

## NOVA IDENTIDADE DACIA. CAPÍTULO 3: OS AUTOMÓVEIS

- **A NOVA IDENTIDADE VISUAL DA DACIA ESTA A SER IMPLEMENTADA EM TODA A GAMA**
- **NOVO EMBLEMA DACIA LINK, NOVO LOGOTIPO, NOVAS CORES... MAS A MESMA SIMPLICIDADE NO DESIGN**
- **UMA MUDANÇA QUE SERA SIMULTANEA EM TODA A GAMA, COM A ABERTURA DAS ENCOMENDAS A 16 DE JUNHO E AS PRIMEIRAS ENTREGAS NO FINAL DO ANO**



Depois dos suportes de comunicação (em meados de 2021) e da rede de concessionários, que começou a transformação, no início de 2022, é agora a vez de os automóveis adoptarem a nova identidade da marca. Para além das mudanças de design, esta nova identidade reflecte, também, um compromisso com o futuro, ao mesmo tempo que capitaliza os fortes valores que fizeram da Dacia uma marca tão bem-sucedida.

Os automóveis estão disponíveis para encomenda a partir de 16 de Junho. As primeiras entregas estão agendadas para o quarto trimestre de 2022.

**A NOVA IDENTIDADE VISUAL DA DACIA ESTÁ A CHEGAR A TODOS OS AUTOMOVEIS DA MARCA**

O emblema **Dacia Link**  um símbolo chave da nova identidade visual da marca, foi posicionado no meio da grelha dianteira dos automóveis, que viu o padrão ser redesenhado e adotou a tonalidade branca.

Tal como os elos de uma cadeia, os "D" e "C" interligados e com linhas minimalistas, formam um novo emblema que reflecte a robusta simplicidade do novo desenho. **Dacia Link** é uma imagem de marca facilmente reconhecível, visível tanto ao perto como ao longe. O emblema é também apresentado no centro de cada jante.

Outra mudança visível é a adição do logótipo no painel traseiro e no volante de cada automóvel. Com um desenho minimalista, o lettering foi simplificado, de modo a que permaneça apenas o essencial, o suficiente para distinguir cada letra individual.

Novos desenvolvimentos no design incluem, ainda, a introdução da cor cinzenta Megalite nas barras de tejadilho, para a zona inferior dos para-choques dianteiro e traseiro, assim como nos espelhos retrovisores do Sandero Stepway, do Spring e até do Duster.

“ A revelação da nova identidade visual em toda a gama Dacia marca o terceiro e último capítulo da estratégia de implementação que começou há mais de um ano. Este novo universo está de acordo com os nossos valores - simples, robusto, autêntico - de uma forma mais assertiva e moderna. Este lançamento é um novo impulso visível para a Dacia na realização das suas ambições.

**Denis Le Vot**, CEO da Dacia

”

## O MESMO ADN, UM NOVO IMPULSO

Em apenas alguns meses, a Dacia renovou a gama e acrescentou dois novos modelos: O Spring, um automóvel 100% eléctrico, e o Jogger, o versátil automóvel de família do segmento C.

A implementação desta nova identidade visual completa esta renovação. Portanto, a Dacia mudou tudo, mas esforçou-se por manter o foco no que é essencial.

Para a Dacia, essencial significa oferecer automóveis sem elementos supérfluos, mas que satisfaçam as expectativas dos clientes. Acima de tudo, são automóveis robustos e fiáveis que oferecem uma grande versatilidade para o uso quotidiano, mas também para fugir à rotina e dar largas ao desejo de evasão. A nova cor *Lichen Kaki*, uma tonalidade de verde que lembra musgo e terra, foi introduzida para sublinhar a estreita relação da Dacia com a natureza.

Dacia é uma marca irreverente no sentido em que procura abordar o automóvel de forma diferente, em particular tentando favorecer o consumo racional. Isto resultará no abandono gradual de certos materiais, como os acabamentos cromados, mas também, como tem sido o caso desde há vários anos, de todo o couro de origem animal.

A Dacia implementará, gradualmente, um dos compromissos assumidos pelo Grupo Renault na Assembleia Geral Anual, a 23 de Abril de 2021. A partir de 2023, a Dacia será a primeira marca do grupo a ter 100% dos seus automóveis com um limite máximo de velocidade de 180 km/h.

“ O lançamento da nova identidade visual, em toda a gama Dacia, é um grande exercício de coordenação para as nossas equipas. Graças à contribuição de todas as unidades de negócio, a Dacia está a obter um novo visual, mantendo o seu ADN. Esta transformação é uma oportunidade para mostrarmos que a nossa maneira de concebermos automóveis pode ser, simultaneamente, essencial e atractiva.

**Lionel Jaillet**, Diretor de Desempenho de Produto Dacia

O logótipo simples reflecte a essencialidade que caracteriza a marca. Do mesmo modo, o emblema Dacia Link, inspirado no mundo da mecânica, evoca simplicidade e robustez. Traz também o simbolismo da criação de elos de ligação, um elemento forte da comunidade da Dacia.

**David Durand**, Diretor de Design da Dacia

A Dacia tem vindo a evoluir com a passagem do tempo e a sua imagem está a tornar-se mais moderna. E os fundamentos dos produtos estão a ser ainda mais reforçados para satisfazer as expectativas reais dos clientes. Automóveis versáteis e robustos, concebidos para as actividades ao ar livre, com equipamentos inteligentes e uma abordagem económica e ecológica muito pragmática. A nova identidade visual transporta estas mensagens e torna a marca ainda mais desejável. É um novo começo para a Dacia!

**Lionel Jaillet**, Directeur Performance Produit Dacia

## UMA MUDANÇA EM SIMULTÂNEO EM TODOS OS AUTOMÓVEIS

Esta será uma estreia na indústria automóvel, já que a nova identidade visual está a ser implementada, simultaneamente, em toda a gama Dacia. A partir da manhã do dia 16 de Junho, os clientes poderão encomendar os automóveis com a nova identidade visual. Para os ver ao vivo, terão de esperar até ao Salão Automóvel de Paris, em Outubro de 2022. Os primeiros automóveis chegarão, gradualmente, à rede Dacia, na sequência do certame.

### SOBRE A DACIA

*Fundada em 1968 e relançada pelo Grupo Renault em toda a Europa e bacia do Mediterrâneo em 2004, a Dacia sempre ofereceu automóveis que oferecem a melhor relação qualidade/preço, redefinindo constantemente o que é essencial.*

*Uma marca disruptiva, a Dacia concebe automóveis simples, versáteis, fiáveis e em sintonia com os estilos de vida dos clientes. Os modelos da Dacia tornaram-se referências de mercado: o Logan, o automóvel novo ao preço de um usado; o Sandero, o automóvel mais vendido aos consumidores particulares europeus todos os anos desde 2017; o Duster, o SUV mais vendido aos consumidores europeus desde 2018; o Spring, o campeão da mobilidade eléctrica acessível; o Jogger, o versátil automóvel familiar do segmento C.*

*Presente em 44 países, a Dacia já vendeu mais de 7,5 milhões de veículos desde 2004.*