

NOUVEAU LOGO LANCIA



Les Lancistes disent : « NON ! »

Alors que Lancia n'a jamais autant revendiqué son ADN, son histoire, et son style unique, à travers une gamme dans laquelle les plus fidèles de la marque ne se reconnaissent plus, la principale nouveauté présentée pour le 77^{ème} Salon International de Genève est le nouveau logotype Lancia.

Désigné comme étant le témoin du parcours de renouvellement accompli par le constructeur, ce logotype a été pensé, conçu et voulu par une direction en entière contradiction avec l'héritage de la marque, qui n'a pas pris la précaution de consulter ses plus fidèles clients.

Aussi, pour reprendre une récente campagne publicitaire, les Lancistes s'unissent contre le moche.



Italian Cars Club, vos voitures, notre passion !
Association régie par la loi du premier juillet 1901 et par le décret du 16 août 1901

Conscients des gains que peut apporter tout changement, nous nous offusquons face à celui qui nous est imposé. Le logo actuel de Lancia a une histoire, une signification que le nouveau semble oublier, voire ignorer.

Ainsi, la disparition de la lance et du volant semblent vouloir nous montrer que les futures orientations iront à contre sens du patrimoine tant mis en avant aujourd'hui par le constructeur.

Les revendications actuelles sont d'ailleurs puisées très loin dans le patrimoine de Lancia puisque seules les Aurelia ou les Flaminia sont mises en évidence dans vos campagnes publicitaires, afin de positionner la pauvre gamme du moment dans un segment typé luxueux.

Ces campagnes publicitaires visent donc un public d'outre tombe, ou de maison de retraite, puisque les dernières personnes ayant acheté neuves des Aurelia ou des Flaminia ne sont plus là aujourd'hui pour témoigner de leurs nombreuses qualités.

Les seuls ayant encore la capacité d'en parler concrètement aujourd'hui sont les Clubs et leurs membres. Mais visiblement leurs connaissances et opinions, mises à la disposition de Lancia bénévolement depuis tant d'années, ne sont d'aucun intérêt pour la direction. En effet, ces seuls défenseurs d'un patrimoine oublié par Lancia n'ont pas un instant été consultés lorsque la direction de Lancia a décidé de toucher au seul lien qui unit la gamme actuelle avec ses modèles à succès du passé.

Le constat est grave. Nous nous retrouvons avec un blason sans âme, dénué de toute sa personnalité, censé rappeler une marque que la mémoire collective semble avoir oubliée.

Les échecs de ces dernières années n'ont pas servi de leçon. Le constructeur perd la confiance de ses plus fidèles clients, et ce ne sont pas les dernières nouveautés présentées qui vont les rassurer. Le Concept Lancia Fulvia n'a pas donné de suite, le Concept Lancia Ypsilon Sport Zagato se voit réduit à une appellation sans fondement, et le Concept Lancia Delta HPE doit encore faire ses preuves.

Aussi, un mouvement est né.

Un sondage est lancé au niveau international sur le net, en relation avec la plupart des Clubs Lancistes européens, afin de recueillir l'opinion des Lancistes. Ce dernier sera rendu public avant la commercialisation du nouveau logotype.

Nous présenterons également les orientations que nous vous aurions proposées si nous avions été consultés pour moderniser le logotype Lancia.

Nous ne manquerons pas de diffuser ce mécontentement général auprès des services de presse attentifs à notre appel.

Nous vous remercions par avance de l'attention que vous voudrez bien nous porter en retirant le plus rapidement possible ce nouveau logotype.

Ce geste serait la plus belle attention que le constructeur n'aurait fait à ses clients depuis très longtemps.

Passionnément
Alexandre FEDELE
Président de l'Italian Cars Club

