**CITROËN PRÆSENTERER NYT LOGO OG BRANDIDENTITET**

* Nyt logo og brandidentitet viser, at et spændende kapitel i Citroëns historie er på vej
* Det nye logo er en fortolkning af det ovale logo fra 1919 og er det 10. logo i Citroëns 103 år lange historie
* Logoet bliver vist for første gang på en ny konceptbil, der præsenteres i slutningen af september og vil pryde de kommende modeller fra midten af 2023

Med det nye logo tager Citroën et skridt mod en ny æra for mærket, der har som mission at gøre elektrisk mobilitet tilgængelig for alle med udgangspunkt i kerneværdierne: Vovemod, økonomisk tilgængelighed og velvære for kunderne.

**FORTIDEN MØDER FREMTIDEN**

Det nye look genfortolker det originale logo, der først blev introduceret af grundlæggeren André Citroën, inspireret af succesen med hans første metalbearbejdningsfirma, der producerede vinkelformede 'sildebens' (chevrons) gearsystemer. De to vinkler har været kernen i Citroëns identitet lige siden.

Centralt for den nye mærkeidentitet er videreudviklingen af Citroëns verdensberømte "chevrons"-symbol. Logoet består nu af bredere og mere fremstående vinkler, der er omkranset af en oval ramme. Det lodrette og mere fremtrædende ovale badge bliver et genkendelig signaturelement på fremtidige Citroën-modeller og varsler samtidig en ny designretning for Citroën.

Det nye emblem markerer Citroëns udvikling og debuterer i slutningen af september på en konceptudgave af en Citroën-familiebil. Herefter vil det nye logo gradvist pryde fremtidige Citroën produktions- og konceptbiler fra midten af 2023.

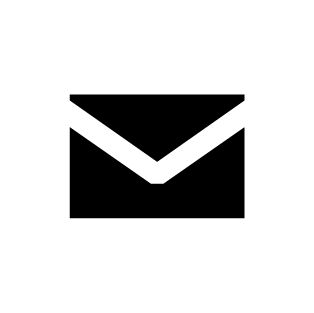
Logoet komplementeres af en ny farvepalet med to nye signaturfarver og en ny font, der tager udgangspunkt i den velkendte Citroën skrifttype. Som en hyldest til historien betyder den nye brandidentitet også et glædeligt gensyn med farven Monte Carlo blå, der er blevet brugt på ikoniske modeller som 2CV og DS, og den vil kunne ses både på kommende modeller og opleves i showrooms etc. hos forhandlerne.

Som supplement til det nye logo introduceres et nyt brand slogan, der giver kunderne dette løfte: "Nothing Moves Us Like Citroën".

Citroëns administrerende direktør Vincent Cobée fortæller: *"Når vi går i gang med et af de mest spændende kapitler i vores berømte 103-årige historie, er tiden inde til, at Citroën får et moderne og nutidigt nyt look. Vores nye identitet er et elegant symbol på fremskridt, når vi tilbyder vores kunder fremadskuende køretøjer, der udfordrer de traditionelle normer for branchen. Hele kundeoplevelsen – især ved at køre elektrisk – skal være mere overkommelig, komfortabel og behagelig. Vores arv og løfte om at inspirere forbrugere med vovede køretøjer giver os modet til at følge en anderledes, mere inkluderende tilgang til fremtidig familiemobilitet, og vi er overbevist om, at kunder i fortid, nutid og fremtid vil være enige om, at intet bevæger os som Citroën."*

Laurent Barria Head of Citroën Marketing and Communication siger: "*Ved at omfavne vores rødder og genfortolke vores identitet på en moderne måde, sender vi et klart budskab til alle, at mens vi forbliver tro mod vores brand-DNA, ændrer tingene sig dramatisk hos Citroën .*

*Vi fortsætter med at se anderledes på tingene i vores mission om at skabe nye løsninger, der gør elektrisk mobilitet mere tilgængelig, og vi er fast besluttet på at bevise over for vores kunder og os selv, at ingen og intet bevæger os som Citroën.”*



**Contact:**

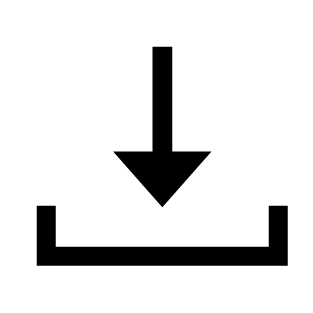
**BENJAMIN DEMOZAY**  
PRESS RELATIONS  
  
benjamin.demozay@citroen.com

TEL +33 (0)6 17 69 91 43

**Contact:**

**CLAIRE BADY**  
PRODUCT COMMUNICATION  
  
CLAIRE.bady@citroen.com

TEL +33 (0)6 22 91 05 73



**Citroën**

Since 1919, Citroën has been creating automobiles, technologies and mobility solutions to respond to changes in society. A brand of boldness and innovation, Citroën places peace of mind and well-being at the heart of its customer experience and offers a wide range of models, from the distinctive Ami, an electric mobility object designed for the city, to saloons, SUVs and commercial vehicles, most of which are available in electric or rechargeable hybrid versions. A pioneer brand in the services and attention paid to its private and professional customers, Citroën is present in 101 countries and has a network of 6,200 points of sale and service throughout the world.

For more information about Citroën, visit the media site at <https://fr-media.citroen.com>

**Download our press kit:**

<http://www.citroencommunication-echange.com>

**Username (CAPS): CBI**

**Password: CITROEN2022**