De tien logo's die Citroën sinds 1919 heeft gebruikt. Het laatste logo met een cirkel (vijfde van rechts), dateert van 1966.

De logo's van de Chinese busfabrikant Golden Dragon en het Franse automerk Citroën.

DESIGN

Het zou zomaar kunnen dat Citroën zijn nieuwe logo moet aanpassen vanwege het logo van busfabrikant Golden Dragon

De twee logo's zijn nagenoeg identiek: twee omgekeerde V's, afgebeeld in een ovaal.

Het nieuwe logo van Citroën is nog geen drie maanden oud of het wordt al in zijn bestaan bedreigd. Het Chinese bedrijf Xiamen Golden Dragon Bus, fabrikant van luxe bussen, gebruikt een merk dat nagenoeg identiek is aan het nieuwe logo van Citroën: twee omgekeerde V's, afgebeeld in een ovaal. Xiamen, dat is opgericht in 1992, verkoopt bussen in bijna 120 landen. Net als Citroën gebruikt het bedrijf zijn beeldmerk prominent op de grill van de autobus. Gevaar voor verwarring ligt dan ook op de loer: de consument kan snel denken dat het om een bus van Citroën gaat.

Het nieuwe logo van Citroën, de tiende variant van het automerk, is sinds september op de eerste auto's te zien, de nieuwe modellen volgen in 2023. Topman Vincent Cobée is enthousiast. 'Nu we beginnen aan waarschijnlijk het spannendste hoofdstuk in de illustere, 103-jarige geschiedenis van Citroen, is het tijd om voor een moderne en eigentijdse uitstraling te kiezen', zegt hij op de website van het Franse automerk.

Spannend wordt het zeker, maar het is vermoedelijk niet de spanning waar Cobée op hoopt. Met een Europese merkregistratie uit 2010 bezitten de Chinezen op papier namelijk de oudste rechten. Daarmee kunnen ze in principe het Franse autobedrijf dwingen om alsnog een ander logo te kiezen, althans eentje zonder het ovaal.

Om de weg in Europa vrij te maken voor het nieuwe logo is Citroën eind 2021 een juridische procedure begonnen om de Europese merkregistratie van de Chinezen onderuit te halen. Het argument hierbij is dat Xiamen Golden Dragon Bus zijn logo de afgelopen vijf jaar niet in Europa heeft gebruikt. In het merkenrecht geldt de regel dat als je je merk vijf aaneengesloten jaren niet gebruikt, een ander het verval van je recht kan inroepen.

Toch is het onzeker of Citroën zal slagen. In maart hebben de Chinezen een dik pakket met voorbeelden van gebruik van hun logo in Europa ingebracht in de procedure. Het Europese merkenbureau zal deze bewijzen nu beoordelen. Is er sprake van voldoende gebruik (en daar lijkt het op), dan blijft de merkregistratie van de Chinezen overeind en heeft Citroën een groot probleem. In het ergste geval moet het bedrijf alsnog zijn logo aanpassen.

Citroën laat weten dat het niet onder de indruk is van de overeenkomsten tussen beide merken. 'Sommige mensen zien gelijkenissen tussen de merken. Dat mag ons er echter niet van weerhouden dicht bij onze wortels en waarden te blijven en ons eerste logo te gebruiken.'

Het Franse bedrijf wil niet zeggen of Xiamen Golden Dragon Bus aan Citroën heeft gevraagd het nieuwe logo aan te passen. 'Wij geven geen commentaar op acties van concurrenten.' De procedure die Citroën in 2021 is begonnen om de merkregistratie van de Chinezen omver te kegelen, hoort volgens Citroën bij een dergelijke grote merkintroductie. 'Terwijl wij bezig zijn met de introductie van ons nieuwe logo, nemen we ook de juiste maatregelen om ons merk goed te beschermen.'

De uitspraak van het Europese merkenbureau over het gebruik van het Dragon Bus-logo wordt de komende maanden verwacht. Op de vraag of de partijen ook strijden in Azië en Zuid-Amerika, waar Xiamen ook oudere merkregistraties bezit, geeft Citroën geen commentaar.

Bas Kist

Advertentie