



## **25 FEBRUARI 2021, PEUGEOT ONTHULT NIEUW LOGO EN MERKIDENTITEIT.**

De leeuw brult nog luider voor een van de  
oudste merken ter wereld.





PEUGEOT

25 februari 2021

PERSBERICHT

## 25 FEBRUARI 2021, PEUGEOT ONTHULT NIEUW LOGO EN MERKIDENTITEIT

De leeuw brult nog luider voor een van de oudste merken ter wereld.



PEUGEOT New Brand Identity

PEUGEOT loopt als merk in de pas met de tijdgeest. Een merk dat zelfs zijn tijd vooruit is door met innovatie in te spelen op mobiliteitsgedrag en zo de weg te plaveien voor nieuwe mobiliteitsoplossingen. PEUGEOT heeft alle revoluties meegemaakt: de industriële, de technologische, de politieke, de sociale, de digitale en nu ook de klimatologische. De energietransitie en emissievrije mobiliteit staan momenteel centraal in de strategie voor een duurzame toekomst. Dit alles vormt het DNA van PEUGEOT, dat nu tot uiting wordt gebracht met een nieuw merklogo, een nieuwe merkidentiteit en een nieuwe website als onderdeel van de strategie van STELLANTIS.



PEUGEOT



PEUGEOT New Brand Identity

### Upgrade in marktpositionering

PEUGEOT is een krachtig en instinctief merk en dat reflecteert zich in het embleem: de altijd aanwezige leeuw. Die maakt PEUGEOT tijdloos en is de schakel tussen het verleden en de toekomst. In de afgelopen tien jaar hebben alle modellen een upgrade naar een hogere marktpositionering gemaakt. En niet zonder resultaat: na de PEUGEOT Partner in 2019 werd de PEUGEOT e-Expert in 2021 uitgeroepen tot 'International Van of the Year', terwijl het merk drie 'Car Of The Year'-titels in de wacht sleepte (PEUGEOT 308 in 2014, PEUGEOT 3008 in 2017 en PEUGEOT 208 in 2020). Bovendien is er een uitgebreid aanbod van geëlektrificeerde personenauto's en bedrijfswagens.

Deze upgrade in marktpositionering krijgt nu zijn weerslag in het design van het embleem. Het nieuwe merklogo belichaamt wat PEUGEOT betekende in het verleden, wat PEUGEOT betekent in het heden en waarvoor PEUGEOT staat in de toekomst. Het nieuwe embleem in de vorm van een familiewapen met de beeltenis van een leeuw, die altijd al elk logo heeft gekenmerkt, straalt op trotse wijze de waarden van het merk uit.



The new PEUGEOT logo

PEUGEOT Nederland N.V.  
Lemelerbergweg 12, 1101 AJ Amsterdam

PERSBERICHT



**PEUGEOT**

Het nieuwe merkembleem is tijdloos, universeel en een multiculturele uiting van identiteit. Het is een gedistingeerd symbool van erbij horen en herkenning.

Het is synoniem voor prestige, vertrouwen, eeuwigheidswaarde en afkomst.

Hiermee en met zijn nieuwe visuele identiteit verbindt PEUGEOT verleden met hypermodernisme.

Met het merklogo in de vorm van een wapen geeft PEUGEOT aan dat het klaar is om de klauwen uit te slaan en te groeien op een groter internationaal podium.

Dat het merk klaar is om de Franse stijl en know-how samen met Franse elegance in meer landen over het voetlicht te tillen.



PEUGEOT New Brand Identity

### **PEUGEOT begint aan een nieuw hoofdstuk in zijn bestaan**

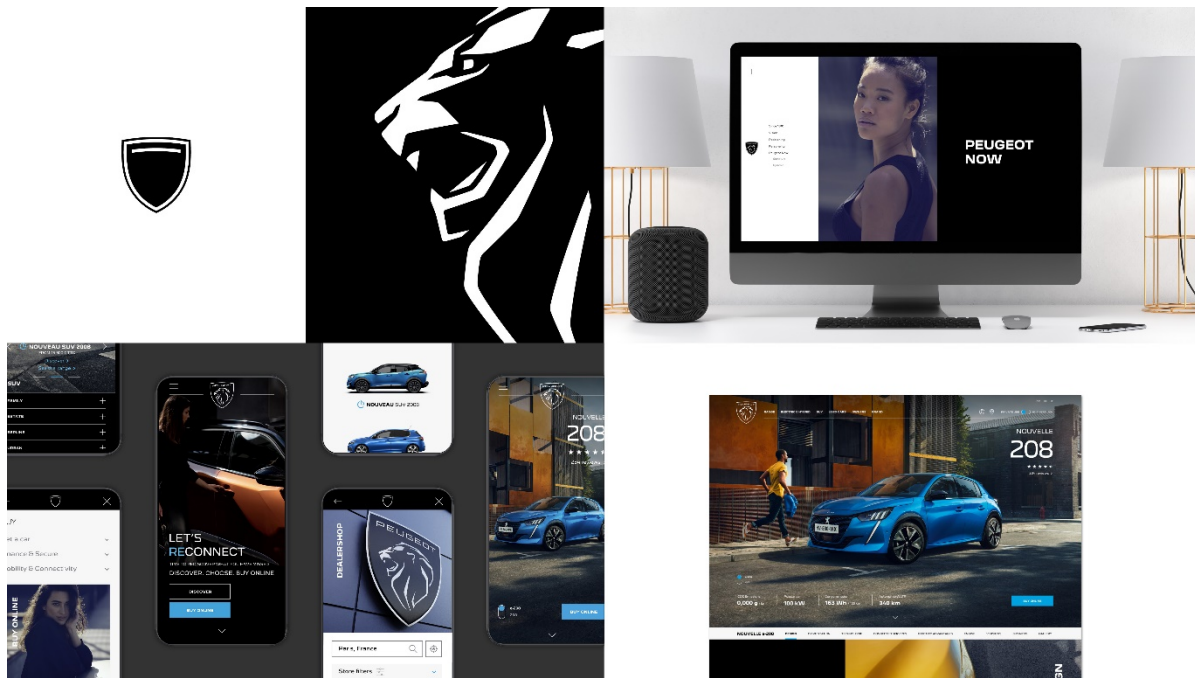
De toewijding aan de klanten is vernieuwd: kwantiteit van tijd omzetten in kwaliteit van tijd. De nieuwe PEUGEOT identiteit is op twee gedachten gebaseerd:

#### **Het leven in het hier en nu.**

In een wereld waarin alles steeds sneller gaat, is 'tijd' een schaars maar waardevol goed voor menig klant. PEUGEOT biedt de mogelijkheid om volop van het huidige moment te genieten en van de voordelen te profiteren.

#### **Het betekent ook totale kwaliteitsbeleving.**

Voertuigen, dealers, aanverwante producten, websites, communicatie-uitingen, signalisatie... Ze vertegenwoordigen allemaal contacten met het merk waarvoor een eenduidige, coherente en crossfunctionele systematiek nodig is.



New digital world

Wat de website betreft: deze is nu onderdeel van een 'online'-ervaring, waar online kopen de norm is. Simpel, effectief, onderhoudend, visueel aantrekkelijk, dynamisch en business-geïntereerd – de website biedt een perfecte koopbeleving en -omgeving. Alles is hier mogelijk wat normaal gesproken alleen fysiek mogelijk is bij de dealer: ontdekken, configureren, kopen, overeenkomsten afsluiten, financieren, inruilen etc.

De tijd die klanten online doorbrengen met PEUGEOT is nuttig en efficiënt en in hoge mate plezierig.

Wat de dealer betreft: dat wordt de plek voor een meer menselijke, meer visuele en meer leerzame ervaring. Het doel is de versnelde energietransitie meer te concretiseren en te ervaren. De dealer moet een podium zijn voor nieuwe mobiliteitsopties en technologie.

De doorgebrachte tijd bij een PEUGEOT-dealer is kwalitatief van toegevoegde waarde als bezoekers daar een beeld krijgen van de toekomst van mobiliteit.

De website en de fysieke omgeving bij de dealers vullen elkaar dan aan, want tijd telt L3: PEUGEOT





PEUGEOT

Eerst merkcampagne in tien jaar bij PEUGEOT: THE LIONS OF OUR TIME.

Met een nieuwe internationale merkcampagne wil PEUGEOT zowel bestaande als nieuwe klanten boeien. Het merk betreedt een ander universum: tijd. Het is een ode aan de leeuwen van vandaag, van alle tijden, alle culturen en achtergronden. De klanten zijn THE LIONS OF OUR TIME, die niet alleen oog hebben voor prestaties en prijzen, maar ook op zoek zijn naar 'quality time'.

De campagne THE LIONS OF OUR TIME is gericht op het belangrijkste bezit van klanten: hun tijd. Als innovatief, hoogwaardig merk wil PEUGEOT de ervaring online, in



LIONS OF YOUR TIME brand campaign

Doordat de beleving van PEUGEOT niet louter beperkt is tot het bezoek aan een website of dealer, komt er ook een nieuwe lifestyle collectie met attractieve en kwalitatief hoogwaardige artikelen: kleding, mode-accessoires, elektronica, servies, verpakking en schaalmodellen. Het hele universum van PEUGEOT is straks in lijn met de nieuwe merkidentiteit.

Het nieuwe merkembleem opent de weg naar een ecosysteem dat niet alleen is gelimiteerd tot visuele identiteit. Er zitten diepere lagen achter. Het is een verandering van opvatting. Een nieuwe state of mind. Een nieuwe lifestyle.

PEUGEOT wil bestaande en nieuwe klanten meer bieden dan zij verwachten.

Het merk PEUGEOT is tijdloos. Het vindt zichzelf opnieuw uit, keer op keer.



PEUGEOT



#### CONTACT

[ellis.blase@peugeot.com](mailto:ellis.blase@peugeot.com)

#### LINKS

PEUGEOT Press website

<https://int-media.peugeot.com/>

#### OVER PEUGEOT

PEUGEOT is een creatief en wereldwijd generalistisch topmerk waarbij Excellence, Allure en Emotion hoog in het vaandel staan. Het merk is aanwezig in meer dan 160 landen met 10.000 verkooppunten en verkocht in 2020 wereldwijd bijna 1.200.000 voertuigen. In 2021, na het 210-jarig jubileum, introduceert PEUGEOT zijn nieuwe identiteit dat de persoonlijkheid en tijdloosheid van het merk benadrukt. Naast een volledige reeks elektrische personen- en bedrijfsvoertuigen heeft PEUGEOT een nieuw concept van Neo Performance ontwikkeld. De 508 PEUGEOT Sport Engineered is de eerste in deze nieuwe lijn van efficiënte en krachtige modellen.

