

PLUS DE 1 000 SITES DACIA A LA NOUVELLE IMAGE DE MARQUE



- Depuis début 2022, Dacia déploie sa nouvelle identité dans son réseau commercial. L'objectif est de renforcer l'attractivité et la visibilité de ses points de ventes tout en restant la marque au meilleur rapport prix / prestations du marché. Cette modernisation s'appuie sur des nouveaux showrooms et sur une signalétique extérieure forte.
- En novembre 2023, plus de 1 000 points de vente ont déjà mis en œuvre la nouvelle identité de marque, avec une accélération très marquée sur l'année 2023. En effet, 750 sites du réseau primaire sont passés à la nouvelle image cette année, représentant ainsi 3 sites par jour ouvré.

ÉVOLUTION DE L'UNIVERS GRAPHIQUE DES CONCESSIONS

À l'extérieur, l'univers graphique des concessions est simple, visible et percutant pour un parcours client intuitif et fluide. Les différents éléments de signalétique (drapeaux, totems, panneaux, parkings...) sont parfaitement identifiables. L'attractivité est renforcée et suscite l'envie d'entrer dans le showroom.

La couleur kaki est mise à l'honneur et permet au client de reconnaître aisément la présence de la marque quel que soit l'environnement.

Lorsque le showroom Dacia est intégré à un site multimarque de Renault Group, la signalétique à la nouvelle image de marque permet d'identifier clairement la présence de la marque dans cet environnement et d'orienter le client vers le service qu'il recherche.

À l'intérieur, les éléments identitaires et graphiques sont impactants. Comme pour l'identité visuelle extérieure, le nouvel univers intérieur des points de vente Dacia est incarné par l'emblème alliant le D et le C de Dacia symbolisant la solidité d'un maillon de chaîne, et la nouvelle palette de couleurs renvoyant à l'esprit outdoor de la marque. Ces nouveaux aménagements intérieurs, éco-responsables et flexibles, ont été pensés pour un parcours au plus proche des clients et réaffirment les brand markers de Dacia : Eco-Smart, Robuste & Outdoor, Essentiel & Cool.

PLUS DE 1 000 SITES À LA NOUVELLE IDENTITÉ DE MARQUE

En novembre 2023, plus de 1 000 concessions ont déjà adopté la nouvelle image de marque, dans plus de 30 pays. Le déploiement a débuté par l'extérieur en avril 2022 pour se poursuivre par l'intérieur dès avril 2023.

L'objectif est que toutes les concessions Dacia soient passées à la nouvelle signalétique pour accueillir le lancement du nouveau Duster en juin 2024 dans tous les pays où la marque est commercialisée, ce qui représente près de 2 000 concessions.

Le déploiement va donc se poursuivre, toujours en phase avec les valeurs de simplicité, robustesse et authenticité de la marque. Il est une belle impulsion pour affirmer les ambitions de Dacia.

CONTACTS PRESSE

Grégoire VITRY

Responsable Communication Produit Dacia
+33 6 79 67 20 95
gregoire.vitry@daciacom

Aurélien ANDRÉ

Attachée de Presse Dacia
+33 6 82 13 50 76
aurelien.andre@daciacom

Justine KOHR

Attachée de Presse Dacia France
+33 6 45 410 198
justine.kohr@daciacom

À PROPOS DE DACIA

Née en 1968 puis relancée par Renault Group en 2004 dans toute l'Europe et les pays du bassin méditerranéen, Dacia a toujours proposé des voitures offrant le meilleur rapport valeur / prix, en redéfinissant constamment ce qui est essentiel. Marque disruptive, Dacia conçoit des véhicules simples, polyvalents, fiables et en phase avec le style de vie des clients. Les modèles Dacia sont devenus des références sur le marché : Sandero, la voiture la plus vendue aux particuliers européens chaque année depuis 2017 ; Duster, le SUV le plus vendu aux particuliers en Europe depuis 2018 ; Spring, la championne de la mobilité électrique accessible ; Jogger le véhicule familial polyvalent du segment C. Présente dans 44 pays, Dacia a vendu plus de 8 millions de véhicules depuis 2004.

