

L'histoire du logo Peugeot

Le logo est le signe de reconnaissance d'une Marque, l'expression visuelle de ses valeurs, de son histoire. Découvrez au travers de la lignée des logos Peugeot, l'histoire du constructeur.

1847Le premier lion est dessiné pour le marquage des lames de scies et des articles en acier. Il symbolise les trois qualités des lames de scies Peugeot : dureté des dents, souplesse de la lame, et vitesse de la coupe. En 1850 apparaît pour la première fois l'image du lion sur la flèche " Peugeot frères ". Apposé d'abord sur les lames de scie, ce logo sera déposé en 1858 et marquera pour longtemps, les outils fabriqués par la Marque.

1889Une année historique pour la Marque, avec la présentation du premier véhicule portant le nom de Peugeot : un tricycle, fruit de la collaboration de Léon Serpollet, le grand spécialiste de la vapeur, avec Armand Peugeot. Le lion marque encore les outils et les cycles. Il est en revanche absent des premières automobiles fabriquées de 1890 à 1905. Pour marquer ses produits, Armand Peugeot, fondateur de la société des Automobiles Peugeot, se contente du lettrage « Automobiles Peugeot » sur les calandres de radiateur. Entre 1905 et 1915, le lion de profil sur sa flèche est en revanche présent sur les voitures "Lion Peugeot" fabriquées par Peugeot Frères.

1910Suite à la fusion, en 1910, entre les activités cycles et automobiles, la société "Automobiles et Cycles Peugeot" apposera simplement le lettrage PEUGEOT à l'ancienne sur ses automobiles. Sur certains modèles, des lions « officieux » font leur apparition : le lion Baudichon (1923) et le lion Marx (1925), du nom de leurs sculpteurs, sont de véritables œuvres d'art. Il faudra attendre 1933 pour qu'un lion plus réaliste orne les capots des modèles réalisés en usine.

1948Le lion héraldique fait son apparition sur la 203. Il se redresse sur ses pattes arrières pour adopter la posture familière du lion héraldique des armes de Franche-Comté, berceau de l'entreprise.

1965Devenue une holding sous le nom de Peugeot S.A, la Marque change de logo : seule la tête du lion animalier est reprise dans un écu triangulaire. Trois ans plus tard, la tête de lion est encadrée dans un carré, formant un ensemble bloc-marque, comme le logotype d'aujourd'hui. Les calandres des voitures continuent cependant à porter le lion héraldique.

1976En 1976, une nouvelle structure, la holding PSA Peugeot-Citroën, regroupe les deux Marques Peugeot et Citroën. Le Groupe rachète ensuite Chrysler Corporation. Autant d'événements qui sont de nature à troubler l'identité de la marque Peugeot. Pour renforcer son image, Peugeot revient à son lion héraldique, avec un dessin épuré : c'est le " lion fil ". La meilleure ambassadrice de cette nouvelle identité visuelle sera la 205, commercialisée avec succès à partir de 1983.

1998L'identité visuelle de Peugeot évolue encore : les pattes, replacées sur un même plan, renforcent la puissance et l'équilibre du félin ; l'œil bleu et perçant symbolise la vision à long terme de la Marque. Le lion est maintenant plein et métallisé pour coller aux valeurs de la Marque ("valeur sûre, dynamisme, esthétique") et s'intégrer au design de ses derniers modèles.

2002Aujourd'hui baptisé « Blue Brand », le logo évolue encore pour mieux refléter les ambitions de la Marque Peugeot. Toujours plein et métallisé, il s'embellit de noir qui est joint au bleu pour marquer l'ombre portée du lion. Équilibré dans ses formes et ses proportions, le logo et la Marque automobile sont désormais indissociables : l'union fait la force.

(Source : Peugeot.com)