

HET NIEUWE GEZICHT VAN DACIA VANAF NU IN DE CONCESSIE

In 2022 begint Dacia een nieuw hoofdstuk in zijn ontwikkeling. Het merk putte inspiratie uit de nieuwe visuele identiteit die vorige zomer werd onthuld om het grafische universum van zijn concessies te laten evolueren. Hoewel het nieuwe gezicht trouw blijft aan de basiswaarden van de constructeur, oogt het indrukwekkend en versterkt het de zichtbaarheid naar buiten toe en de moderniteit van het netwerk. Thomas, Directeur Efficiëntie Verkoop & Marketing bij Dacia, opent voor ons de deuren van de pilootsite.

Op iets meer dan vijftien jaar tijd heeft Dacia de conventies van de autosector meermaals overhoop gehaald, al bleef de levensstijl van zijn klanten steeds centraal staan. In 2022 zet het merk zijn unieke positionering kracht bij met een ongezien concessiemodel dat schommelt tussen eenvoud en authenticiteit, tussen natuur en techniciteit.

“We hebben eerst de buitenkant onder handen genomen omdat die het meest zichtbaar is. En omdat de basis er al was, hoefden we geen nieuw concept uit te vinden. De uitdaging bestond erin om de nieuwe visuele identiteit van Dacia te integreren in de structuur van de concessies.” Thomas, Directeur Efficiëntie Verkoop & Marketing bij Dacia

EEN ETALAGE OP MAAT VAN DE NIEUWE VISUELE MERKIDENTITEIT

Het plan ‘Renaulution’, dat een jaar geleden werd aangekondigd door Luca de Meo, moest “de merken van Renault Group opnieuw kracht geven, elk binnen hun duidelijke en afgebakende segment”. Enkele maanden later licht Dacia het doek over zijn nieuwe visuele universum.

Dat universum werd in eerste instantie belichaamd door een minimalistisch logo, geïnspireerd op voorwerpen uit de garagewereld en de mechaniek, zoals tandwielen, kettingen of gereedschap. Stuk voor stuk voorwerpen die kracht, betrouwbaarheid en functionaliteit uitstralen. De kern van het eenvoudige en nauwkeurige logo was de voorstelling van de letters ‘D’ en ‘C’ uit de naam Dacia als twee symmetrische onderdelen die de schakel van een ketting vormden. Symbool voor soliditeit en verbondenheid. Tot slot ruilde Dacia het blauw voor kakigroen en een volledig nieuw kleurenpalet dat de weidse natuur en outdoorgeest van het merk oproept.

Het nieuwe gezicht van de Dacia-concessies, dat samen met de interne designteams werd uitgewerkt, steunt uiteraard op deze merkspecifieke en grafische elementen, die sinds juni 2021 terug te vinden zijn op de communicatiedragers van het merk.

Aan de buitenkant valt vooral de grote totem aan de ingang van de concessie op. De sokkel is van hout en het bovenste deel van kakikleurig metaal, inclusief het nieuwe merklogo, hier uitgevoerd in het wit. Een tweede totem naast de inkomdeur geeft praktische informatie weer. Een dikke kaki lijn op de gevel onderstreept de contouren van het hoofdgebouw, de showroom waar de Dacia-modellen worden tentoongesteld. Bovenaan de gevel, boven de etalage, straalt het merklogo in lichtgevende blokletters met zwart gelakte randen. Het logo, dat overdag een kakikleur heeft, wordt 's nachts wit verlicht. Voor extra signalisatie zorgen de vlaggen met Dacia-embleem en complementaire kleuraccenten zoals terracotta en zand.

Het interieur van de showroom was eind 2021 het voorwerp van een wedstrijd tussen drie ontwerpbureaus. Dat zou tussen april en augustus 2022 moeten worden voorgesteld op een pilootsite. De ontvangst zal warm zijn, zodat klanten zich op hun gemak voelen om met de adviseurs te praten en hun aankopen te doen. “Er zal ook een belangrijke plaats zijn voor digital en branding, met een nieuw traject en een transparantere, eenvoudigere en meer gedifferentieerde klantervaring”, legt Thomas uit.

EEN TOEGEVOEGDE WAARDE VOOR HET MERKIMAGO VAN DACIA

Het nieuwe Dacia-gezicht in de concessie moet de ontwikkeling van het merk en zijn productgamma ondersteunen. Met dit decor versterkt Dacia niet alleen zijn zichtbaarheid naar buiten toe en de moderniteit van zijn netwerk, maar bevestigt het merk ook zijn aanwezigheid op het grondgebied.

Dacia blijft trouw aan zijn basiswaarden en heeft ze doorgetrokken naar de elementen die zijn concessies bepalen.

De bewust hoge en massieve totem belichaamt bijvoorbeeld de robuustheid van het merk, net als de zwarte omlijsting van lichtgevende blokletters. Met deze monochrome contouren rond de vitrine van de showroom gaat Dacia terug naar de essentie door de plaats van de concessie met een verbazingwekkende eenvoud aan te geven. Het gebruik van hout voor de basis van de totem ademt warmte en authenticiteit. In combinatie met de alomtegenwoordige kakikleur verwijst het naar het outdooruniversum dat Dacia zo na aan het hart ligt. Tot slot creëren het metaal en de technologie van de blokletters met achtergrondverlichting een moderne toets die de concessie nog extra cachet geeft.

HET VOORBEELD VAN DE PILOOTLOCATIE IN MELUN

De Dacia-concessie in Melun, die in januari 2022 werd ingewijd, is de eerste vestiging in het net die de nieuwe visuele merkidentiteit krijgt.

Deze concessie had het voordeel dat ze toebehoort aan een historische partner van Dacia en Renault: LS Group (Lamirault Schumacher). Anderzijds was het gebouw relatief recent, wat de verbouwing vergemakkelijkte. Het had een mooie en grote glazen gevel, was vrij van signalisatie en had een praktische ingang.

De concessie van Melun heeft het mogelijk gemaakt om het designconcept, dat de komende maanden in alle concessies van het merk zal worden geïmplementeerd, te voltooien. Dacia wil tegen eind 2022 niet minder dan duizend concessies ombouwen. Dat is ongeveer 40 procent van zijn primaire netwerk.

HET EERSTE CONTACT VAN DE KLANT MET ZIJN TOEKOMSTIGE WAGEN HERWAARDEREN

Door zijn verkooppunten om te bouwen, heeft Dacia getracht het bezoek van zijn klanten aan de concessie aangenamer te maken en hun eerste fysieke contact met de modellen te vergemakkelijken.

Het kleurenpalet van de concessies is immers eenvoudig herkenbaar en de signalisatie (grote totem, vlaggen) rond het hoofdgebouw is van ver zichtbaar. 's Nachts lokt de witte achtergrondverlichting van de merknaam en het logo de klanten als een lichtbaken naar de plaats van de Dacia-concessie.

Het merk zet in op de sterke waarden die ten grondslag liggen aan zijn DNA, zoals robuustheid, eenvoud en zuinigheid, en wil dat klanten zich herkennen in deze nieuwe identiteit wanneer ze naar een concessie komen.

Het gebruik van materialen zoals hout en kleuren zoals kakigroen bevestigen Dacia's nauwe band met de natuur. "Die outdoorgeest is een sterk referentiepunt dat klanten in de concessie willen terugvinden," verzekert Thomas. Hij kristalliseert de behoefte om zich opnieuw te verbinden met zijn omgeving en eenvoudige geneugten te delen met zijn naasten.

De moderne en kwalitatieve afwerking van elementen zoals de blokletters die van de gevel lijken los te komen en overdag in kakigroen en 's nachts wit licht verschijnen, bevestigen de aanwezigheid van Dacia te midden van andere concurrenten.

Al die intenties illustreren Dacia's streven om de vertrouwensband met zijn klanten te versterken.

EN DAARNA?

Hoewel de massale ontplooiing in de concessie gepland is vanaf maart 2022, zal het nog enkele maanden duren vooraleer we de nieuwe identiteit kunnen ontdekken op het radiatorrooster van Duster, Sandero, Spring en zelfs Nieuwe Jogger, die in september 2021 werd onthuld op het autosalon van München (IAA Mobility).

De Dacia Bigster Concept, die een jaar geleden werd onthuld, gaf een voorsmaakje van het nieuwe Dacia-gezicht door trots het onuitgegeven logo en embleem te dragen.

Deze metamorfose van het gamma komt er in de herfst van 2022 en vormt de derde fase in de ontplooiing van Dacia's nieuwe merkidentiteit.

Wordt vervolgd ...

Op de Belgisch-Luxemburgse markt zal de concessie van Groep Paesmans in Beringen in de maand maart het startschot geven van de uitrol van de nieuwe visuele identiteit voor het Belgische verdelersnet. Daarna volgen tot het einde van het jaar 2022 zesentwintig andere strategische Dacia vestigingen van het Belgisch-Luxemburgse verdelersnet.