

2009年2月24日

シトロエン、新しいブランドロゴと戦略を発表

創業から90年、シトロエンは創業者アンドレ・シトロエンの誕生日である2月5日に、世界34カ国で同時に新しいブランド戦略を発表しました。

これは現在の変化の激しい市場の中で、シトロエンブランドをさらに強いものとし、価値を高める事によって、新しいお客様を獲得していこうというものです。

シトロエンは新たなビジュアル・アイデンティティ、新たなお客様との関係、そして新たなモデルラインアップを含む総合的なブランド戦略を始動させていきます。

新しいブランドロゴ



ジャン・ピエール・プルエ率いるシトロエン マーケティング&スタイリング チームとブランディング及び、デザインについて国際的な事業展開を行っている Landor 社との共同作業により、新しいロゴが完成しました。

新ロゴでは、四角い枠がなくなり、伝統のダブルシェブロンもより立体的になっています。この結果、開放感と力強さ、存在感が増しています。従来からの連続性を考慮し、新しいブランド名の文字には「赤」が使われていますが、色調は一新され、従来より深みを増しています。

新ブランド シグネチャ

“Créative Technologie”

創造性と技術は、変わる事のないシトロエンの強みです。

シトロエンが求めるものは、技術のための技術ではなく、お客様の利益になるような技術です。シトロエンには、既存の手法を繰り返すのではなく、自動車をゼロから見つめ直す大胆さも備わっています。ハイδροマティック・サスペンション、前輪駆動、2CV、DS等々、枚挙にいとまがありません。

この新しいブランドシグネチャは、今後あらゆるメディア、広告宣伝、印刷物等に必ず使用されます。

新しい商品戦略

昨今の多様化するニーズへの対応として、シトロエンでは新シリーズの開発を行っています。これは実用的で経済的な賢い選択を車に求めるお客様のニーズがある一方、実用的でありながらステータス性があり、その車に乗ることによって、新しい自動車体験が出来るような製品を探しているお客様がいらっしゃる、という事実を踏まえてのものです。

この要求に応えるべく新しいシリーズ、「DS」が発表されました。新シリーズを構成する3車種はBセグメント、M1セグメント、M2セグメントに属し、2010年から順次発売予定です。このDSシリーズの方向性を示すコンセプトカーとして、「DS Inside」がジュネーブショウにて発表されます。シトロエンのDNAを活かして新しい製品シリーズの位置付けを強化するため、この3つのモデルは「DS3」、「DS4」、「DS5」と呼ばれることになります。

日本での展開

現在、実行計画策定に向け鋭意作業中ですが、まずは4月中旬を目処に、出来るものから随時導入し、6月末までに導入を図っていく予定です。

拠点への導入計画は現時点では未定で、追って案内する予定です。