

<https://dzen.ru/a/ZlhbQ424o2AU49js>

Логотипы автомобильных брендов: истории и скрытые смыслы

Логотип — важная часть любого бренда, которая способствует его узнаваемости, а также заключает в себе определенный посыл.

Изображения, цвета, шрифт, наклон букв и другие особенности играют свою роль и влияют на общее восприятие. Если на первый взгляд логотип выглядит очень просто, это совсем не значит, что у компании проблемы с креативом, возможно, таким образом она хочет подчеркнуть свою серьезность. К тому же со временем стиль может измениться — все зависит от целей и приоритетов организации.

Однако логотипы известных производителей автомобилей редко меняются кардинально. За ними стоит многолетняя история, которая отражается в ключевых элементах. Приглашаем вас приглядеться к логотипам автобрендов и узнать подробности их создания, а также любопытные факты, о которых мало кто знает.

Alfa Romeo

Слово Alfa — это не имя, а аббревиатура от Anonima Lombarda Fabbrica Automobili, что значит “Анонимный автомобильный завод Ломбардии”. В 1915 году компанию купил бизнесмен Никола Ромео и его фамилия стала продолжением названия бренда. Крест слева на значке — символ Милана, а змея, проглатывающая человека, — знак отличия Дома

Висконти, аристократического итальянского рода, основателем которого был архиепископ Оттоне Висконти.

По самой распространенной версии, змея олицетворяет силу и защиту, а человек — это враг, сарацин или мавр, против которого совершались христианские крестовые походы. Корона над змеей появилась позже, когда в 1378 году Джан Галлеаццо Висконти стал первым герцогом Милана.

Можно сказать, что в логотипе Alfa Romeo дизайнер Джузеппе Мерози увековечил важную часть миланской истории, а также подчеркнул, что эти автомобили отнюдь не для всех.

Audi

По словам известного графического дизайнера и типографа Курта Вайдеманна, хороший логотип — это тот, который можно начертить на песке большим пальцем ноги, то есть он должен быть простым и запоминающимся. Возможно, именно такие пожелания были сказаны дизайнерам 91 год назад. Тогда, в 1932 году, четыре компании Audi, DKW, Horch и Wanderer объединились в одну — Auto Union AG, которая впоследствии стала AUDI AG. Нужен был логотип, символизирующий объединение, так появились четыре пересекающихся кольца. Сначала красная надпись Audi была расположена прямо под кольцами, в 2009 году ее сместили влево, а шрифт сделали тоньше. В 2016 году был представлен обновленный логотип, состоящий только из колец. Нужно ли что-то еще компании, имя которой известно во всем мире? “Новый двухмерный вид придает нашим кольцам значительно более современный и даже более графичный вид, хотя их геометрия почти

идентична прежним”, — сказал руководитель отдела дизайна Андре Джорджи.

BAIC

Что вы видите, глядя на логотип BAIC? Абстрактный узор? Голову с огромными глазами? Вариантов много. Некоторые зарубежные интернет-пользователи даже сравнили его с... пяточком! Конечно, для людей, далеких от китайской культуры, сложно рассмотреть стилизованные иероглифы в логотипе. Однако когда появилась информация о смене эмблемы на простой и понятный европейским покупателям вариант — надпись Beijing, означающую “Пекин”, — некоторые принялись отстаивать прежнюю версию. С источником этой информации можно ознакомиться [здесь](#).

Однако несмотря на то, что автомобили BAIC стали выпускаться с новой эмблемой, логотип компании, используемый на официальном сайте и других онлайн-ресурсах, остался без изменений.

Bentley

Компания Bentley сначала специализировалась на создании запасных частей для авиационной промышленности. Однако после Второй мировой войны начала выходить на более перспективный автомобильный рынок. Известный художник Фредерик Гордон Кросби создал для нее логотип, связанный как с ее прошлым, так и с будущим: крылья напоминают об авиации и о мечтах Уолтера Бентли покорить небо, а также символизируют намерение двигаться вверх.

Серебряный цвет тоже был выбран неслучайно: он олицетворяет изысканность. Крылья на первый взгляд кажутся симметричными, но на самом деле это не так. Количество длинных нижних перьев отличается: слева их 10, а справа — 11. Почему так? Считается, что асимметрия приносит удачу гонщикам. Интересно, что на самых “простых” автомобилях марки установлена эмблема с одинаковым количеством перьев с обеих сторон. Удача только для избранных!

BMW

Как и Bentley, компания BMW ранее занималась производством авиационных двигателей. Тогда она называлась Rapp Motorenwerke. После смены названия на Bayerische Motoren Werke или Баварский моторный завод новый логотип сохранил некоторые элементы прежнего изображения: два круга, меньший из которых расположен внутри большего, и черный фон, на котором вместо Rapp Motor теперь уже были буквы BMW. Силуэт головы лошади, располагавшийся во внутреннем круге, был заменен на государственные цвета Баварии — белый и синий. Однако они расположены в обратном порядке: сначала синий потом белый. Причиной такого несоответствия был местный закон о товарных знаках того времени, который запрещал использование государственных гербов или других символов суверенитета на коммерческих логотипах.

В 1929 году появилась реклама, в которой логотип BMW был помещен на место пропеллера самолета. Так родился миф, что эмблема автобренда не что иное, как стилизованное изображение пропеллера. Многие, кстати, до сих пор так считают.

Последнее изменение логотипа произошло в марте 2020 года. Он стал двумерным, а также лишился части внутренних границ. По словам представителей BMW, обновленный логотип призван “излучать открытость и ясность”.

Bugatti

Этот бренд роскошных автомобилей пережил два “рождения”: первое состоялось в 1909 году, когда автомобильный дизайнер итальянского происхождения Этторе Бугатти основал компанию Automobiles Ettore Bugatti. После смерти его сына в 1939 году у компании не осталось наследника и она вынуждена была прекратить производство автомобилей на несколько десятилетий. В 1990-х один итальянский предприниматель возродил Bugatti, а сейчас бренд принадлежит Volkswagen Group.

Красный фон логотипа символизирует силу и страсть водителей за рулем, и в то же время на нем привлекательно смотрится белая надпись BUGATTI. Черная эмблема EB — это, конечно же, символ основателя компании. А вот 60 красных точек, окружающих овал, трактуются по-разному: по одной версии, они представляют собой страховочные проволоки, а по другой — таким образом представлены жемчужины, напоминающие о том, что Этторе Бугатти считал свои автомобили “прекрасными драгоценностями”.

Chevrolet

Знаменитый логотип, который часто называют галстуком-бабочкой, был представлен в 1913 году соучредителем компании Уильямом С.

Дюрантом. Однако до сих пор непонятно, как именно появилось это изображение. По одной из версий, в 1908 году Дюрант путешествовал и в одном из отелей его привлек рисунок на обоях. Он оторвал от них кусок и сохранил, подумав, что узор очень подходит для эмблемы автомобильной компании, так потом и случилось.

У дочери Дюранта Марджери было другое мнение на этот счет. В своей книге “Мой отец” она написала, что часто видела, как он рисует разные эмблемы. Вполне возможно, что благодаря одному из таких творческих порывов и был создан логотип Chevrolet. “Я думаю, что однажды ночью он набросал дизайн, который используется в автомобиле Chevrolet по сей день”, — пишет Марджери.

Самая интересная версия происхождения логотипа была выдвинута Кеном Кауфманом, историком и редактором журнала “Шевроле Ревью”. Когда он изучал старое интервью вдовы Дюранта, Кэтрин, то обратил внимание на ее рассказ об одном совместном отдыхе. Кэтрин сказала, что в 1912 году они отдыхали в Хот-Спрингс, штат Вирджиния. Дюрант читал газету и вдруг воскликнул: “Я думаю, что это была бы очень хорошая эмблема для Chevrolet!”. Кену Кауфману удалось найти тот самый выпуск, и что же он обнаружил? Логотип компании Coalettes, занимающейся производством угля. Он имел наклонную форму галстука-бабочки, очень похожую на ту, которая вскоре стала всемирно известной эмблемой Chevrolet.

Citroën

В 1900 году Андре Ситроен отправился в Польшу, где приобрел патент на фрезерную шестерню с двойной косой нарезкой. Это позволило ему

создать успешный бизнес, специализирующийся на производстве таких деталей. Через 19 лет, когда Ситроен решил выпускать автомобили, он выбрал в качестве логотипа символ, который напоминал о первом успехе. Двойная перевернутая буква V — это стилизованное изображение зубцов шестерни, а также стрела, направленная вверх, то есть к новым достижениям. Первоначально этот знак был синим с желтой рамкой и располагался внутри овала таких же цветов. Потом цвета, овал, изображения двойной стрелы и стиль надписи Citroën менялись несколько раз. Самым необычным вариантом логотипа, пожалуй, был тот, который использовался с 1932 по 1935 год: зубцы шестерни напоминали гору, а у ее подножья на волнах красовался лебедь. Это изображение символизировало появление новых плавучих двигателей.

Год назад компания представила обновленный логотип, похожий на самую раннюю его версию, только черно-белую. Как говорится, все новое — хорошо забытое старое.

Ferrari

Вверху логотипа расположен флаг Италии, а ярко-желтый цвет — символ Модены, родного города Энцо Феррари. А откуда взялся гарцующий черный конь? По самой распространенной версии, изначально он был символом графа Франческо Баракки, легендарного аса итальянских ВВС во время Первой мировой войны. Летчик рисовал его на борту каждого самолета, на котором отправлялся в небо. Однако после 34 побед в июне 1918 года он погиб. В 1923 году Энцо Феррари получил возможность лично встретиться с родителями героя — графом Энрико и графиней Паолиной Баракка. Это произошло после победы в гонке на

трассе Савио в Равенне. Видимо, желая Феррари побеждать и в дальнейшем, графиня предложила Энцо маркировать автомобили гарцующей лошадью на удачу.

Другая версия происхождения логотипа, говорит о том, что похожий конь был изображен на знамени герцога Савойского. Однако почему вдруг он стал символом Ferrari, не сообщается. Также есть предположение, что лошадь — это отсылка к семейным конюшням. Об этом свидетельствуют и буквы S и F, которые расшифровываются как Scuderia Ferrari — конюшня Феррари. Эти буквы присутствовали на ранних версиях логотипа и сохранились на современном значке в виде щита.

Great Wall

Компания Great Wall Motors названа в честь известной всему миру Великой Китайской стены. Как и древняя достопримечательность, бренд олицетворяет величие, стабильность и стойкость.

На протяжении всей истории логотип компании менялся только один раз. В обоих вариантах в овале расположено стилизованное изображение крупнейшей сторожевой башни Великой Китайской стены. В действительности сооружение имеет по 9 окон с каждой стороны, за что получило название “башня девяти глаз”.

Красный цвет в китайской культуре тоже имеет особое значение: он символизирует радость, торжество, долголетие, красоту и благополучие. Неудивительно, что его используют многие бренды Поднебесной.

Hongqi

Hongqi, в русском варианте “Хунци”, — еще одна китайская компания с богатой историей. Она появилась в 1958 году и стала поставщиком автомобилей для политиков и крупных национальных мероприятий Китая. В 1960 – 1970-х годах автомобиль Hongqi был лидером автомобильной промышленности страны. Возможно, удачу бренду принесло его название: в переводе с китайского оно означает “красное знамя”. Именно этот символ лидерства отражен и в логотипе. В 2018 году компания изменила стратегию, а вместе с ней и концепцию дизайна. Современный подход подразумевает сочетание традиционных ценностей с мировой культурой и передовыми технологиями. На новых автомобилях марки появилась так называемая “сквозная” эмблема. Она как водопад спадает с капота на решетку радиатора, символизируя движение, мощь и скорость.

Hyundai

Значение логотипа Hyundai, казалось бы, лежит на поверхности — это наклонная буква Н. Однако на самом деле у этой фигуры есть еще одна трактовка: она изображает рукопожатие двух людей. Один из них представляет компанию, другой — покупателя. Рукопожатие означает взаимное доверие и уважение.

Впервые логотип со стилизованной буквой Н появился в 1990 году. Его предшественниками были три минималистичных двумерных варианта. Первый представлял собой буквы HD позади которых находилась фигура, напоминающая окно автомобиля, а вся композиция была заключена в круг. В 1970 году круг сменился на овал, а через 8 лет

компания решилась на кардинальные перемены: буквы HD, заключенные в прямоугольник, теперь стояли перед крупными корейскими иероглифами, означающими Hyundai.

Сегодня логотип компании отвечает тренду на простоту и двумерность. Лишние объемы ни к чему!

KAIYI

На самом деле эта китайская компания называется Cowin, а имя KAIYI было введено специально для внешних рынков. Расшифровывается оно так: K — kind brand (хороший бренд), A — affordable product (доступный продукт), I — innovative concept (инновационная концепция), Y — young us (молодые мы), I — intelligent platform (интеллектуальная платформа). Бренд нацелен на создание современных, технологичных автомобилей для молодежи. Это подчеркивает и его логотип: угловатая фигура представляет собой стилизованное изображение крыльев — символа полета и свободы. Кроме того, таким образом компания заявляет о своем намерении двигаться все выше и выше.

Ранее логотип был похож на две молнии, заключенные в овал, и имел не такие острые очертания, а надпись была красной, но не выглядела настолько оригинально, как сейчас. Вероятно, изменения были обусловлены стремлением к более молодежному и дерзкому внешнему виду.

Lamborghini

Феруччо Ламборджини по знаку зодиака был тельцом. Кроме того, основатель компании страстно любил корриду и регулярно посещал

мероприятия, посвященные боям быков. Однако это были не единственные причины выбора этого животного в качестве символа Lamborghini. Бык олицетворяет собой силу, мощь, скорость, доминирование и опасность — именно такими особенностями отличаются и автомобили итальянского бренда.

“Животная” тема выражена не только в логотипе: названия многих моделей Lamborghini связаны с быками. Например, Miura названа в честь испанской фермы, где выращивали быков для корриды, Murcielago — это, по легенде, имя быка, который вынес целых 24 удара меча матадора, Veneno, что по-испански значит “яд”, — кличка свирепого быка, в 1914 году во время корриды убившего тореадора Хосе Санчеса Родригеса.

Цветовая гамма логотипа тоже выбрана неслучайно: черный цвет символизирует силу и власть, а золотой ассоциируется с великолепием и роскошью.

Maserati

Первый дизайн логотипа Maserati был создан в 1920 году. Идею использовать трезубец Нептуна подсказал одному из братьев Мазерати друг семьи маркиз Диего де Стерлих. Этот римский бог считается властителем морей, а также покровителем лошадей. Его трезубец — мощный символ власти, согласно легендам, был способен вызывать бури и землетрясения. Автомобили Maserati, конечно, такой сверхсилой не обладают, но их можно назвать властелинами дорог.

Кроме того, логотип компании символизирует и родной город братьев Мазерати, Болонью. Одной из достопримечательностей города является площадь Нептуна, которую украшает статуя древнего бога. Трезубец в его руке по форме очень похож на тот, что изображен на логотипе.

Mercedes-Benz

Вдохновением для логотипа послужила открытка, отправленная Готтлибом Даймлером, основателем компании, своей жене в 1872 году. На ней он отметил их дом трехконечной звездой и написал: “Однажды эта звезда будет сиять над нашими победоносными фабриками”. Так и случилось. В 1909 году сыновья Готтлиба Даймлера Пол и Адольф предложили необычную звезду в качестве логотипа компании, которая тогда называлась Daimler-Motoren-Gesellschaft или DMG. Три острия символизируют три стихии: землю, море и воздух. Даймлеры верили, что когда-нибудь двигатели компании будут доминировать во всех типах транспортных средств.

Название Mercedes было зарегистрировано предпринимателем Эмилем Эллинеком в честь своей дочери. Бизнесмен работал с DMG и в 1901 году стал продавать автомобили Daimler под псевдонимом “меся Мерседес”. В том же году был выпущен и первый автомобиль с таким названием.

В 1926 году произошло слияние компаний Карла Бенца и Готтлиба Даймлера в компанию Daimler-Benz.

О выделении марки Mercedes-Benz в отдельное дочернее предприятие под названием Mercedes-Benz AG было объявлено только в ноябре 2019 года.

Porsche

Первый логотип Porsche был представлен на рынке США в 1952 году. По одной из версий, его эскиз нарисовал на салфетке сын Фердинанда Порше Ферри во время обеда с Максом Хоффманом, американским дистрибьютором марки. Другая история происхождения логотипа утверждает, что он был разработан инженером Францем Ксавьером Реймписсом. Кто бы ни являлся автором знаменитого изображения на самом деле, источник вдохновения сомнений не вызывает — это герб Баден-Вюртемберга, появившейся после объединения двух немецких государств. На золотом фоне герба расположены три черных льва, над ними шесть маленьких гербов исторически связанных регионов, справа от щита находится золотой грифон, а слева олень. Штаб-квартира Porsche находилась в Штутгарте, который был столицей Вюртемберга, поэтому в логотипе автопроизводителя использованы и элементы старого герба этого города — олени рога. Цвета полос, расположенных в остальных частях щита, тоже выбраны не случайно: красный и черный — государственные цвета Штутгарта. А откуда на логотипе конь? Он тоже связан со Штутгартом! Название города происходит от двух слов: stut — жеребец и garten — город. Можно сказать, что у Porsche получился самый патриотичный логотип.

Volvo

Компания была основана в 1915 году и занималась производством и продажей подшипников для автомобильной промышленности. Однако бизнес не был успешным и в 1920 году закрылся. Вторую жизнь и новое имя компания обрела с помощью спонсора — фирмы SKF. Один из руководителей придумал название Volvo, а с 1926 года начался выпуск автомобилей этой марки. Кстати, “volvere” — это форма инфинитива латинского глагола “roll”. В форме первого лица единственного числа глагол “volvere” становится “volvo”, то есть “катаюсь”. Прекрасное название для автопроизводителя, согласны?

Значок в виде круга со стрелкой — это стилизованное изображение щита и копья. Он считается символом Марса, римского бога войны, а также обозначает железо, поскольку древнее оружие делалось в основном из него. Почему он стал частью логотипа автобренда?

Во-первых, основатели Volvo работали в отрасли черной металлургии, а во-вторых, руководство компании хотело подчеркнуть, что такие свойства железа, как прочность, безопасность и долговечность, есть и у их автомобилей.

В 2021 году логотип утратил объем и металлический блеск, став двумерным, однако он все так же хранит в себе богатую историю компании.

Tesla

Автобренд назван в честь инженера, ученого и изобретателя в области радио и электротехники Николы Теслы. Однако стилизованная буква Т в

логотипе — это не только первая буква названия, а еще и схематичное изображение поперечного сечения электродвигателя. Об этом в 2017 году в одной из соцсетей написал Илон Маск. Вертикальная фигура представляет собой один из полюсов, выступающих из ротора двигателя, а изогнутый элемент сверху является частью статора.

Логотип был разработан дизайнерской фирмой RO Studio, которая давно сотрудничала с Илоном Маском, а также была автором логотипа другой его компании — Space X. Первоначально буква Т и надпись Tesla располагались внутри серебряного щита, но позже от этой идеи решили отказаться. В результате появился более современный и эффектный логотип.

У каждой компании есть своя уникальная история и символы, которые ее отражают. Со временем некоторые элементы меняются в соответствии с новыми планами и целями бренда, а также тенденциями в дизайне, однако все равно остаются узнаваемыми. А какой из логотипов автобрендов вы бы назвали самым удачным — поделитесь в комментариях!