

LE NOUVEAU VISAGE DE DACIA ARRIVE EN CONCESSION

En 2022, Dacia écrit un nouveau chapitre de son développement. Inspirée par une nouvelle identité visuelle, révélée l'été dernier, la marque fait évoluer l'univers graphique de ses concessions. A la fois impactant et fidèle aux valeurs socles du constructeur, ce nouveau visage renforce la visibilité extérieure et la modernité du réseau. Thomas, Directeur Efficacité Ventes & Marketing Dacia, nous ouvre les portes du site pilote.

En un peu plus de 15 ans, Dacia a plusieurs fois bousculé les codes du marché automobile tout en restant en phase avec le mode de vie de ses clients. En 2022, la marque accompagne son positionnement singulier avec un modèle de concession inédit, oscillant entre simplicité et authenticité, nature et technicité.

« Nous avons commencé par travailler sur l'extérieur parce que c'est la partie la plus visible. Et puis parce que la base était déjà là donc nous n'avions pas à réinventer un concept. Le challenge était de trouver comment appliquer la nouvelle identité visuelle de Dacia en respectant la structure des concessions. » Thomas, Directeur Efficacité Ventes & Marketing Dacia

UNE VITRINE CALQUÉE SUR LA NOUVELLE IDENTITÉ VISUELLE DE LA MARQUE

Annoncée il y a un an par Luca de Meo, la « Renaulution » avait notamment pour vocation de « redonner plus de force aux marques de Renault Group, chacune avec son territoire clair et différencié ». Quelques mois plus tard, c'est dans cette optique que Dacia levait le voile sur son nouvel univers visuel.

Il était d'abord incarné par un logotype minimaliste, inspiré d'objets empruntés aux univers du garage, de la mécanique, comme des engrenages, des chaînes ou des outils. Autant d'objets auxquels on associe force, fiabilité et fonctionnalité. Quintessence du logo, l'emblème, simple et précis, présentait, lui, l'union du D et du C de Dacia, comme 2 pièces symétriques formant le maillon d'une chaîne. Symbole de solidité et de lien. Enfin, Dacia abandonnait le bleu pour le vert-kaki et une toute nouvelle palette de couleurs évoquant les grands espaces et l'esprit outdoor de la marque.

Définis en interne, avec les équipes du Design, le nouveau visage des concessions Dacia s'appuie bien évidemment sur ces éléments identitaires et graphiques, qu'on retrouve depuis juin 2021 sur les supports de communication de la marque.

Extérieurement, un grand totem marque l'entrée de la concession. Son socle est en bois et sa partie haute en métal kaki, incluant le nouvel emblème de la marque coloré en blanc. Un deuxième totem de proximité, situé à côté de la porte d'entrée, donne des informations pratiques. Une ligne kaki épaisse surligne les contours de la façade du bâtiment principal. Celui qui abrite le showroom où sont exposés les véhicules Dacia. En partie haute de la façade, au-dessus de la vitrine, le logotype de la marque est incarné par des lettres boîtiers lumineuses dont les tranches sont peintes en noir. Kaki le jour, le logotype s'éclaire en blanc la nuit. Enfin, des drapeaux apportent une signalétique supplémentaire avec l'emblème Dacia et des touches de couleurs complémentaires dont le terracotta et le sable.

L'intérieur du showroom a fait l'objet d'un concours entre trois agences créatives, fin 2021. Il devrait être présenté sur un site pilote au second quadrimestre 2022. L'accueil sera chaleureux, afin que les clients se sentent plus à l'aise pour échanger avec les conseillers et faire leurs achats. « Une place importante sera également allouée au digital et au branding, à travers un nouveau parcours et une expérience client plus transparente, plus simple et plus différenciante » explique Thomas.

DONNER UNE VALEUR AJOUTÉE À L'IMAGE DE MARQUE DE DACIA

Le nouveau visage de Dacia en concession a pour vocation d'accompagner le développement de la marque et de sa gamme de produits. A travers ce décor, non seulement Dacia renforce sa visibilité extérieure et la modernité de son réseau, mais la marque réaffirme aussi sa présence sur le territoire.

Toujours fidèle à ses valeurs socles, Dacia les a insufflées dans les éléments qui jalonnent l'espace de ses concessions.

Volontairement haut et massif, le totem, incarne par exemple la robustesse de la marque. Tout comme le cerclage noir des lettres boîtiers lumineuses. En dessinant ce contour monochrome de la vitrine du showroom, Dacia va à l'essentiel en indiquant l'emplacement de la concession avec une étonnante simplicité. L'utilisation du bois, à la base du totem, apporte chaleur et authenticité au lieu. Associé à la couleur kaki, omniprésente, il évoque le territoire outdoor, cher à Dacia. Enfin, l'utilisation du métal et de la technologie des lettres boîtiers rétroéclairées apporte une touche de modernité et un cachet supplémentaire à la concession.

L'EXEMPLE DU SITE PILOTE DE MELUN

Inaugurée en janvier 2022, la concession Dacia de Melun est le premier site à bénéficier de la nouvelle identité visuelle extérieure de la marque dans le réseau.

Cette concession avait l'avantage d'appartenir à un partenaire historique de Dacia et Renault : LS Group (Lamirault Schumacher). D'autre part, le bâtiment était relativement récent, facilitant sa transformation. Il avait une belle et grande façade vitrée, était vierge de toute signalétique et disposait d'une entrée pratique.

La concession de Melun a permis de finaliser le concept design qui sera déployé dans toutes les concessions de la marque durant les prochains mois. L'objectif de Dacia étant de transformer pas moins de 1000 concessions d'ici la fin 2022. Soit environ 40 % du réseau primaire de la marque.

REVALORISER LE PREMIER CONTACT DU CLIENT AVEC SON FUTUR VÉHICULE

En entreprenant de transformer ses points de vente, Dacia a cherché à agrémente la visite de ses clients en concession et à faciliter leur premier contact physique avec les véhicules de sa gamme.

En effet, la palette de couleurs arborée par les concessions est aisément identifiable et la signalétique (grand totem, drapeaux) qui entoure le bâtiment principal est visible de très loin. De nuit, le rétroéclairage blanc de l'emblème et du logotype guide les clients vers l'emplacement de la concession Dacia comme un phare.

La marque mise sur les valeurs fortes qui font son ADN, telles que la robustesse, la simplicité et la frugalité, et souhaite que les clients se reconnaissent dans cette nouvelle identité lorsqu'ils viennent en concession.

L'utilisation de matières comme le bois et de couleurs comme le vert-kaki évoquent la proximité de Dacia avec la nature. « Cet esprit outdoor, c'est un point de repère fort que les clients viennent retrouver en concession », assure Thomas. Il cristallise un besoin de se reconnecter avec son environnement et de partager des plaisirs simples avec ses proches.

Le traitement à la fois moderne et qualitatif des éléments tels que les lettres qui se détachent de la façade et qui apparaissent en vert-kaki de jour et en lumière blanche de nuit, réaffirment la présence de Dacia au milieu d'autres concurrents.

Toutes ces intentions illustrent le désir de Dacia de raffermir le lien de confiance qu'elle a tissé avec ses clients.

ET APRÈS ?

Si le déploiement massif en concession est prévu dès mars 2022, il faudra patienter encore quelques mois avant de découvrir la déclinaison de cette nouvelle identité sur les calandres de Duster, Sandero, Spring ou même de Nouveau Jogger, dévoilé en septembre 2021, lors du Salon automobile de Munich (IAA Mobility).

Révéle il y a un an, Dacia Bigster Concept donnait un avant-gout de ce que devrait être le nouveau visage des voitures Dacia, en arborant fièrement logo et emblème inédits.

Cette métamorphose de la gamme interviendra en réalité à l'automne 2022 et constituera la troisième phase du déploiement de la nouvelle identité de Dacia.

Affaire à suivre...

Chez Dacia Belgique-Luxembourg, le Groupe Paesmans inaugurera au mois de mars dans sa concession à Beringen le déploiement de cette nouvelle identité visuelle. D'ici à la fin 2022, 26 autres centres stratégiques de Dacia Belux lui emboîteront le pas.