

NUOVA IDENTITÀ VISUALE DELLA RETE DI VENDITA DACIA

- Svelata nel 2021, la nuova identità visuale di Dacia segna una nuova tappa nella storia di successo della Marca.
- Il suo sviluppo avverrà in tre fasi: la prima fase è iniziata a metà 2021, tramite i supporti di comunicazione, pubblicità e siti internet, la seconda fase partirà invece entro il primo semestre 2022 e coinvolgerà progressivamente tutta la rete di vendita Dacia ed in fine nell'ultima parte del 2022 arriverà sui veicoli della Marca.
- In Francia, il concessionario Dacia di Melun (LS Group) è stato il primo a rinnovare e a inaugurare la struttura esterna con la nuova identità di Marca.
- Con il primo concessionario pilota si è definito il nuovo concept dell'identità visuale Dacia previsto all'esterno della struttura e nei prossimi mesi sarà esteso a tutti i concessionari europei.
- In Italia, entro la fine del 2022, il 40% dei concessionari Dacia adotterà la nuova identità visuale.

INAUGURATA LA NUOVA SEGNALETICA ESTERNA

La rete Dacia cambia look con una nuova identità visiva esterna per accompagnare lo sviluppo della Marca e della sua gamma di prodotti, restando, al tempo stesso, fedele ai suoi valori fondamentali di semplicità, robustezza e frugalità. Con questa nuova identità di impatto, la Marca rafforza la visibilità esterna e la modernità della sua rete.



Il primo concessionario europeo a svelare il nuovo volto di Dacia è situato nella regione parigina e, più precisamente, a Melun (LS Group). L'implementazione della nuova segnaletica esterna in rete comincerà da primavera. Il progetto continuerà portando i nuovi standard anche all'interno degli showroom.



FEDELE ALLA NUOVA IDENTITÀ DACIA

La spessa linea color kaki che evidenzia i contorni dell'edificio del concessionario incarna la robustezza, la semplicità e il carattere outdoor della Marca. Marcando i contorni dell'edificio, si indica chiaramente dove si trova il concessionario. La stessa linea circonda anche l'emblema della Marca, realizzato con lettere luminose: color kaki di giorno e bianco di notte, con dettagli neri per accentuarne la robustezza.

Il grande totem principale facilita l'individuazione della Marca Dacia. Un secondo totem, posizionato di fianco alla porta di ingresso, dà il benvenuto ai clienti e fornisce informazioni pratiche. I totem, che valorizzano l'emblema della Marca, sono composti da due materiali: metallo color kaki e una decorazione ispirata al legno. Il legno è stato scelto per conferire calore al tutto, rimandando anche agli spazi outdoor tanto cari alla Marca. Con il loro design, volutamente massiccio, i totem sono una vera presenza nello spazio.

Infine, le bandiere arricchiscono ulteriormente la segnaletica con l'emblema Dacia e nuovi tocchi di colore, tra cui Terracotta e Sabbia. Il risultato finale sarà d'impatto e contribuirà positivamente al processo di evoluzione del Brand Dacia.

Nel corso dell'anno, anche negli showroom italiani partirà il processo di implementazione della nuova identità visuale Dacia. La fase di rinnovamento prevede, entro la fine del 2022, che il 40% dei siti inizi a adottare la nuova immagine di Marca, con il nuovo look, il nuovo logo e il nuovo emblema.

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.