

# **L'histoire des logos automobiles par Modesto**

**Les logos des marques automobiles ne sont pas de simples emblèmes apposés sur la carrosserie. Ils sont le reflet de la marque, les témoins du passé ou les indicateurs des projets futurs.**

**MANUEL**

## **Le lion de Peugeot**



**PEUGEOT**

**Dessiné en 1847 par Justin Blazer, ce n'est qu'en 1858 que le lion est déposé en tant que logo de la marque. L'animal, qui à cette époque marche sur une flèche, symbolise à l'origine les trois qualités des lames de scies Peugeot : vitesse de coupe, dureté des dents et souplesse de la lame. Il faudra attendre 1948 et la 203, pour voir apparaître le lion droit sur ses pattes arrière, familier du lion de Franche-Comté.**

## Les ailes d'Aston Martin



ASTON MARTIN

Fondée en 1913 par Lionel Martin, Aston Martin n'est autre que la combinaison de son nom de famille et de la course de côte d'Aston Clinton (qu'il remporta la même année). Si au départ, seules les initiales "AM" étaient présentes sur l'emblème, ce n'est qu'en 1927 que des ailes apparaissent sur le logo. Certains y voient une référence aux insignes portés par la Royal Air Force. Mais c'est en 1932 avec l'arrivée de Samy Davis, ancien pilote Bentley, que le logo va connaître son évolution majeure. Aston Martin, qui a connu de nombreux déboires financiers dans sa carrière, a toujours su rebondir. D'après la légende, l'homme se serait alors inspiré de la mythologie égyptienne et du dieu Khépri, homme à tête de scarabée et symbole de la renaissance, pour représenter cette capacité qu'a Aston Martin à renaître.

## La fleur de Lotus



**Le logo Lotus n'a que très peu changé depuis la création de la marque en 1948. Aujourd'hui encore, on retrouve le cercle jaune "moutarde du Norfolk" et le triangle vert anglais. A l'intérieur, le nom "Lotus" (surnom donné par Chapman à son épouse) et au-dessus, les initiales "ACBC" entrelacées du fondateur (pour Anthony Colin Bruce Chapman). Les lettres et les contours sont pour leur part de couleur gris aluminium. A noter que lors du décès accidentel du pilote britannique Jim Clark en 1968 et lors du décès de Colin Chapman en 1983, les couleurs originelles de Lotus sont remplacées par du noir.**

## Les anneaux d'Audi



**Audi**

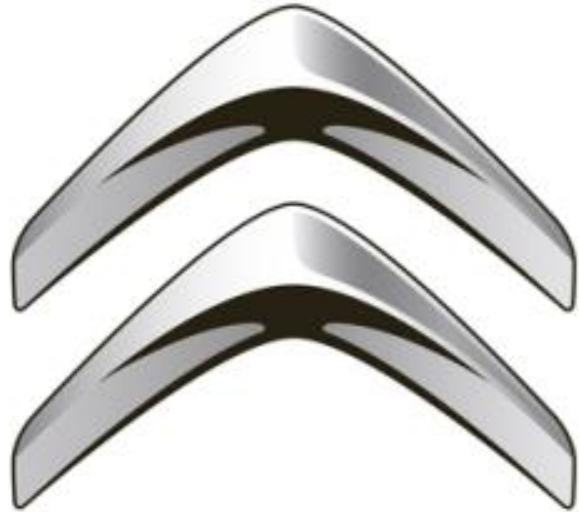
**En 1909, Auguste Horch doit quitter son entreprise qui porte toujours son nom. Problème, il lui est interdit de donner son patronyme à sa nouvelle firme. Il choisit alors le nom d'Audi, qui signifie "j'écoute" en latin et qui est également la traduction de son nom Horch (hören signifie écouter en allemand). Les quatre anneaux du logo représentent quant à eux, l'union des marques Audi, DKW, Wanderer et Horch.**

## **Le serpent et la croix d'Alfa Romeo**



**Créée en 1910, l'Anonima Lombardo Fabbrica Automobili (ALFA) arbore un logo constitué de deux symboles milanais : le serpent des Visconti sur fond bleu clair et la croix rouge sur fond blanc, enfermés dans un cercle métallique avec les inscriptions Alfa et Milano. En 1915, Nicola Romeo rachète l'usine. Depuis, les noms Alfa Romeo sont associés dans le logo.**

## Les chevrons de Citroën



**CITROËN**

**Lors de son voyage de noce en Pologne, André Citroën découvre que l'un de ses parents utilise des engrenages à double chevron pour ses minoteries.**

**En revenant à Paris, il adapte cette technique à l'industrie de l'acier et en dépose le brevet. Lorsque celui-ci présente sa première auto en 1919, celle-ci arbore le double chevron sur son capot. Malgré le rachat de Citroën par Michelin en 1935, puis par Peugeot en 1976, les doubles chevrons ont toujours été le symbole de la marque.**

## L'hélice de BMW



**Jusqu'en 1919, la Bayerische Motoren Werke est spécialisée dans la fabrication de moteurs d'avion. Mais à partir de cette date, le traité de paix interdit aux Allemands la conception aéronautique. Dès lors, BMW se tourne vers la construction de motos et d'autos. L'emblème de la marque symbolise l'hélice en référence à sa première activité, et reprend les couleurs de la Bavière.**



## Le scorpion d'Abarth



**L'histoire d'Abarth débute en 1949 à Turin. Son créateur, l'autrichien Karl Abarth, naturalisé "Carlo" après la seconde guerre mondiale, s'installe près des usines Fiat et Lancia pour fonder sa société. Reconnu pour ses préparations démoniaques, la marque est reconnaissable par son scorpion. Ce symbole est tout simplement le signe zodiacal du créateur d'Abarth. Le logo fait évidemment référence au drapeau tricolore italien. Quand on blason jaune et rouge, de nombreuses rumeurs existent (fan de l'AS Roma, couleurs pour représenter la passion et l'intensité, etc.), mais aucune n'est confirmée.**

## L'étoile de Mercedes-Benz



Mercedes-Benz

**Mercedes vient du nom de la fille d'un importateur de Daimler, Emil Jellinek qui habitait à Nice. Par la suite en 1909, Mercedes dépose la célèbre étoile à trois pointes qui symbolise la terre (automobile), la mer (motonautisme) et l'air (aviation et dirigeables). A partir de 1911, l'étoile deviendra rapidement l'emblème de toutes ses voitures.**

## L'étalon Ferrari



**Ferrari est l'une des marques automobiles les plus réputées au monde arbore pourtant un emblème dont l'origine n'est pas toujours connue. Sachez tout d'abord que ce célèbre cheval cabré est au départ présent sur le fuselage de l'avion de Francesco Baracca pendant la première guerre mondiale. Les parents de ce pilote, demandent alors un jour à Enzo Ferrari d'apposer le cheval noir cabré sur ses futurs modèles pour lui porter chance. Le jaune n'est autre que la couleur de la ville de Modène d'Enzo Ferrari. Et pour finir le drapeau tricolore vert-blanc-rouge et évidemment la couleur de la nation italienne**

## Le blason de Porsche



**Ferdinand Porsche a dessiné ce logo en 1952 et en a doté ses voitures de la marque dès l'année suivante. En forme de blason, il reprend les armoiries du Duché de Wurtemberg avec au centre, le cheval cabré emblème de la ville de Stuttgart, le tout surmonté du nom Porsche.**

## **Le losange de Renault**



**RENAULT**

**Créée en 1898, ce n'est qu'en 1925 que Renault dote l'un de ses véhicules de l'emblème en forme de losange. Évidé au centre, ce nouveau logo est à l'époque créé pour que le son du klaxon puisse sortir du capot. Quatre vingt ans après, Renault modernise son emblème pour la neuvième fois en confiant son losange à Éric de Béranger, père de l'actuel logo en 3 dimensions.**

## Les initiales de Volkswagen



**Fondée en 1936 par le célèbre Ferdinand Porsche, le constructeur naît de la volonté de l'Allemagne nazie de créer une voiture populaire. Les prototypes appelés au départ "kdf-Wagen" deviendront par la suite "Käfer" (la Coccinelle). C'est cette même année, qu'Hitler renomme le constructeur en "Volkswagen" : la voiture du peuple. Voilà pourquoi on retrouve ainsi le V et le W sur le logo de la marque. Sachez également, que l'emblème était autrefois entouré d'une route crantée, en référence à la mécanique. D'autres sceptiques affirment qu'il s'agissait, en réalité, de la roue placée autour de la croix gammée sur le logo du Front Travailleur Allemand.**

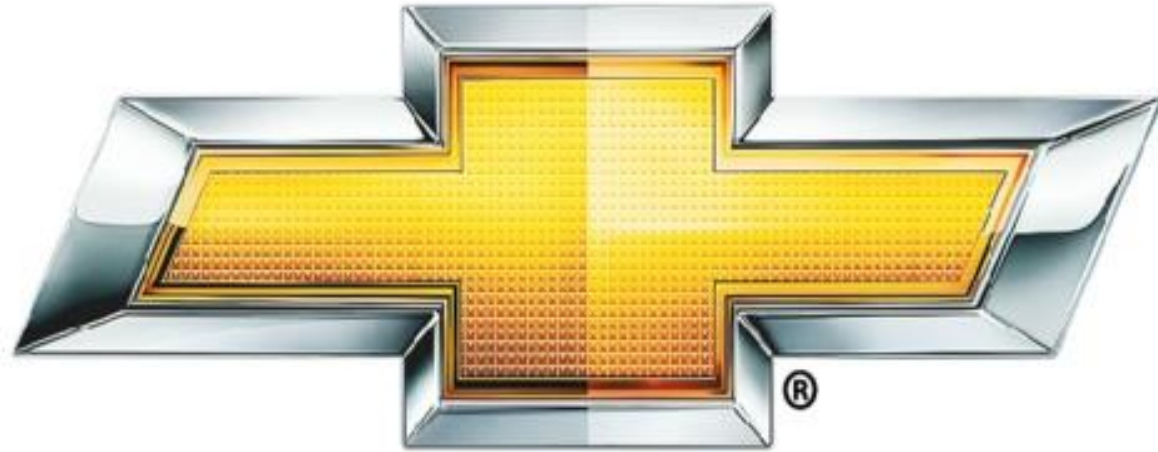
## L'envol de Mazda



**mazda**

**Créée sous le nom de Toyo Cork Kogyo en 1920, l'entreprise change de nom en 1927 et adopte Mazda comme patronyme. L'origine provient tout d'abord de la prononciation nippone de Matsuda, mais également de la divinité de la Perse Antique : Ahura Mazdâ, symbole de la sagesse, de l'harmonie et de l'intelligence. Si au départ, le logo n'est représenté que par un "M" ou un "Mazda" stylisé; Dans les années 1990, un losange à l'intérieur d'un cercle débarque sur les calandres des voitures. Il symbolise alors des ailes, le soleil et la lumière. A l'approche de l'an 2000, Mazda entame une nouvelle ère, à l'image du "V" qui déploie ses ailes dans le "M" qui prend son envol vers l'avenir. Le design KODO, ou l'âme du mouvement, représente parfaitement le style et les nouvelles ambitions de la marque japonaise.**

## Le nœud papillon de Chevrolet



**CHEVROLET**®

Le nœud papillon ou "bow tie" de Chevrolet est indissociable de la marque fondée par le Suisse Louis Chevrolet aux Etats-Unis en 1911. Le nœud papillon est pour sa part le fruit du co-fondateur de la marque, William C. Durant, en 1913. Mais de nombreuses rumeurs circulent autour de l'origine du "bow tie". La première est celle du papier-peint. Le dessinateur se serait inspiré d'un motif vu sur les murs d'une chambre d'un hôtel français. La seconde hypothèse est celle d'une esquisse réalisé par Durant sur un morceau de papier alors qu'il était à table avec sa famille. La troisième est celle d'un logo d'une entreprise spécialisée dans le fuel domestique, qui aurait tapé dans l'œil du co-fondateur. La dernière hypothèse : le nœud papillon serait la version stylisée de la croix du drapeau suisse, pays de Louis Chevrolet.



## **Le griffon couronné de SAAB**



**La société suédoise Svenska Aeroplan Aktie-Bolaget, plus connue sous l'acronyme de SAAB, a été créée en 1937. Historiquement installée à Trollhättan, SAAB a été fondée dans le but de construire des avions militaires. Ainsi, à partir de 1947 figure un bombardier sur les logos des automobiles SAAB. Celui-ci sera remplacé en 1984 suite à la fusion avec Scania, par un griffon couronné, le logo de Scania et emblème de sa région d'origine, la Scanie au sud de la Suède. Aujourd'hui SAAB et Scania étant séparées, l'emblème subsiste chez les deux marques.**

## Les étoiles de Subaru



**SUBARU**

**Subaru est le nom d'un amas d'étoiles de la constellation du taureau appelé Pléiades. Kenja Kita, premier président de Fuji Heavy Industries, groupe auquel appartient la marque, a eu l'idée d'appeler cette nouvelle marque automobile Subaru. La raison : Fuji Heavy Industries venait de racheter six des douze compagnies du groupe Nakajima Aircraft lors de sa dissolution. Ainsi, Kenja Kita voyait au travers du nom Subaru le symbole idéal pour qualifier l'unification de ces six nouvelles compagnies au sein de la sienne.**

## L'acier et Volvo



**Bien avant la production d'automobile et de camion, la société suédoise fabriquait un roulement à une rangée de billes dénommé "Volvo", qui provient du latin qui signifie " je roule ". Ainsi, ce nom a été gardé, car il coïncidait parfaitement au secteur auto ! Côté logo, c'est le cercle barré d'une flèche, ancien symbole chimique du fer mais aussi de la masculinité qui est retenu. Il fait référence ainsi à la robustesse de l'acier suédois et donc des Volvo.**

## L'ellipse Toyota



**TOYOTA**

**Le géant japonais dévoile au départ des caractères kanji stylisés mais dans les années 1990, le constructeur dévoile un nouveau logo. Moins japonisant et plus international, celui-ci représente trois ellipses de telle façon qu'elles forment un T. Cet assemblage représente en effet d'après Toyota "L'union des consommateurs par l'âme du produit". Poétique, non ?**

## L'éclair d'Opel



**Créée en 1898 en Allemagne, Opel arbore au début un logo ovale où Opel en lettres gothiques est inscrit. Avec l'arrivée des Nazis au pouvoir en Allemagne, le logo change et Opel est alors remplacé par un Zeppelin stylisé traversant un cercle en 1937. En 1964, le dirigeable s'est métamorphosé en un éclair.**

## **Le taureau de Lamborghini**



**Le taureau de Lamborghini représente tout simplement le signe astrologique de son fondateur, Ferruccio Lamborghini. L'animal prêt à charger, symbolise la détermination de la marque sportive italienne.**

## **Les diamants de Mitsubishi**



**MITSUBISHI**

**Mitsubishi signifie "trois diamants" en japonais. Ainsi, les trois pierres rouges disposées en triangle symbolisent la plus ancienne marque automobile japonaise.**

## **FIAT dans la continuité**



**Si le logo du constructeur italien a changé de nombreuses fois, les quatre lettres FIAT ont toujours été présentes sur celui-ci. En effet, les initiales de la Fabbrica italiana automobile de Torino.**



## **La coiffe d'indien de Škoda**

# **ŠKODA**



**Le logo de Škoda rappelle une coiffe d'indien, en souvenir des voyages aux États-Unis effectués par Emil Škoda.**

## **Ford l'uniforme**



**Depuis 1912 et la version ailée du logo, l'emblème de Ford n'a que très peu changé. Le nom du créateur Henry Ford est toujours présent dans sa version stylisé (façon équipe de baseball). D'après la marque américaine c'est le symbole de l'uniformité, facilement reconnaissable dans le monde entier.**

