El León de PEUGEOT ruge más fuerte.

La marca de automóviles más antigua del mundo reafirma su personalidad y carácter con un nuevo logotipo. Comienza una nueva página en su historia.

PEUGEOT devela su nuevo logo: un escudo de armas adornado con una magnífica cabeza de león.

Desde 1850, PEUGEOT ha tenido sucesivamente 10 logotipos, todos ellos con la imagen del león como emblema. Hoy, el estudio Global Brand Desing - PEUGEOT Design Lab -, crea una undécima versión, aún más ágil, más cualitativa y más elegante.

Lanzado en 2010, el logotipo actual necesitaba cambiar para coronar la evolución de la marca por autos de alta gama

Con una renovación completa de sus vehículos durante los últimos 10 años, PEUGEOT rediseña su logo para seguir el ritmo de sus productos.

A principios de 2021, con el lanzamiento de la gama que marcará el comienzo del nuevo PEUGEOT 308, con una nueva web y con el nacimiento de STELLANTIS, los planetas se han alineados

February 25, 2021, Ciudad de México - PEUGEOT es una marca a tono con los tiempos. Incluso adelantada a su época, se mantiene al día en innovación, anticipa cambios de comportamiento y allana el camino para nuevas soluciones de movilidad.

PEUGEOT ha vivido la experiencia de todas las revoluciones: industrial, tecnológica, política, social, digital y, ahora, medioambiental - la transición energética y la movilidad cero emisiones de carbono están en el centro de su estrategia para un futuro sostenible.

Todo esto es parte del ADN de PEUGEOT

También es una marca poderosa e instintiva, como su emblema: el león.

Esto hace de PEUGEOT una marca atemporal, un vínculo entre el ayer y el mañana.

En los últimos 10 años, toda la gama de productos ha experimentado un asombroso movimiento de la marca por autos de alta gama. Y el resultado ha sido: "Van internacional del año" con PEUGEOT e-Expert en 2021 y Partner en 2019, tres premios "Car of the Year" (PEUGEOT 308 en 2014, PEUGEOT 3008, elegido en 2017 y PEUGEOT 208, en 2020). Y ahora, una gama electrificada, tanto para turismos como para vehículos comerciales ligeros.

Este movimiento a autos de alta gama y valor se está perfeccionando mediante el trabajo en el diseño de la propia marca.

Un nuevo logotipo encarna lo que PEUGEOT significó ayer, lo que PEUGEOT significa hoy y lo que PEUGEOT significará mañana.

Este nuevo escudo de armas, en la efigie del león, siempre ha acompañado a la marca. Llevando orgulloso los valores de la marca PEUGEOT.

Este logo fue diseñado para durar

Este es el significado de este escudo de armas, una forma de identidad atemporal, universal y multicultural.

Es un símbolo distintivo de pertenencia, de reconocimiento.

Es sinónimo de prestigio, confianza, longevidad y linaje. La marca y su nueva identidad visual, PEUGEOT une historia e hyper-modernidad.

Con este escudo, la marca PEUGEOT se propone conquistar nuevos territorios, acelerar su crecimiento internacional, exportando el estilo, el know-how y la elegancia francesa.

La marca PEUGEOT comienza una nueva página en su historia. Una nueva era.

Ahora tiene un nuevo compromiso con sus clientes: transformar el tiempo que pasan con la marca en tiempo de calidad

Vivir la nueva identidad de PEUGEOT es vivir dos experiencias en una:

En primer lugar, vivir el ahora.

En un mundo que gira constantemente cada vez más rápido, el "tiempo" se ha convertido en uno de los activos más raros y preciosos.

En este mundo, PEUGEOT ofrece a quienes lo deseen la oportunidad de disfrutar verdaderamente el momento presente y beneficiarse de todo lo que tiene para ofrecer.

También es vivir una experiencia de calidad global.

Vehículos, concesionarios, productos asociados, webs, comunicaciones, señalización ... son todos puntos de contacto con la marca que se configuran y alinean en torno a un sistema único, coherente y transversal.

Por su parte, el sitio web, ahora es parte de una experiencia de "tienda en línea", convirtiéndose en "venta nativa en línea".

Sencillo, eficiente, intuitivo, inmersivo, ultra visual, dinámico y "orientado al negocio", ofrece un proceso de venta perfectamente fluido. Sus funcionalidades permiten hacer en línea lo que se puede hacer en el punto de venta: descubrimiento, configuración, venta, contratos, reservas, financiación, etc.

El tiempo en línea con PEUGEOT, es un tiempo de placer útil, eficaz y de alta calidad.

En cuanto al concesionario, ahora es un lugar para una experiencia aún más humana, aún más visual y aún más educativa. El objetivo es experimentar la aceleración de la transición energética en términos concretos, para descubrir nuevas opciones de movilidad y nuevas tecnologías.

El tiempo de permanencia online en los sitios de PEUGEOT, es una experiencia de alta calidad donde se puede imaginar el futuro.

Por lo tanto, el sitio web y los concesionarios se complementan y mejoran para hacer que el tiempo con PEUGEOT sea un momento de calidad.

PEUGEOT lanza su primer campaña de marca en 10 años, LOS LEONES DE NUESTRO TIEMPO.

A través de esta optimista e internacional campaña, PEUGEOT involucra tanto a sus clientes como a los que no lo son. La marca captura un nuevo territorio universal: el tiempo. Celebra a los "Leones de hoy", de todas las edades, culturas y orígenes. Estos LEONES DE NUESTRO TIEMPO, que ya no buscan tanto el poder o dinero, sino más bien están en búsqueda de tiempo de calidad.

Con la campaña LOS LEONES DE NUESTRO TIEMPO, PEUGEOT invita a los clientes para que sean dueños de su activo más valioso: su tiempo. La marca tiene como objetivo convertir el tiempo en un momento de calidad, en una experiencia enriquecedora. Como marca innovadora generalista de alta gama, PEUGEOT propone una experiencia ininterrumpida ya sea online, dentro de los vehículos y o en sus puntos de venta

Porque vivir el territorio PEUGEOT no se limita al concesionario o la web, la marca lanza una nueva colección lifestyle, sencilla, atractiva y cualitativa: ropa, accesorios, complementos de moda, complementos electrónicos, vajillas, papelería, packaging, miniaturas ... es todo un universo PEUGEOT en sintonía con su nueva identidad de marca.

Este escudo de armas abre el camino a un ecosistema de marca que no se limita solo a su identidad visual. Lleva un cambio más profundo dentro de él. Un cambio de postura; un nuevo estado de ánimo; un nuevo estilo de vida.

El objetivo de PEUGEOT es ofrecer a sus clientes actuales y futuros una marca que responda a sus necesidades.

La marca PEUGEOT es atemporal. Se está reinventando una y otra vez.

PEUGEOT

PEUGEOT es una marca generalista de alta gama creativa y global. Sus valores son Excelencia, Allure y Emoción. Presente en más de 160 países con 10.000 puntos de venta, PEUGEOT vendió cerca de 1.200.000 vehículos en todo el mundo en 2020. En 2021, después de celebrar su 210 aniversario, PEUGEOT marca el comienzo de su nueva identidad con un escudo que enfatiza su personalidad y atemporalidad. Además de una gama completa de vehículos comerciales y de pasajeros electrificados, PEUGEOT ha desarrollado un nuevo concepto de Neo Performance. El 508 PEUGEOT Sport Engineered es el primero de esta nueva línea de vehículos eficientes y de alto rendimiento.

Contacto de Prensa Peugeot México

Página de Prensa Peugeot México: <http://mx-prensa.peugeot.com>

Beatriz Rodríguez/ beatriz.rodriguez1@peugeot.com

-###-

Additional information and news from Stellantis are available at: <https://media.stellantisnorthamerica.com>