

## Με νέα εταιρική ταυτότητα και λογότυπο η Citroën

2022/09/30 16:14 στην κατηγορία ΕΤΑΙΡΙΚΑ ΝΕΑ

Η Citroën αποκαλύπτει τη νέα εταιρική ταυτότητα και το νέο της λογότυπο, σηματοδοτώντας μια τολμηρή, συναρπαστική και δυναμική νέα εποχή για τη μάρκα με τα 103 ενδιαφέροντα και πλούσια χρόνια ιστορίας.

Μια νέα εποχή που η Citroën βρίσκεται σε εξέλιξη, καθώς επιταχύνει την αποστολή της, να κάνει την ηλεκτρική βιώσιμη κινητικότητα προσβάσιμη σε όλους και επεκτείνει το βασικό της DNA για προσιτές τιμές.

**Η νέα εμφάνιση αποτελεί μια νέα ερμηνεία του αρχικού λογότυπου**, το οποίο είχε υιοθετηθεί για πρώτη φορά από τον ιδρυτή André Citroën και ήταν εμπνευσμένο από την επιτυχία της πρώτης του εταιρείας μεταλλουργίας, η οποία παρήγαγε συστήματα γραναζιών «ψαροκόκαλου». Η γνώριμη και τεχνική αναφορά “deux chevrons” παραμένει στο επίκεντρο της ταυτότητας της Citroën από τότε.

Η κομψή νέα εμφάνιση του εμβλήματος παρουσιάζει την εξέλιξη της μάρκας και θα κάνει το ντεμπούτο της σε λίγες ημέρες, σε ένα σημαντικό πρωτότυπο οικογενειακού Citroën. Στη συνέχεια, η νέα εμφάνιση του λογότυπου, θα βρεθεί στη μελλοντική παραγωγή και τα πρωτότυπα οχήματα Citroën, από τα μέσα του 2023 και ύστερα. Το εμφανές, ενισχυμένο κατακόρυφο οβάλ πλαίσιο, θα εισαγάγει μια νέα κατεύθυνση στη σχεδιαστική γλώσσα στην οποία το οπτικά εμφανές σήμα θα γίνει άμεσα αναγνωρίσιμο στοιχείο υπογραφής όλων των μοντέλων της Citroën.

Συμπληρωματικά του νέου λογότυπου, έρχεται και το νέο πρόγραμμα εταιρικής ταυτότητας μαζί με την παρουσίαση της νέας εταιρικής υπογραφής, η οποία **υπόσχεται “Nothing Moves Us Like Citroën”**.

Ο διευθύνων σύμβουλος της Citroën, Vincent Cobée, δήλωσε: «Καθώς ξεκινάμε πιθανώς το πιο συναρπαστικό κεφάλαιο στη λαμπρή ιστορία των 103 χρόνων μας, είναι η κατάλληλη στιγμή για τη Citroën να υιοθετήσει μια μοντέρνα νέα εμφάνιση. Η νέα μας ταυτότητα είναι ένα κομψό σύμβολο προόδου, καθώς μετακινούμε τους πελάτες μας με τολμηρά, στραμμένα προς το μέλλον, οχήματα που αμφισβητούν τους παραδοσιακούς κανόνες της βιομηχανίας και διασφαλίζοντας συναισθηματικά πως ολόκληρη η εμπειρία τους -και ιδιαίτερα η ηλεκτρική μετακίνηση- είναι πιο προσιτή, άνετη και ευχάριστη και μπορεί να καλύψει κάθε τους ανάγκη. Η κληρονομιά μας να εμπνέουμε τους καταναλωτές με τολμηρά και επαναστατικά οχήματα, μας δίνει

ενέργεια να υιοθετήσουμε μια διαφορετική, πιο περιεκτική προσέγγιση στη μελλοντική κινητικότητα που θα αφορά τις οικογένειες και πιστεύουμε ακράδαντα ότι οι πελάτες στο παρελθόν, το παρόν και το μέλλον θα συμφωνήσουν ότι τίποτα δεν μας κινεί όπως η Citroën».

## Νέο αλλά γνώριμο

Κεντρικό στοιχείο της ταυτότητας της μάρκας, είναι η εξέλιξη του παγκοσμίου φήμης συμβόλου της Citroën “deux chevrons” –**η 12η σημαντική ανανέωση του λογότυπου Citroën από τη δημιουργία της εταιρείας το 1919**– και διαθέτει μεγαλύτερα και πιο ευδιάκριτα chevron, που κάνουν αντίθεση με το φόντο και το κατακόρυφο οβάλ πλαίσιο.

Είναι αξιοσημείωτο ότι το πιο εμφανές, ενισχυμένο κατακόρυφο οβάλ πλαίσιο θα ξεκινήσει μια νέα κατεύθυνση στη γλώσσα σχεδιασμού προϊόντων, στην οποία το οπτικά εμφανές σήμα της εταιρείας, θα γίνει άμεσα αναγνωρίσιμο στοιχείο υπογραφής όλων των μοντέλων της Citroën.

Ο σχεδιαστής του Brand της Citroën για όλο τον κόσμο, Alexandre Revert, υποστήριξε: «Καθώς εστιάζουμε στο μέλλον, είναι λογικό να κλείσουμε τον κύκλο επιστρέφοντας γραφικά στο πρώτο λογότυπο του André Citroën, που αντιπροσώπευε τη γνήσια υπόσχεση για προσιτή και καινοτόμο κινητικότητα για όλους. Προοδευτικά, η μετάβαση σε μια πιο εξέχουσα και ορατή υπογραφή της επωνυμίας για τα μελλοντικά μας σχέδια, είναι μια σημαντική αν και “λεπτή” εξέλιξη, όπου η ακρίβεια των τεχνικών λειτουργικών chevrons, αγκαλιάζεται και έρχεται σε αντίθεση με τη ζεστασιά και τη σχεδόν ανθρώπινη απαλότητα του οβάλ που τα περιβάλλει».

Η υποστήριξη του νέου κάθετου οβάλ λογότυπου είναι ένα **φρέσκο και ολοκληρωμένο πρόγραμμα εταιρικής ταυτότητας** που λειτουργεί ως μια επιπλέον έγκαιρη ένδειξη του τρόπου με τον οποίο η Citroën επιταχύνει τη δέσμευσή της να κάνει την ηλεκτρική βιώσιμη κινητικότητα προσβάσιμη για όλους, διατηρώντας και επεκτείνοντας το βασικό DNA της για προσβασιμότητα, τόλμη και ευημερία του συνόλου των πελατών της.

Η άνετη και οικεία φιλοσοφία του εσωτερικού χώρου στα καταστήματα λιανικής πώλησης και στις εκθέσεις “La Maison Citroën”, θα συνεχίσει επίσης να βελτιώνεται, καθώς έχει αποδειχθεί δημοφιλής στους πελάτες σε όλη την Ευρώπη, αλλά και στη χώρα μας. Αυτό θα γίνει στο πλαίσιο της επέκτασης της νέας εταιρικής ταυτότητας, που περιλαμβάνει τόσο το ψηφιακό περιβάλλον και τη χρήση του νέου λογότυπου πάνω και μέσα στα οχήματα, όσο και στο merchandising και την τεκμηρίωση, αλλά και τη σήμανση αντιπροσωπειών και εταιρικών κτιρίων. Η χαρακτηριστική νέα σήμανση, θα εξοικονομεί ενέργεια, ενώ θα είναι ακόμα πιο φιλική στο περιβάλλον,

καθώς είναι απαλλαγμένη από χρώμιο προκειμένου να είναι σε μεγαλύτερο ποσοστό ανακυκλώσιμη.

Μια φρέσκια, απλοποιημένη χρωματική παλέτα και νέα γράμματα που αναπτύχθηκαν από τις τρέχουσες ιδιότητες γραμματοσειρές της Citroën θα συμπληρώσουν το λογότυπο και θα ενισχύσουν περαιτέρω τη νέα ταυτότητα της μάρκας. Ενώ το λευκό και το ανοιχτό γκρι παρέχουν μια βάση γαλήνης και ελαφρότητας, δύο χαρακτηριστικά χρώματα θα εισαχθούν ως σημεία στίξης για να κάνουν αντίθεση και θα εφαρμοστούν σε λεπτομέρειες και συγκεκριμένες περιοχές. Εμπνευσμένο από ένα κληρονομικά σημαντικό χρώμα για τη Citroën, το οποίο έχει χρησιμοποιηθεί σε εμβληματικά αυτοκίνητα κατά τη διάρκεια της ιστορίας της εταιρείας, συμπεριλαμβανομένων των 2CV, το Monte Carlo Blue θα είναι μια ευπρόσδεκτη επιστροφή στα διαθέσιμα χρώματα των αυτοκινήτων. Επιπλέον, ένα πιο ζωηρό υπέρυθρο θα αντικαταστήσει το κόκκινο που χρησιμοποιείται σήμερα για να προσθέσει ισορροπία και δυναμική αντίθεση σε έντυπες και ψηφιακές εφαρμογές.

Το εξελικτικό λογότυπο της νέας μάρκας και η εταιρική ταυτότητα της Citroën συνδυάζονται με την υπογραφή “Nothing Moves Us Like Citroën” για να τονίσουν την **επερχόμενη επανάσταση στην προσέγγιση της μάρκας για μελλοντικές προσβάσιμες λύσεις μετακίνησης** και τη δέσμευσή της για υπηρεσίες πελατών χωρίς άγχος. Η νέα υπογραφή της μάρκας -“Nothing Moves Us Like Citroën”- θα αρχίσει να χρησιμοποιείται επιλεκτικά σε εταιρικές και προϊόντικές επικοινωνίες και δραστηριότητες. Τα πρώτα φυσικά στοιχεία αυτού θα διερευνηθούν σε ένα σημαντικό εννοιολογικό οικογενειακό όχημα, το οποίο θα φέρει τη νέα ταυτότητα και θα αποκαλυφθεί από τη Citroën σε λίγες ημέρες.

Ο Laurent Barria, επικεφαλής του τμήματος Marketing και Επικοινωνίας της Citroën, λέει: «Αγκαλιάζοντας τις ρίζες μας και ερμηνεύοντας εκ νέου την ταυτότητά μας με σύγχρονο τρόπο, στέλνουμε ένα σαφές μήνυμα σε όλους, ότι ενώ παραμένουμε πιστοί στο DNA της μάρκας μας, τα πράγματα αλλάζουν σημαντικά στη Citroën. Συνεχίζουμε να βλέπουμε τα πράγματα διαφορετικά, κατά την προσπάθεια της δημιουργίας τολμηρών λύσεων, στην αποστολή μας να δημιουργήσουμε τολμηρές λύσεις που κάνουν την ηλεκτρική βιώσιμη κινητικότητα πιο προσιτή. Είμαστε αποφασισμένοι να αποδείξουμε στους πελάτες μας, αλλά και στους εαυτούς μας, ότι κανείς και τίποτα δεν μας παρακινεί όπως η Citroën, καθώς επεκτείνουμε τη συναισθηματική ευεξία που βιώνουμε μέσα στο αυτοκίνητο και έξω από αυτό, σε κάθε παράμετρο του ταξιδιού. Απαιτείται επαναστατική σκέψη σε ό,τι κάνουμε, από τα καινοτόμα οχήματα που δημιουργούμε έως τις περιεκτικές, υπεύθυνες υπηρεσίες που παρέχουμε. Εκφράζουμε και υποστηρίζουμε τη μοναδική μας προσέγγιση. Αυτό ακριβώς υποσχόμαστε να κάνουμε και σήμερα».