

NOUVELLE IDENTITÉ VISUELLE DU RÉSEAU DACIA

- **Révélee en 2021, la nouvelle identité visuelle de Dacia amorce une nouvelle étape dans l'histoire à succès de la marque.**
- **Son déploiement est prévu en trois phases : d'abord déployée sur les supports de communication, publicités et sites internet de Dacia mi-2021, elle va progressivement se décliner dans le réseau Dacia à partir du premier semestre 2022 avant d'apparaître sur les voitures de la marque fin 2022.**
- **La concession Dacia de Melun (LS Group) inaugure la nouvelle identité extérieure de la marque dans le réseau.**
- **Ce premier site pilote dans le réseau a permis de finaliser le nouveau concept d'identité visuelle extérieure Dacia, qui sera déployé dans toutes les concessions européennes de la marque dans les prochains mois.**

NOUVELLE SIGNALÉTIQUE EXTÉRIEURE INAUGURÉE

Le réseau Dacia change d'allure avec sa nouvelle identité visuelle extérieure afin d'accompagner le développement de la marque et de sa gamme de produits, tout en restant fidèle à ses valeurs socles de simplicité, robustesse et de frugalité. A travers cette nouvelle identité impactante, la marque renforce la visibilité extérieure et la modernité de son réseau.



La première concession européenne à révéler la nouvelle façade Dacia est située en région parisienne, à Melun (LS Group). Le déploiement de cette nouvelle signalétique extérieure dans le réseau va démarrer à partir du printemps avec le concours de fournisseurs européens, qui garantiront la meilleure prestation au meilleur coût pour les concessionnaires Dacia. Le projet se poursuivra avec l'application des standards à l'intérieur des showrooms, qui sont en train d'être définis.



FIDÈLE À LA NOUVELLE IDENTITÉ DE DACIA

La ligne kaki épaisse qui surligne les contours du bâtiment de la concession incarne la robustesse, la simplicité et le côté outdoor de la marque. Ce marquage sur les contours du bâtiment indique de façon évidente où se trouve la concession. Il encadre également l'emblème de la marque, réalisé en lettres boîtiers lumineuses : kaki le jour et blanc la nuit, avec les tranches des lettres en noir qui accentuent la robustesse de l'ensemble.

Un grand totem, permet d'identifier facilement la marque. Un deuxième totem de proximité, situé à côté de la porte d'entrée, souhaite la bienvenue aux clients et donne les informations pratiques. Les totems viennent mettre en valeur l'emblème de la marque. Ils sont composés de deux matières : le métal kaki et un décor inspiré du bois. Ce dernier est là pour apporter de la chaleur à l'ensemble, et évoque le territoire outdoor cher à la marque. Leur design volontairement massif, permet de leur donner une vraie présence dans l'espace.

Enfin, des drapeaux apportent une signalétique supplémentaire avec l'emblème Dacia et des touches de couleurs supplémentaires dont le terracotta et le sable. L'ensemble apporte aux clients et passants une meilleure visibilité extérieure de la marque Dacia. Tout simplement.

À PROPOS DE DACIA

Née en 1968 puis lancée en 2004 dans toute l'Europe et les pays du bassin méditerranéen, Dacia a toujours proposé des voitures offrant le meilleur rapport valeur /prix, en redéfinissant constamment ce qui est essentiel. Marque disruptive, Dacia conçoit des véhicules simples, polyvalents, fiables et en phase avec le style de vie de ses clients. Les modèles Dacia sont devenus des références sur le marché : Logan, la voiture neuve au prix de l'occasion ; Sandero, la voiture la plus vendue aux particuliers européens ; Duster, le SUV le plus abordable ; Spring, la championne de la mobilité électrique accessible en Europe. Dacia est une marque de Renault Group, présente dans 44 pays. Depuis 2004, Dacia a vendu plus de 7,5 millions de véhicules.