

STORY

**NOUVEAU LOGO, NOUVEL EMBLÈME,
NOUVELLES COULEURS... TOUJOURS DACIA!**

Dacia bouscule encore une fois les codes. Cette fois sur un terrain inattendu : celui de son identité visuelle. Toujours plus affirmée et authentique, la marque affiche désormais un nouveau logo et un nouvel emblème, symboles de simplicité et de solidité, complétés par une nouvelle palette de couleurs pour évoquer la nature et les grands espaces. Cette vision très contemporaine des valeurs Dacia et de son ADN, dans un esprit «outdoor», exprime l'essentiel d'aujourd'hui : se reconnecter avec son environnement et partager des plaisirs simples avec ses proches. David, responsable du Studio Design pour la marque Dacia et Julie, Lead designer, en charge de l'identité visuelle, nous expliquent les fondements et les étapes de la création de ce nouvel univers visuel.

Lors de son plan stratégique début 2021, Dacia l'a annoncé : c'est une nouvelle page de son histoire qui s'écrit ! Cette annonce se concrétise aujourd'hui avec l'évolution de son image : nouveau logo, nouvel emblème, nouvelles couleurs, nouveau territoire... 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, toujours au juste prix.

«Dacia c'est la marque de l'essentiel, de la simplicité, de l'authenticité... Aujourd'hui la marque évolue et affiche de nouvelles ambitions. C'était donc le moment idéal pour faire évoluer son image, pour refléter et affirmer encore plus clairement son ADN et ses valeurs.» **David, Responsable du Studio Design pour la marque Dacia**



NOUVEAU LOGO, NOUVEL EMBLÈME, NOUVEL ENVIRONNEMENT GRAPHIQUE

Le renouveau de Dacia est incarné par un nouveau logotype et un nouvel emblème, symboles d'une marque singulière 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. Julie, lead designer en charge de l'identité visuelle Dacia explique la démarche créative qui a accompagné la refonte de l'univers visuel de la marque: *«Notre objectif dans la recherche créative était de faire évoluer l'univers de marque autour de ce qui la caractérise: la robustesse, la simplicité et la volonté d'aller à l'essentiel.»*

Le logotype, élément majeur de la nouvelle identité visuelle, inspire robustesse et stabilité au premier coup d'œil. Le dessin des lettres est volontairement minimaliste comme pour incarner visuellement l'esprit frugal et malin de la marque. Le D et le A sont allégés de leur barre, pour ne conserver que ce qui est essentiel à la reconnaissance des lettres. Le C est le miroir du D, illustration représentative d'une volonté de développer un langage formel simple et géométrique. Cette empreinte géométrique du logotype imprime à l'enchaînement des lettres un mouvement d'inspiration mécanique.

«Nous nous sommes inspirés d'objets empruntés aux univers du garage, de la mécanique: des engrenages, des chaînes, des outils etc. Autant d'objets auxquels on associe robustesse, fiabilité et fonctionnalité» Julie, Lead Designer en charge de l'identité visuelle Dacia

Quintessence du logo, l'emblème, simple et précis, représente la réunion du D et du C, comme 2 pièces qui se connectent et s'assemblent dans une symétrie parfaite, 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. Simples et lisibles, les deux éléments sont forts, 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 éléments qui composent cet univers apportent de la cohérence à l'ensemble, tout en permettant la création de contenus digitaux enrichis. C'est notamment le cas avec l'apparition d'une flèche récurrente engendrée par le D du logo, pour attirer le regard sur ce qui est essentiel. Dans l'esprit de la marque, l'ensemble du système graphique se veut à la fois simple, robuste et flexible.

LA COULEUR DES GRANDS ESPACES

La palette colorielle, autour d'un vert-kaki, évoque la proximité avec la nature, point de repère fort pour les clients Dacia, et territoire où les véhicules de la marque exploitent pleinement leur capacité, à l'instar de l'iconique Duster. *«Nous avons souhaité rapprocher la marque de son territoire de prédilection. Nous sommes donc aller chercher des couleurs qui évoquent l'outdoor et la nature»* explique Julie.

Des couleurs secondaires complètent la gamme colorielle. Un kaki foncé, un terra cota et un sable ancrent la marque dans la terre, tandis qu'un orange vif et un vert acidulé 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 se reconnecter avec son environnement et de revenir à l'essentiel. Pour cela, exit le ciel bleu vif ! La marque s'exprime avec des couleurs désaturées, pour montrer une nature authentique, vraie, propices aux moments essentiels. Une invitation à se concentrer sur ce qui compte vraiment, à se détacher du superflu et à vivre pleinement les petites aventures du quotidien. Dacia, Tout. Simplement.

ET SUR LES VOITURES ?

Les équipes Marketing, qui ont co-construit cette nouvelle identité visuelle, la déploient depuis juin 2021, à travers différents canaux de communication : les sites de la marque, la publicité, les brochures etc. Les points de vente Dacia arboreront fièrement cette nouvelle identité dès début 2022. Quant aux véhicules, ils adopteront logo et emblème au deuxième semestre 2022.

«La prochaine étape, pour nous, au Design, est d'implanter le nouvel emblème et le nouveau logo sur les véhicules de la marque. Ce sera le cas dès l'année prochaine, à l'automne 2022.» **David, Responsable du Studio Design pour la marque Dacia**

Vous pouvez retrouver l'interview complet en format vidéo ici: <https://youtu.be/bVdDTab7OYs> ou dans notre vidéothèque sous ce communiqué sur notre site média.

L'HISTOIRE DES LOGOS DACIA



Infographie disponible dans la médiathèque sous ce communiqué sur notre site média.

PLUS D'INFORMATIONS SUR L'HISTOIRE DE LA MARQUE

- Story Dacia, la petite marque qui voit grand: [ici](#)
- L'histoire de la marque: [ici](#)



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.