

NOUVELLE IDENTITE VISUELLE DACIA

- Une nouvelle étape dans le déploiement du plan stratégique Dacia
- Nouvelle identité visuelle, pour une marque moderne et plus digitale, toujours fidèle à son ADN
- Nouveau Logo et nouvel emblème, simplicité et robustesse incarnées
- Dacia se met au vert et affiche son côté outdoor
- Un nouvel univers visuel et graphique qui sera déployé progressivement à partir de juin 2021

Depuis son origine, Dacia ne cesse de casser les codes, et se dévoile aujourd'hui sous un nouveau jour, toujours plus affirmée, contemporaine et authentique. Un nouveau chapitre dans la saga Dacia.



Nouveau logotype Dacia

DE NOUVELLES AMBITIONS

Lors de son plan stratégique début 2021, Dacia l'a annoncé : c'est une nouvelle page de son histoire qui s'ouvre ! Elle prend forme aujourd'hui avec l'évolution de son image : nouveau logo, nouvel emblème, nouvelles couleurs, nouveau territoire et nouveau slogan de marque « Tout.Simplement. », ... mais sans renier ses origines. Si la recette qui fait le succès de la marque reste la même, c'est sous un nouveau jour qu'elle se présente pour réaffirmer ses valeurs de simplicité, d'authenticité et de robustesse, toujours au juste prix.

Denis Le Vot, Directeur Général, qualifie ainsi Dacia comme « la marque qui redéfinit constamment l'essentiel dans l'industrie automobile ». La marque qui fait rimer « accessible » avec « attractif ». Un positionnement toujours unique sur le marché et destiné à être amplifié dans les années à venir comme il l'explique dans cette [vidéo](#):



UNE NOUVELLE IDENTITÉ VISUELLE



Nouvel emblème Dacia

Le renouveau de Dacia s'incarne dans un nouveau logotype et un nouvel emblème, symboles d'une marque singulière et qui s'affirme. Ces deux éléments ont été dessinés en interne par l'équipe du Design, avec la volonté d'exprimer l'essentialité de la marque, un fondement de Dacia depuis ses origines.

Le logotype, élément central de la nouvelle identité visuelle, inspire robustesse et stabilité au premier coup d'œil. Le dessin des lettres est volontairement minimaliste - le D est un C renversé – comme pour incarner visuellement l'esprit frugal et malin de la marque. Cette empreinte géométrique du logotype imprime à l'enchaînement des lettres un mouvement d'inspiration mécanique. Quintessence du logo, l'emblème représente la réunion du D et du C, comme 2 pièces qui se connectent et s'assemblent pour former le maillon d'une chaîne, symbole de solidité et de lien. Élément graphique puissant, l'emblème permettra d'identifier facilement la marque même à distance.

Simple et lisible, les deux éléments forts sont posés comme une évidence, pour rappeler avec assurance la solidité des véhicules Dacia, compagnons du quotidien pour des millions de clients.

L'ensemble de l'univers graphique est volontairement épuré, pour rappeler que Dacia est une marque qui se concentre sur l'essentiel. Les différents éléments le composant apportent à la fois de la cohérence à l'ensemble, tout en permettant la création de contenus digitaux enrichis. Dans l'esprit général de la marque, ce système graphique est à la fois robuste et flexible. Par exemple, le rôle de la flèche engendrée par le D du logotype est d'emmener le regard vers l'essentiel et d'insuffler le mouvement d'une marque résolument tournée vers le futur.

DACIA SE MET AU VERT

La palette colorielle, autour d'un vert-kaki, évoque la proximité avec la nature, point de repère fort pour nos clients et un territoire où les véhicules Dacia exploitent pleinement leur capacité, à l'instar de l'iconique Duster.

Des couleurs secondaires complètent la gamme :

- des couleurs plus terriennes: trois couleurs secondaires « terriennes » - Kaki foncé, Terra cota, sable
- deux autres couleurs secondaires - un orange et un vert vifs – complètent la gamme et apportent une touche plus technique.

L'esprit de la marque s'incarne également dans une nouvelle approche iconographique, symbolisant ce besoin de liberté, de se ressourcer, de revenir à l'essentiel. Des besoins largement répandus, poussant à se concentrer sur ce qui compte vraiment et se détacher du superflu. Dacia, Tout. Simplement.

DÉPLOIEMENT EN PLUSIEURS ÉTAPES

À partir de juin 2021, la nouvelle identité de marque va se déployer à travers différents canaux de communication : les sites de la marque, la publicité, les brochures ... Les points de vente Dacia basculeront progressivement à la nouvelle identité de marque dès début 2022. Quant aux véhicules, ils adopteront logo et emblème au deuxième semestre 2022.



CONTACT PRESSE

Karin Kirchner

Directrice de la communication

karin.kirchner@renault.com – 044 777 02 48

Maryse Luchtenborg

Attachée de communication

maryse.luechtenborg@renault.com – 044 777 02 26

À PROPOS DE DACIA :

Dacia est une marque du Groupe Renault, présente dans 44 pays, principalement en Europe et sur le pourtour méditerranéen. Née en Roumanie en 1968, la marque a été rachetée par le Groupe Renault et relancée en 2004, avec Logan. Dacia propose des voitures au meilleur rapport valeur-prix du marché. Grâce à ses modèles emblématiques – Logan, Sandero et Duster – la marque a rencontré un vif succès commercial. Depuis son intégration dans le Groupe Renault, Dacia a vendu plus de 7 millions de véhicules.

Présente en Suisse depuis 2005, la marque Dacia est importée et commercialisée par Renault Suisse SA. En 2020, 6'628 nouvelles voitures particulières et véhicules utilitaires légers Dacia ont été immatriculés en Suisse. Les best-sellers de la marque sont Sandero et Duster. Le premier véhicule électrique de la marque, Dacia Spring Electric, arrivera sur le marché en 2021. Le réseau de distribution évolue continuellement et compte désormais 94 partenaires qui proposent les produits et services de la marque dans 118 points de vente.