

NEUES LOGO, NEUE FARBEN, NEUE SCHRIFT, NEUER CLAIM

DACIA MIT KOMPLETT NEUER CORPORATE IDENTITY – „EINFACH GUT“

Der Auftritt der Marke Dacia wird komplett erneuert. Mit neuem Logo, neuer Schrift, neuem Claim und neuen Farben stärkt die Marke ihr Profil nachhaltig. Das neue Markenemblem setzt sich künftig aus den spiegelbildlich angeordneten Buchstaben D und C zusammen. Gleichzeitig erscheint der Dacia Namenszug in neuer Typographie. Darüber hinaus setzt Dacia künftig auf einen neuen Markenclaim, der in der Schweiz mit „Einfach gut“ auf den Punkt gebracht wird. Die künftige Dacia Farbwelt bilden Erdfarben, dabei dient Khaki-Grün als Basisfarbe. Die schrittweise Einführung der neuen CI startet im Juni 2021 und soll bis Ende 2022 abgeschlossen sein.



Neues Dacia Logo

Die reduzierte und geometrische Anmutung des neuen Logos spiegelt die Robustheit der Dacia Modelle ebenso wider wie die authentische, auf das Wesentliche konzentrierte Dacia Markenphilosophie. Das neue Erscheinungsbild der Marke Dacia ist Bestandteil der Renaulution Strategie der Renault Group. Diese beinhaltet die weitere Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit von Dacia und die Erweiterung der Modellpalette in neue Segmente. Das neu gestaltete Logo ist sichtbarer Ausdruck dieses Aufbruchs und Kennzeichen einer unverwechselbaren und selbstbewussten Marke.

Die spiegelbildlichen Buchstaben D und C im neuen Logo verkörpern die Essenz von Dacia als „Marke, die definiert, was in der Automobilindustrie wesentlich ist“, so **Dacia CEO Denis Le Vot** im [Interview](#):





Die geometrische, bewusst reduzierte Typographie ist Ausdruck dieser aufs Essentielle konzentrierten Philosophie. Gleichzeitig repräsentiert sie den robusten Charakter, mit dem die Dacia Fahrzeuge ihre Kunden auf den internationalen Märkten ansprechen. Schliesslich vermitteln die pfeilartig aufeinander zulaufenden Buchstaben das Gefühl von Bewegung.



Neues Dacia Emblem

Neben dem neuen Logo und der neuen Schrift charakterisieren neue Farben den künftigen Dacia Markenauftritt. Basisfarbe wird Khaki-Grün - als Referenz an den Outdoor-Spirit der Marke, wie ihn der Kompakt-SUV Duster und die Anfang 2021 vorgestellte Studie Bigster verkörpern. Ergänzend hierzu finden sich in der Dacia Farbpalette die erdigen Töne Khaki dunkel, Terrakotta und Sand. Zwei weitere Sekundärfarben – leuchtendes Orange und Grün – runden die Palette ab.

Dacia führt die neue Corporate Identity ab Juni 2021 schrittweise über verschiedene Kommunikationskanäle ein, von markenspezifischen Websites über Werbung bis hin zu Broschüren. Ab Mitte 2022 sollen auch die Dacia Modelle sukzessive das neue Logo erhalten. Die Einführung in den Dacia Handelsbetrieben ist ab 2022 vorgesehen.



MEDIENKONTAKTE

Karin Kirchner

Direktorin Kommunikation

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

Maryse Luchtenborg

Kommunikationsattachée

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

ÜBER DACIA:

Dacia ist eine Marke der Renault Gruppe, die in 44 Ländern in Europa und im Mittelmeerraum vertreten ist. Die 1968 in Rumänien geborene Marke wurde von der Renault Gruppe übernommen und 2004 mit dem Logan neu positioniert. Dacia bietet Autos mit dem besten Preis-Leistungs-Verhältnis auf dem Markt. Dank ihrer ikonischen Modelle – Logan, Sandero und Duster – erfreut sich die Marke eines grossen kommerziellen Erfolgs. Seit ihrer Eingliederung in die Renault Gruppe hat Dacia mehr als 7 Millionen Fahrzeuge verkauft.

Die Marke Dacia ist seit 2005 in der Schweiz vertreten und wird durch die Renault Suisse SA importiert und vermarktet. Im Jahr 2020 wurden 6'628 neue Personenwagen und leichte Nutzfahrzeuge der Marke Dacia in der Schweiz immatrikuliert. Sandero und Duster sind die Bestseller der Marke. 2021 wird das erste Elektroauto der Marke, der Dacia Spring Electric, auf den Markt kommen. Das Händlernetz wird kontinuierlich ausgebaut und zählt mittlerweile 94 Partner, die Autos und Dienstleistungen an 118 Standorten anbieten.