

25. VELJAČE, PEUGEOT LAV RIČE GLASNIJE

Najstarija automobilska marka na svijetu, koja je još uvijek aktivna, novim logotipom iznova potvrđuje svoju osobnost i karakter. Time ispisuje novu stranicu svoje povijesti.





25. veljače 2021.

INFORMACIJA ZA NOVINARE

25. VELJAČE 2021., PEUGEOT LAV RIČE GLASNIJE

Najstarija automobilska marka na svijetu, koja je još uvijek aktivna, novim logotipom iznova potvrđuje svoju osobnost i karakter. Time ispisuje novu stranicu svoje povijesti.



Novi identitet marke PEUGEOT

PEUGEOT 25. veljače 2021. otkriva svoj novi logotip: znak ukrašen veličanstvenom lavljom glavom.

Od 1850. PEUGEOT je promijenio deset logotipa, a svi su sadržavali simbol lava. Danas vam predstavljamo još profinjeniju, kvalitetniju i elegantniju jedanaestu verziju koju je osmislio PEUGEOT Design Lab, studio za globalni dizajn marke PEUGEOT.

Trenutačni logotip uveden je 2010. godine, a sada dobiva novo ruho kako bi se obilježio uspon Marke u višu klasu.

Nakon što je u potpunosti redizajnirao svoja vozila tijekom posljednjih 10 godina, PEUGEOT sad redizajnira i svoj logotip kako bi bio u skladu s proizvodima.

Početak 2021. godine obilježen je puštanjem u prodaju game koja će se predstaviti novim vozilom PEUGEOT 308, novom internetskom stranicom i osnivanjem grupe STELLANTIS. Sve se posložilo!

PEUGEOT je marka koja ide ukorak s vremenom. Ponekad je čak i ispred svog vremena: uvodi inovacije, predviđa promjene u ponašanju, utire put novim rješenjima za mobilnost.

PEUGEOT je prošao kroz sve revolucije: industrijsku, tehnološku, političku, društvenu, digitalnu i sada ekološku. Energetska tranzicija i mobilnost bez emisija središnji su elementi njegove strategije za održivu budućnost. Sve je to utkano u DNK marke PEUGEOT.

INFORMACIJA ZA NOVINARE



PEUGEOT



Novi identitet marke PEUGEOT

Osim toga, riječ je o marki koja je moćna i instinktivna, baš poput lava u njezinom logotipu. Sve to čini PEUGEOT bezvremenskom markom, poveznicom između jučer i sutra.

Već 10 godina u cijeloj gami proizvoda obavlja se izuzetan posao u pogledu uspona u višu klasu. A ovo su rezultati tog rada: nagrada „*International Van of the Year*” za najbolji furgon na međunarodnoj razini za vozilo PEUGEOT e-Expert 2021. godine i vozilo Partner 2019. godine te tri nagrade „*Car Of The Year*” za vozilo godine (PEUGEOT 308 nagrađen 2014., PEUGEOT 3008 nagrađen 2017. i PEUGEOT 208 nagrađen 2020.). Naposljetku, tu je gama električnih vozila, kako osobnih tako i gospodarskih.

Ovaj uspon u višu klasu i stvaranje veće vrijednosti sada se upotpunjuju radom na dizajnu same Marke.

Novi logotip utjelovljuje ono što je PEUGEOT stvorio jučer, ono što PEUGEOT stvara danas, ali i ono što će PEUGEOT stvoriti sutra.



Novi logotip PEUGEOT



Ovaj novi znak s likom lava oduvijek je bio simbol Marke. Ponosno predstavlja vrijednosti marke PEUGEOT.

Ovaj je logotip osmišljen da odolijeva vremenu.

To je istinsko značenje ovog znaka: prepoznatljiv, bezvremenski, univerzalni i multikulturalni znak identiteta.

To je prepoznatljiv znak, simbol pripadnosti, prepoznavanja.

Sinonim je za prestiž, samopouzdanje, dugovječnost, nasljeđe. Zahvaljujući znaku i svom novom vizualnom identitetu PEUGEOT povezuje povijest i hipermodernost.

Ovim znakom marka PEUGEOT kreće u osvajanje novih područja, ubrzava svoj rast na međunarodnoj razini, izvozi francuski stil, znanje i umijeće, kao i francusku eleganciju.

Marka PEUGEOT ispisuje novu stranicu u svojoj povijesti. Započinje novo doba.

Sada ima novu obvezu prema svojim kupcima: da vrijeme koje provode s Markom bude kvalitetno.



Novi identitet marke PEUGEOT

A novi identitet marke PEUGEOT donosi dva iskustva u jednom:

Prvo je iskustvo života u sadašnjem trenutku.

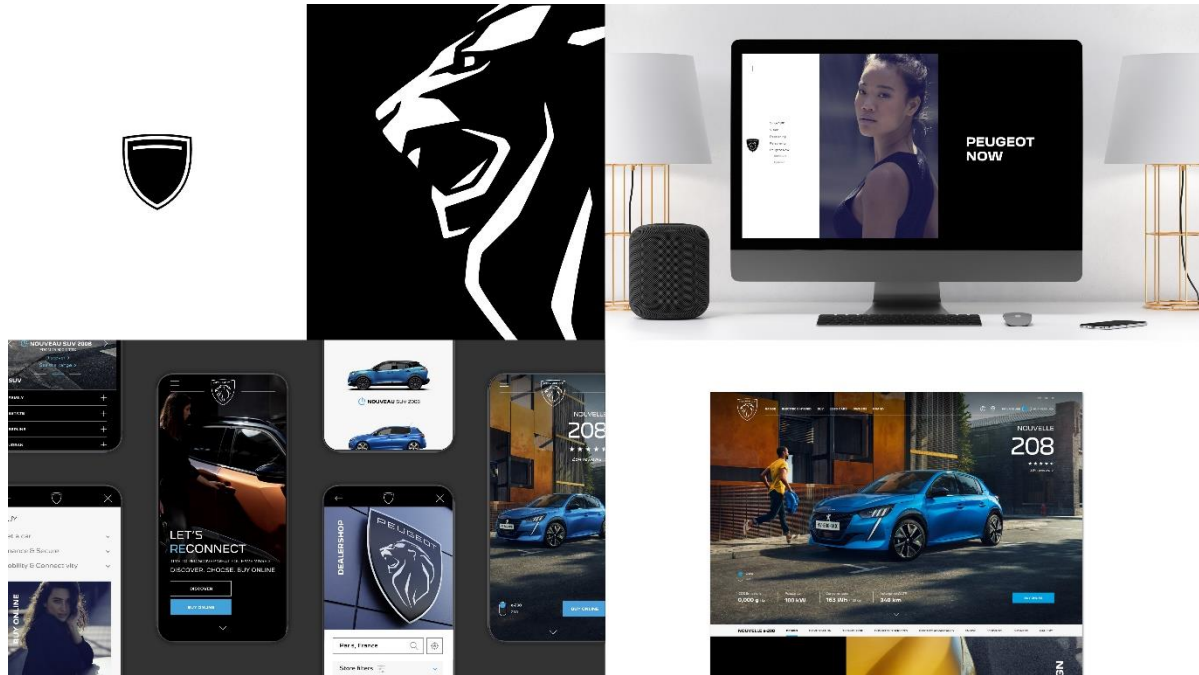
U svijetu koji je svaki danom sve užurbaniji „vrijeme“ je postalo jedno od najrjeđih i najdragocjenijih dobara.

U takvom svijetu PEUGEOT onima koji to žele pruža mogućnost istinskog uživanja u sadašnjem trenutku i uživanja u svemu što taj trenutak nudi.

Osim toga, tu je i kvaliteta cjelokupnog iskustva.

Vozila, koncesije, game proizvoda, internetske stranice, komunikacije, vizuali... Sve su to točke kontakta s markom koje su organizirane i usklađene oko jedinstvenog, koherentnog i višefunkcionalnog sustava.

Internetska stranica sad je mjesto na kojem se može doživjeti iskustvo „koncesije na internetu“, odnosno *native* oglašavanja.



Novi digitalni svijet

Stranica je jednostavna, učinkovita, intuitivna, pruža bogato vizualno iskustvo, dinamična je i „orijentirana na poslovanje“. Sve to omogućuje savršeno iskustvo postupka prodaje. Njezine funkcionalnosti omogućuju vam da putem interneta obavite sve ono što biste inače radili na prodajnom mjestu: otkrivanje ponude vozila, konfiguracija, prodaja, ugovaranje usluga, financiranje, otkup it d.

Vrijeme provedeno na stranici PEUGEOT ugodno je vrijeme provedeno na učinkovit i kvalitetan način.

Koncesija pak pruža dodatnu razinu ljudskog faktora i još snažniji fokus na vizualnim elementima i na informiranju. Cilj je konkretno doživjeti razvoj energetske tranzicije, otkriti nove oblike mobilnosti i nove tehnologije.

Vrijeme provedeno u koncesijama marke PEUGEOT kvalitetno je iskustvo koje vam pruža viziju budućnosti.

Internetska stranica i koncesije međusobno se nadopunjuju i podižu jedno drugo na višu razinu kako bi vrijeme koje provedete s markom PEUGEOT bilo zaista kvalitetno.

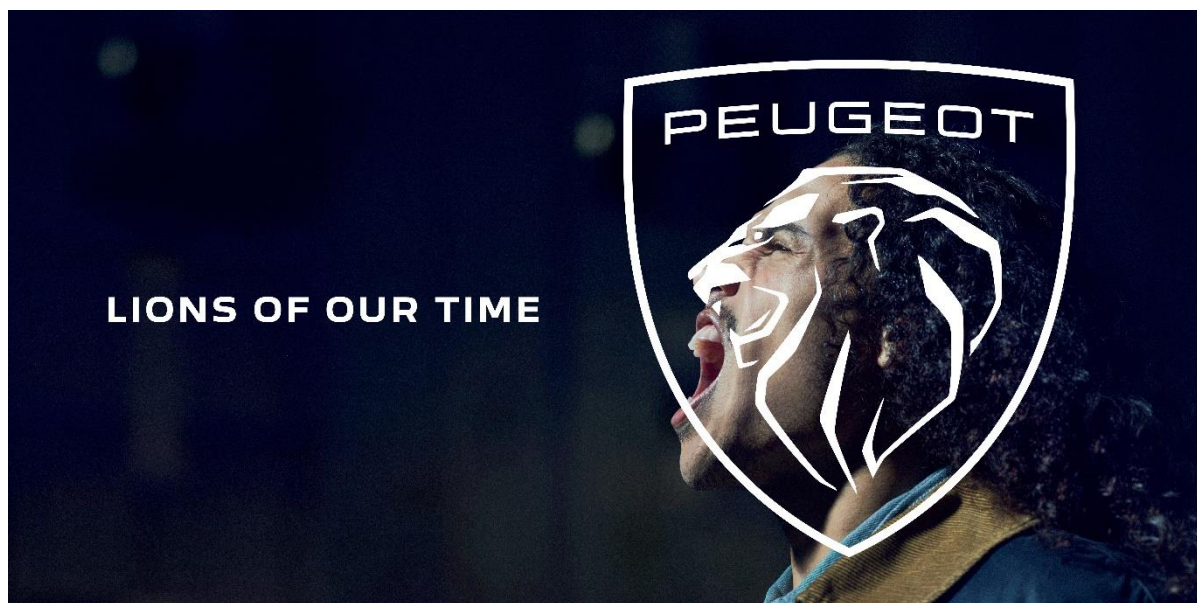




PEUGEOT pokreće svoju prvu kampanju marke u posljednjih 10 godina pod nazivom THE LIONS OF OUR TIME.

Ovom optimističnom i međunarodnom kampanjom PEUGEOT želi doprijeti do svojih kupaca, ali i onih koji to nisu. Marka zauzima novi univerzalni teritorij, a to je vrijeme. U njenom su fokusu „lavovi današnjice“, neovisno o dobnoj skupini, kulturi i porijeklu. Ti „lavovi današnjice“ nisu više toliko u potrazi za moći ili novcem, nego za načinima za kvalitetno provođenje vremena.

Kampanjom THE LIONS OF OUR TIME PEUGEOT potiče potrošače da vrate kontrolu nad svojim najdragocjenijim dobrom, a to je vrijeme. Potiče ih na to da kvalitetnije provode vrijeme i da ga obogate iskustvima. Kao prvoklasni proizvođač za masovno tržište PEUGEOT nudi svojim kupcima uvijek zanimljivo iskustvo dok provode vrijeme na njegovoj internetskoj stranici, u vozilima Marke ili na prodajnim mjestima.



Kampanja marke LIONS OF YOUR TIME

Iskustvo koje donosi marka PEUGEOT nije ograničeno na koncesije i internetsku stranicu. Dapače, Marka lansira novu kolekciju predmeta za svakodnevnu uporabu koji su jednostavni, atraktivni i visokokvalitetni: odjeća, kožna galanterija, modni dodaci, elektronički uređaji, posuđe, uredski pribor, ambalaža, minijature... Cijela paleta proizvoda PEUGEOT koji su usklađeni s novim identitetom Marke.

Ovaj grb otvara vrata nebrojenim novostima koje nisu ograničene samo na vizualni identitet Marke. One podrazumijevaju dublju promjenu. Promjena stava; novo stanje uma; novi način života.

Cilj je marke PEUGEOT ponuditi svojim sadašnjim i budućim kupcima marku koja odgovara njihovim zahtjevima. Marka PEUGEOT je bezvremenska. Ona se neprestano mijenja i razvija.



PEUGEOT



LINKOVI

Internet stranica za novinare PEUGEOT
<http://int-media.peugeot.com/fr>

O MARKI PEUGEOT

Peugeot je najpoznatiji brend na svjetskom tržištu svjetskog glasa. Vrijednosti kojima se diči su učinkovitost, stav i emocije. PEUGEOT je prisutan u gotovo 160 zemalja na više od 100 tržišta. Proizvodeći i prodavao gotovo 1 200 000 vozila. Osim proslave 210. godišnjice, PEUGEOT u 2021. predstavlja i svoj novi identitet grbom koji potvrđuje njegovu osobnost i bezvremenost. Osim kompletne game električnih izvedbi osobnih i gospodarskih vozila, PEUGEOT je razvio i novi koncept Neo Performance. 508 PEUGEOT Sport Engineered prvo je vozilo iz te nove linije učinkovitih vozila visokih performansi.

