

Mondial de Paris 2012

SEAT inaugure son nouveau logo

- Point d'orgue de l'offensive produit avec la nouvelle SEAT Leon
- Nouveau design et nouvelle identité corporate SEAT
- 2400 professionnels de la marque réunis autour des nouveautés SEAT

Schinznach-Bad, 27.09.2012 – SEAT a dévoilé aujourd'hui son nouveau logo. La présentation officielle de la nouvelle identité corporate et du nouveau design de la marque au Salon de l'Automobile de Paris constitue le point d'orgue de la métamorphose engagée par le constructeur automobile, qui dévoile par la même occasion et en exclusivité mondiale, la nouvelle SEAT Leon. Ce modèle, qui circulera dans les rues à partir du mois de novembre, couronne une offensive produit sans précédent dans l'histoire de la marque et vient s'ajouter à l'inauguration de la Mii, à la présentation de la nouvelle Ibiza et au retour de la Toledo.

James Muir, le président de SEAT S.A., a présenté ce matin les deux nouveautés. **« Le nouveau logo est une avancée dans l'évolution de SEAT. Il reflète parfaitement les valeurs de notre marque : netteté, pureté du design, ainsi que précision et ingénierie de qualité »,** a expliqué James Muir. La Leon, star de SEAT au rendez-vous parisien de l'automobile, sera le premier modèle à arborer le nouveau logo. Selon James Muir, **« la Leon est une icône dans notre gamme et elle représente le meilleur de SEAT. Un design magnifique, une qualité incomparable, une technologie utile et un plaisir de conduire ».**



Le nouveau logo représente l'évolution continue de l'image de SEAT et fait concorder l'identité corporate et le design de la marque. Il symbolise les six valeurs de la marque : design, dynamism, young spirit, efficiency, reliability and accessibility.

Le nouvel élément visuel est composé de l'inséparable binôme composé d'un fond rouge "passion" – chaleureux et dynamique– et de l'emblème chromé caractéristique de SEAT. L'évolution du logo symbolise la transformation de SEAT, un équilibre entre la composante rationnelle et le côté plus émotionnel de la marque espagnole. Le symbole chromé, qui se caractérise par des lignes symétriques tendues, est sculpté avec précision et ancré dans la modernité, en suivant une délicate ligne d'inspiration industrielle. Son design unique met en relief l'engagement renouvelé de SEAT pour la technologie de précision et l'excellence de l'ingénierie et de l'innovation, tandis que la couleur rouge continue d'évoquer la passion de l'âme espagnole de la marque.

L'élégance et la précision du logo de SEAT trouvent leur origine dans un tracé en diagonale qui rappelle l'emblématique Avenida Diagonal de Barcelone. Cette ligne consolide la vision créative et constitue une composante essentielle de l'ADN SEAT. Elle est animée par des touches de design

AMAG Automobil- und Motoren AG, Aarauerstrasse 20, 5116 Schinznach-Bad
Téléphone: +41 56 463 98 08, Fax: +41 56 463 95 35, E-mail: seat.pr@amag.ch, www.seat.ch



espagnol : lumières chaudes, ombres prononcées, perspectives dynamiques, couleurs et joie véhiculent un nouveau style de vie hybride (rationnel-émotionnel).

Design made by SEAT

En termes d'identité corporate et de design, le logo est l'un des éléments visuels constituant la nouvelle vision de la marque. Même si l'activité principale de la marque est la production de véhicules, le design prend une importance toute particulière parmi les valeurs du constructeur et fait partie intégrante de son ADN.

Le design est l'ADN de SEAT. **« Le nouveau design du logo SEAT reflète à la perfection notre amour du détail et de la qualité. Tout en conservant l'identité de notre traditionnel « S », nous avons réduit le nombre de lignes qui le composent pour lui donner un aspect plus tridimensionnel et avons rendu le contour plus carré et plus géométrique dans son ensemble. Le résultat est un nouveau logo qui véhicule une image plus moderne, plus précise et mieux sculptée »**, affirme Alejandro Mesonero-Romanos, responsable du Design SEAT.

Dans cette optique, notons que le logo de SEAT a été conçu, développé et mis en place grâce à l'effort commun du SDC (Centre de Design SEAT) et du département Marketing-Communication de la marque, depuis la recherche et les esquisses initiales jusqu'à la version 2D du nouveau logo. De plus, le design extérieur de la nouvelle Leon a également influencé le processus de développement créatif du logo, en particulier en ce qui concerne la conceptualisation des surfaces qui s'étirent de manière liquide, en projetant une image de qualité et de précision. Le processus créatif a débuté en milieu d'année 2010 et prévoit un calendrier d'exécution progressive.

Bienvenue à l'ENJOYNEERING

L'ENJOYNEERING est la vision de la marque. Comme l'annonçait en avant-première le président de SEAT, James Muir, lors du dernier Salon de l'Automobile à Genève, **« ENJOYNEERING est le nouveau slogan de la marque espagnole, il représente les valeurs et l'ADN de la marque : précision technologique et ingénierie de qualité, associées à un design émotionnel et méditerranéen »**.

Pour SEAT, l'ENJOYNEERING est beaucoup plus qu'un simple changement de son identité corporate. Selon Christian Stein, directeur Marketing SEAT Espagne : **« L'ENJOYNEERING est présent dans tout ce que nous entreprenons chez SEAT. Depuis notre vision jusqu'à la manière dont nous dirigeons les équipes ; depuis les détails de la planche de bord de l'un de nos véhicules jusqu'aux expériences en ligne de nos clients. Entre la technologie et les émotions il n'y a qu'un pas et, chez SEAT, nous le franchissons tous les jours »**.

AMAG Automobil- und Motoren AG, Aarauerstrasse 20, 5116 Schinznach-Bad
Téléphone: +41 56 463 98 08, Fax: +41 56 463 95 35, E-mail: seat.pr@amag.ch, www.seat.ch

Le nouveau slogan est un puissant levier de changement établi par et pour toute l'entreprise. Chaque unité de référence définit de nouveaux modèles d'émotion et de défi, du modèle de voiture ou de point de vente à la simple carte de visite.

2 400 professionnels de la marque réunis à l'occasion de la présentation de la nouvelle image de SEAT

Les vendredi 28 et samedi 29 septembre, Paris accueillera 2 400 professionnels, distributeurs et importateurs venus de plus de 70 pays pour assister à la convention internationale de SEAT. Lors de cette rencontre, sans précédent dans l'histoire de la firme et réservée uniquement aux professionnels, la marque espagnole présentera à son réseau mondial la nouvelle SEAT Leon (avec présentations préalables de la famille Leon et des nouveaux modèles SC et ST), ainsi que la nouvelle SEAT Toledo. À cette occasion, elle révélera également son nouveau logo, point d'orgue du développement de sa nouvelle identité et de son nouveau design corporate. ENJOYNEERING se profile comme la nouvelle plateforme qui permettra de donner à SEAT un élan mondial.

60 ans d'émotions authentiques et de designs générationnels

Le 13 novembre 1953 le premier modèle de la compagnie, la SEAT 1400, une voiture élégante et spacieuse, qui fut très bien accueillie sur le segment des voitures de luxe, vit le jour. Depuis, SEAT a créé des expériences au volant qui ont réussi à susciter l'émotion de toutes les générations. Tandis que la SEAT 600 relayait avec enthousiasme l'esprit de liberté des années soixante ; les années quatre-vingt voyaient la naissance de l'Ibiza, une des icônes de la compagnie et première voiture 100 % SEAT, puis la Toledo (1991) et la Leon (1998) faisaient une entrée en force dans la frénésie des années quatre-vingt-dix.



Pour de plus amples informations: Karin Huber, PR SEAT
Téléphone: +41 56 463 98 08 / E-mail: karin.huber@amag.ch
www.seat.ch / www.seatpress.ch

AMAG Automobil- und Motoren AG, Aarauerstrasse 20, 5116 Schinznach-Bad
Téléphone: +41 56 463 98 08, Fax: +41 56 463 95 35, E-mail: seat.pr@amag.ch, www.seat.ch