

NIEUW LOGO, NIEUW EMBLEEM, NIEUWE KLEUREN... NOG STEEDS DACIA!

Dacia slaat andermaal een andere weg in. Dit keer op een onverwacht terrein: dat van zijn visuele identiteit. Het alsmaar assertievere en authentiekere merk beschikt voortaan over een nieuw logo en een nieuw embleem, symbolen van eenvoud en soliditeit, aangevuld met een nieuw kleurenpalet dat natuur en uitgestrekte ruimtes ademt. Deze uiterst eigentijdse 'outdoor'-visie op de waarden en het DNA van Dacia, drukt de essentie van vandaag uit: opnieuw voeling krijgen met de omgeving en eenvoudige genoegens delen met familie en vrienden. David, verantwoordelijke van de Designstudio voor het merk Dacia, en Julie, lead designer, verantwoordelijk voor de visuele identiteit, geven tekst en uitleg over de fundamenteën van en stappen in de creatie van dit nieuwe visuele universum.

Bij de voorstelling van zijn strategische plan begin 2021 kondigde Dacia het al aan: het merk schrijft een nieuwe bladzijde in zijn geschiedenis! Deze aankondiging krijgt vandaag gestalte in de evolutie van het merkimago: een nieuw logo, nieuw embleem, nieuwe kleuren, nieuw territorium... maar zonder zijn oorsprong te verloochenen. Toch raakt Dacia niet aan het recept dat het merk zo succesvol heeft gemaakt. Het wordt alleen voorgesteld in een nieuw licht om de merkwaarden te bekrachtigen, en dat nog steeds tegen de juiste prijs.

"Dacia staat in het teken van de essentie, eenvoud, authenticiteit... Vandaag evolueert het merk en toont het zijn nieuwe ambities. Het ideale moment dus om zijn imago te laten evolueren, om zijn DNA en waarden nog duidelijker weer te geven en te bevestigen."
David, hoofd van de Designstudio voor het merk Dacia

NIEUW LOGO, NIEUW EMBLEEM, NIEUWE GRAFISCHE OMGEVING

De vernieuwing van Dacia uit zich in een nieuw logo en een nieuw embleem, die symbool staan voor een uniek en krachtig merk. Beide elementen werden door het interne designteam ontworpen ter bevestiging van de merkfocus op de essentie, al sinds het ontstaan van het merk een van de fundamenteën van Dacia. Julie, de lead designer die verantwoordelijk is voor de visuele identiteit van Dacia, verklaart de creatieve aanpak die aan de basis ligt van het nieuwe visuele universum van het merk: *"Het doel van ons creatieve onderzoek was om het merkuniversum te laten evolueren rond wat het kenmerkt: robuustheid, eenvoud en de wil om tot de essentie te komen."*

Het **logo**, het hoofdelement in de nieuwe visuele identiteit, ademt vanaf de eerste aanblik robuustheid en stabiliteit. De vorm van de letters werd bewust minimalistisch gehouden, als om de zuinige en uitgeknipte geest van het merk visueel te belichamen. De D en de A zijn van hun streepjes ontdaan om enkel over te houden wat essentieel is om de letters te herkennen. De C is de spiegel van de D, een illustratie van de wil om een eenvoudige en geometrische vormtaal te ontwikkelen.

Die geometrische afdruk van het logo geeft de opeenvolgende letters een mechanisch geïnspireerde beweging. *"We hebben ons laten inspireren door voorwerpen uit de wereld van de garage en de mechanica: tandwielen, kettingen, gereedschap, enz. Stuk voor stuk voorwerpen die robuustheid, betrouwbaarheid en functionaliteit verenigen."*
Julie, Lead Designer belast met de visuele identiteit van Dacia

Als essentie van het logo vertegenwoordigt het eenvoudige en nauwkeurige **embleem** de combinatie van de D en de C, als twee onderdelen die met elkaar verbonden en samengevoegd worden tot een perfect symmetrie, om een schakel in een ketting te vormen, als symbool van stevigheid en verbinding.

Het grafische embleem oogt krachtig en zal het mogelijk maken om het merk zelfs op afstand gemakkelijk te identificeren. De twee eenvoudige en vlot leesbare elementen zijn opgevat als een vanzelfsprekend gegeven om op ondubbelzinnige wijze te verwijzen naar het solide karakter van de Dacia-modellen, die voor miljoenen klanten een dagelijkse metgezel zijn.

Het hele grafische universum is bewust uitgepuurd om te benadrukken dat Dacia zich op de essentie concentreert. De componenten van dit universum zorgen voor coherentie in het geheel terwijl ze tegelijk de creatie van rijkere digitale inhoud mogelijk maken. Dat geldt met name voor de terugkerende pijl door de D van het logo om de aandacht te vestigen op wat essentieel is. Conform de geest van het merk is dit grafische systeem tegelijk robuust en flexibel.

DE KLEUR VAN GROTE RUIMTEN

Het kleurenpalet, opgebouwd rond kakigroen, verwijst naar de nabijheid van de natuur, een sterk referentiepunt voor Dacia-klanten en een plaats waar de auto's van het merk hun capaciteiten ten volle kunnen benutten, naar het voorbeeld van de iconische Duster. *"We wilden het merk dichterbij zijn favoriete speelterrein brengen. Daarom zijn we op zoek gegaan naar kleuren die doen denken aan de buitenwereld en de natuur",* legt Julie uit.

Secundaire kleuren vervolledigen het kleurenpalet. Donker kaki, terracotta en zand verankeren het merk in de aarde, terwijl fel oranje en frisgroen voor een meer technische toets zorgen.

De geest van het merk wordt ook belichaamd in een **nieuwe iconografische benadering** die de behoefte aan vrijheid, herbronnen, verbinding met zijn omgeving en de terugkeer naar de essentie symboliseert. Dat doen we niet langer met helder hemelsblauw. Het merk drukt zich voortaan uit in onverzadigde kleuren om een authentieke, echte natuur te tonen die bijdraagt tot essentiële momenten. Een uitnodiging om zich te focussen op wat er echt toe doet, het overbodige los te laten en volop te genieten van de kleine avonturen van elke dag. **Dacia. Gewoon. Goed.**

EN OP DE WAGENS?

De marketingteams, die deze nieuwe visuele identiteit mede hebben uitgewerkt, implementeren ze sinds juni 2021 via verschillende communicatiekanalen: de websites van het merk, reclame, brochures, enz. Vanaf begin 2022 zullen ook de verkooppunten van Dacia deze nieuwe identiteit trots etaleren. **De voertuigen worden vanaf de tweede helft van 2022 getooid met het logo en embleem.**

"De volgende stap voor ons als ontwerpers bestaat erin het nieuwe embleem en het nieuwe logo op de voertuigen van ons merk te plaatsen. Dat gebeurt vanaf volgend jaar, in het najaar van 2022."

David, hoofd van de Designstudio voor het merk Dacia