

STORY

IL NUOVO VOLTO DI DACIA ARRIVA NELLE CONCESSIONARIE

Nel 2022, Dacia scrive un nuovo capitolo del suo sviluppo. Ispirandosi alla nuova visual identity, svelata la scorsa estate, la Marca cambia il mondo grafico della sua rete di vendita. Impattante e fedele ai valori fondamentali Dacia, questo nuovo volto rafforza la visibilità esterna e la modernità della rete. Thomas, Direttore Efficacia Vendite e Marketing di Dacia, ci apre le porte del concessionario pilota.

In poco più di 15 anni, Dacia ha **rivoluzionato** più volte **i codici del mercato** automobilistico, pur rimanendo sempre in linea con lo stile di vita dei suoi clienti. Nel 2022, la Marca associa al suo **posizionamento unico** un modello di concessionario inedito, che oscilla tra semplicità e autenticità, natura e tecnicità.



«Abbiamo cominciato lavorando sul design esterno perché è la parte più visibile. E poi perché c'era già una base e, quindi, non dovevamo reinventare un concept. La sfida è stata capire come applicare la nuova visual identity di Dacia rispettando la struttura dei concessionari.»
Thomas, Direttore Efficacia Vendite e Marketing di Dacia

UNA VETRINA BASATA SULLA NUOVA VISUAL IDENTITY DELLA MARCA

Annunciata un anno fa da **Luca de Meo**, la "**Renalution**" aveva, in particolare, lo scopo di *«ridare più forza alle Marche del Gruppo Renault, ognuna con un suo territorio chiaro e differenziato»*. Alcuni mesi dopo, è in quest'ottica che Dacia ha svelato il suo nuovo mondo visuale.

Inizialmente, è stato incarnato da un **logo** minimalista, ispirato a oggetti derivati dai **mondi del garage e della meccanica**, come ingranaggi, catene e utensili. Tutti oggetti a cui si associa l'idea di forza, affidabilità e funzionalità. Quintessenza del logo, **l'emblema**, semplice e preciso, rappresenta l'unione della D e della C di Dacia, come due componenti simmetrici che formano **l'anello di una catena**, simboli di solidità e legame. Infine, Dacia ha abbandonato il blu per passare al verde kaki e a un'**inedita tavolozza di colori** che rimanda ai grandi spazi e allo spirito **outdoor** della Marca.

Il nuovo volto della rete di vendita Dacia, definito internamente dai team di design, si basa chiaramente su questi **elementi di identità e grafica** che, da Giugno 2021, si ritrovano sui supporti di comunicazione della Marca.

All'esterno, un **grande totem** segnala l'ingresso del concessionario. Ha la base di legno e la parte superiore in metallo color kaki, su cui spicca, in bianco, il nuovo emblema della Marca. Un secondo totem, posizionato di fianco alla porta di ingresso, fornisce informazioni pratiche. Una spessa **linea color kaki evidenzia i contorni della facciata** dell'edificio principale, quello in cui si trova lo **showroom** dove sono esposti i veicoli Dacia. Nella parte superiore della facciata, sopra la vetrina, spicca il logo della Marca a **lettere luminose**, con dettagli neri. Il logo, color kaki di giorno, si illumina diventando bianco di notte. Infine, le **bandiere** arricchiscono la segnaletica con l'emblema Dacia e nuovi tocchi di colore, tra cui Terracotta e Sabbia.

Gli interni dello showroom, che sono stati oggetto di un concorso tra tre agenzie creative a fine 2021, dovrebbero essere presentati in un sito pilota nel secondo quadrimestre del 2022. **L'area reception sarà molto accogliente**, affinché i clienti si possano sentire più a loro agio nel parlare con i consulenti e fare acquisti. «Un ruolo importante sarà attribuito anche al **digital** e al **branding**, tramite un nuovo percorso e una customer experience più trasparente, più semplice e più differenziante» spiega Thomas.



Nuovi colori, nuovo emblema, nuovo logo: i concessionari Dacia cambiano faccia!



ITALY OVERVIEW

«Il processo di rinnovamento dell'identità visuale nella nostra rete di vendita è fondamentale, una spinta per l'evoluzione del Marchio Dacia. Un nuovo look semplice ed accattivante, moderno e fresco, coerente con i modelli Dacia. In primavera, inaugureremo la prima concessionaria italiana con la nuova identità Dacia per raggiungere l'obiettivo del 40% di concessionarie con la nuova Visual Identity entro la fine del 2022.» **Guido Tocci**, Managing Director Dacia Italia.

DARE UN VALORE AGGIUNTO ALL'IMMAGINE DELLA MARCA DACIA

Il nuovo volto della rete di vendita Dacia ha lo scopo di **sostenere lo sviluppo** della Marca e della sua gamma di prodotti. Con questo look, non solo Dacia **rafforza la visibilità esterna** e la modernità della sua rete, ma **riafferma anche la sua presenza** sul territorio.

Sempre **fedele ai suoi valori fondamentali**, Dacia intende trasmetterli negli elementi che delimitano lo spazio dei suoi concessionari.

Il totem, volutamente alto e massiccio, incarna, ad esempio, la **robustezza** della Marca. Proprio come il bordo nero delle lettere luminose. Disegnando il profilo monocromatico della vetrina dello showroom, Dacia **va all'essenziale** indicando dove si trova il concessionario con sorprendente semplicità. L'uso del legno, alla base del totem, conferisce calore e autenticità al posto. Insieme al color kaki, onnipresente, rimanda allo spirito **outdoor** tanto caro a Dacia. Infine, l'uso del metallo e della tecnologia delle lettere retroilluminate conferisce un tocco di **modernità** e un elemento distintivo in più al concessionario.

L'ESEMPIO DEL SITO PILOTA DI MELUN

Inaugurato a Gennaio 2022, il concessionario Dacia di **Melun** è il **primo a presentare la nuova visual identity** esterna della rete di vendita della Marca.

Questo concessionario aveva il vantaggio di appartenere a un **partner storico** di Dacia e Renault: **LS Group** (Lamirault Schumacher). Inoltre, l'edificio era relativamente recente, cosa che ne ha reso più facile la trasformazione. Presentava una bella, grande facciata di vetro, nessuna segnaletica e un ingresso comodo.

Il concessionario di Melun ha permesso di definire il design concept che sarà esteso a tutta la rete di vendita della Marca nei prossimi mesi. L'obiettivo di Dacia è quello di trasformare, entro la fine del 2022, il 40% della rete di vendita della Marca.

DEALERSHIPS SEE DACIA'S NEW FACE



Il nuovo volto della rete di vendita Dacia in numeri.

RIDARE VALORE AL PRIMO CONTATTO DEL CLIENTE CON IL SUO FUTURO VEICOLO

Nel trasformare i suoi punti di vendita, Dacia ha cercato di **rendere piacevole la visita** dei clienti dal concessionario e **facilitare il loro primo contatto fisico** con i veicoli della gamma.



«Mescolando autenticità e accoglienza calorosa, Dacia vuole che i suoi clienti si sentano a loro agio.»

La Marca punta sui valori forti alla base del suo DNA, come la **robustezza, la semplicità e la frugalità** e si augura che i clienti, recandosi dal concessionario, si riconoscano in questa nuova identità.

L'uso di materiali come il legno e di colori come il verde kaki rimandano allo **stretto rapporto di Dacia con la natura**. *«Lo spirito outdoor è un forte punto di riferimento che i clienti ritrovano in concessionaria»*, garantisce Thomas. Riflette il bisogno di ristabilire un legame con l'ambiente e di condividere i piaceri semplici con le persone care.

Tutti questi elementi dimostrano la ferma volontà di Dacia di rafforzare **il legame di fiducia che ha instaurato con i suoi clienti**.



Dacia Bigster Concept è il primo veicolo Dacia che presenta la nuova visual identity della Marca

E POI?

Se la diffusione massiccia nella rete di vendita è prevista a partire da **Marzo 2022**, bisognerà aspettare ancora qualche mese prima di scoprire come **la nuova identità si declinerà anche sulle calandre** di Duster, Sandero, Spring e persino Nuovo Jogger, svelato a Settembre 2021 durante il Salone di Monaco.

Svelato un anno fa, **Dacia Bigster Concept** ha dato un primo assaggio di come dovrebbe essere il nuovo volto dei veicoli Dacia, mostrando con orgoglio l'inedito logo e l'emblema.

La metamorfosi della gamma avverrà nell'**autunno del 2022, terza fase dello sviluppo della nuova identità di Dacia.**

To be continued ...

CENNI SU DACIA

Nata nel 1968 e lanciata a partire dal 2004 in tutta Europa e nel bacino del Mediterraneo, Dacia ha sempre proposto le auto con il miglior rapporto qualità/prezzo, ridefinendo costantemente l'essenziale. Un Marchio dirompente, Dacia propone automobili semplici, polivalenti, affidabili e in sintonia con lo stile di vita dei suoi clienti. I modelli Dacia sono diventati un riferimento sul mercato: Logan, l'auto nuova al prezzo di un usato; Sandero, l'auto più venduta ai privati in Europa; Duster, il SUV più accessibile; Spring, leader della mobilità elettrica accessibile in Europa. Dacia è una marca del Gruppo Renault, presente in 44 paesi. Dal 2004, Dacia ha venduto più di 7 milioni di veicoli.