabilité supercar, amplifiée par des créateurs de contenu suivis par des millions de fans. Cette exposition peut générer +30 à +50 %³ de demandes d'essais.

Le car spotting est devenu un phénomène culturel majeur : des communautés de milliers de passionnés se créent sur les réseaux sociaux et documentent chaque jour les modèles les plus rares. Véritable chasse au trésor urbaine, les car spotters arpentent quotidiennement les quartiers prestigieux pour photographier des modèles d'exception à l'image de nos ambassadeurs comme Thomas Mintz (@worldsupercars) ou Victor Jennes (@ledriviste), véritables références de la scène internationale.

Le gaming joue aussi un rôle clé : 72 %⁴ des joueurs estiment que les jeux influencent leur perception des marques, renforçant le lien émotionnel avec certains modèles. L'univers du gaming a également démocratisé l'accès aux supercars pour des millions de joueurs. Des franchises légendaires comme Gran Turismo, Forza Motorsport et Need for Speed ont créé un pont entre le rêve et la réalité, permettant aux passionnés de piloter virtuellement des modèles uniques.



©Rétromobile



©Rétromobile

Cette omniprésence crée un nouveau rapport au luxe automobile : les supercars ne sont plus seulement des objets de désir lointains, mais des éléments tangibles d'une pop culture internationale. Elles incarnent la performance, l'exclusivité et la liberté et cela pour toutes les générations.

LA NOUVELLE SCÈNE DE LA HAUTE COUTURE AUTOMOBILE MODERNE

Élaboré comme un écrin immersif, véritable temple du prestige automobile, l'Ultimate Supercar Garage incarne l'hybridation digital-réel et la modernité recherchée par les passionnés, les collectionneurs, les constructeurs et les marchands. Le salon permet aux marques de présenter innovation, design et performance au cœur d'un écosystème mêlant collectionneurs, investisseurs, influenceurs et studios de design.

Le salon s'appuie sur la puissance de Rétromobile et met également en lumière la tendance restomod, trait d'union entre patrimoine et technologies contemporaines.

Romain Grabowski, Directeur des salons Rétromobile et Ultimate Supercar Garage souligne d'ailleurs l'enjeu stratégique de cette évolution :

“ L'Ultimate Supercar Garage constitue pour les marques un espace où design, innovation et héritage peuvent s'exprimer simultanément. Le salon répond aux attentes d'un marché en mutation, où l'engagement digital s'articule désormais avec l'expérience physique. ”

¹ Cognitive MarketResearch

² Statista

³ Rapport « 11 Simple Ways to Boost Test Drive Bookings in 2025 » de WiserNotify

⁴ Rapport « The Impact of Video Games on the Car Industry »

ULTIMATE SUPERCAR GARAGE

DU 29 JANVIER AU 1er FÉVRIER 2026 - PARIS EXPO PORTE DE VERSAILLES
(29 JANVIER JOURNÉE PRESSE ET PROFESSIONNELLE – OUVERTURE AU PUBLIC DU 30 JANVIER AU 1ER FÉVRIER 2026)

Les billets sont disponibles dès maintenant sur : <https://www.ultimate-supercar-garage.com/fr-FR/billetterie>

Contacts presse Peter & Associés - +33 1 42 59 73 40

Solène Bouchut – sbouchut@peter.fr - +33 6 31 60 44 24

Pauline Broustal – pbroustal@peter.fr - + 33 6 25 42 84 86

À propos de Comexposium

Comexposium est l'un des leaders mondiaux d'organisation d'événements professionnels et grand public, organisant des événements B2B et B2C dans le monde entier et couvrant de nombreux secteurs d'activité comme l'agriculture, la construction, la mode, le retail, la santé, les loisirs, l'immobilier, l'agroalimentaire, la sécurité, l'éducation, le tourisme et les comités d'entreprise. Présent dans plus de 30 pays, Comexposium accueille annuellement plus de 3,5 millions de visiteurs et 48 000 exposants. Avec un siège basé en France, Comexposium dispose d'un réseau commercial et de collaborateurs présents dans 20 pays.