

NOV LOGOTIP, NOV ZAŠČITNI ZNAK, NOVE BARVE ... A ŠE VEDNO DACIA!

Dacia spet pretresa ustaljena pravila. Tokrat s spremembo svoje celostne podobe. Vedno bolj odločna in pristna znamka se odslej ponaša z novim logotipom in novim zaščitnim znakom, ki še bolj ponazarjata enostavnost in čvrstost. Dopolnjuje ju še nova paleta barv, ki priključuje podobe narave in velikih prostranstev. To zelo sodobno videnje vrednot znamke Dacia in njene genske zasnove z občutkom za naravno okolje izraža bistvo današnjega dne: ponovno vzpostavljanje povezave z okoljem in skupno doživljanje preprostih užitkov z najbližjimi. David, vodja za znamko Dacia v Studio Design, in Julie, glavna oblikovalka, odgovorna za celostno podobo, pojasnjujeta temelje in etape ustvarjanja te nove celostne podobe.

Dacia je ob predstavitvi svoje nove strategije na začetku leta 2021 napovedala, da to pomeni začetek novega poglavja v njeni zgodovini. Ta napoved se zdaj uresničuje z razvojem celostne podobe: z novimi logotipom, zaščitnim znakom, barvami in področji ... vendar znamka ostaja zvesta svojim koreninam. Čeprav formula, ki je zaslužna za uspeh znamke, ostaja enaka, zdaj v novi dobi in novi obleki poudarja iste vrednote in še naprej za zmerno ceno.

»Dacia je znamka, ki se osredotoča na bistveno, na enostavnost, pristnost ... Danes se znamka razvija naprej in kaže nove ambicije. To je torej odlična priložnost za preobrazbo celostne podobe, ki naj še bolj jasno odraža in potrjuje njeno gensko zasnovo in njene vrednote.«

David, vodja za znamko Dacia v Studio Design

Nov logotip, nov zaščitni znak, novo grafično okolje

Prenovo Dacie uteleša njena nova logotip in zaščitni znak, ki oba označujeta prepoznavno in odločno znamko. Ta dva elementa so ustvarili v oblikovalskem oddelku Dacie z željo, da izrazi bistvo znamke, njene temelje, ki so jo vodili od njenega začetka. Julie, glavna oblikovalka pri Dacii in odgovorna za celostno podobo, pojasnjuje ustvarjalni pristop pri prenovi celostne podobe znamke: *»Cilj našega ustvarjalnega raziskovanja je bil sprememba grafičnega jezika znamke in njegova osredotočenost na njene glavne značilnosti: čvrstost, enostavnost in voljo do seganja k bistvenemu.«*

Logotip, pomemben del nove celostne podobe, že na prvi pogled daje občutek robustnosti in stabilnosti. Oblika črk je namenoma minimalistična in odraža zadržan in bister značaj. Črki D in A sta odprti, brez črtic, obdržali sta le tisto, kar je bistveno za njuno prepoznavo. Črki C in D sta zrcalni sliki ena druge in poudarjata željo po oblikovanju enostavnega in geometričnega grafičnega jezika.

Te geometrične poteze logotipa verigi črk vdihnejo vtis mehničnega gibanja.

»Navdih smo dobili pri predmetih, ki se jih najde v delavnicah, pri mehaniki: zobniki, verige, orodje ipd. Gre torej za predmete, ki so praviloma povezani z robustnostjo, zanesljivostjo in funkcionalnostjo.«

Julie, glavna oblikovalka pri Dacii in odgovorna za celostno podobo

Zaščitni znak je pravzaprav izvleček, esenca logotipa, ki z enostavnimi in jasnimi obrisi ponazarja zvezo med črkama D in C kot dvema elementoma, ki sta združena v popolni simetriji kot močna in trdno povezana člena verige, simbola čvrstosti in povezanosti.

Zaščitni znak je močan grafični element, ki bo omogočal enostavno in takojšnjo prepoznavnost tudi na daleč.

Enostavna in lahko berljiva elementa sta močna simbola, ki delujeta kot zagotovitvi in potrditvi čvrstosti vozil znamke Dacia, vsakdanjih spremljevalcev milijonov kupcev.

Celoten grafični jezik je namerno zelo zadržan in prečiščen kot opomnik, da je Dacia znamka, ki je osredotočena na bistveno. Vsak del tega grafičnega okolja prispeva k njegovi celoviti skladnosti in koherentnosti, obenem pa omogoča tudi ustvarjanje raznolikih digitalnih vsebin. To še zlasti velja za puščičasto obliko črke D v logotipu, ki pogled usmerja k bistvenemu. Povsem v duhu znamke je njen celoten grafični jezik enostaven, čvrst in prilagodljiv.

Barve širnih prostranstev

Barvna paleta, zasnovana okrog zelene kaki barve, evocira povezanost z naravo, ki je za kupce znamke Dacia zelo pomembna, in na teren, na kakršnem avtomobili znamke, kot je ikonični Duster, pridejo do polnega izraza. *»Znamko smo želeli bolj približati njenemu najljubšemu okolju. Tako smo torej iskali barve, ki spominjajo na širna prostranstva in naravo,«* pojasni Julie.

Barvno paleto dopolnjujejo drugotne barve. Temna kaki, terakota in peščena znamko sidrajo na zemljo, medtem pa živa oranžna in svetlo zelena dodajata malo bolj tehničen pridih.

Bistvo znamke je utelešeno tudi v **novi ikonografiji**, ki ponazarja njeno potrebo po svobodi, po obnovi energije, povezanosti z okoljem in povratku k bistvenemu. Zaradi tega slovo od nebesno modre barve! Znamka se izraža z manj nasičenimi in bolj umirjenimi barvnimi toni, ki kažejo izviren, pristen značaj, ki se osredotoča na bistveno. Vabilo na posvečanje tistemu, kar resnično šteje, odklopu od odvečnega in k polnemu uživanju v malih vsakdanjih pustolovščinah. Dacia. Preprosto vse.

Kaj pa na avtomobilih?

Ekipe marketinga, ki so soustvarjale novo celostno podobo, jo od junija 2021 postopoma uvajajo v različnih komunikacijskih kanalih: na spletnih straneh znamke, v oglasih, brošurah itn. Na prodajno-servisnih mestih znamke Dacia se bodo elementi nove celostne podobe postopoma bohotiti od začetka leta 2022. **Vozila bodo novi logotip in novi zaščitni znak dobila v drugi polovici leta 2022.**

»Naslednji korak za nas oblikovalce je umestitev novega zaščitnega znaka in logotipa na vozila znamke. To bomo uvedli naslednje leto, z jesenjo 2022.«

David, vodja za znamko Dacia v Studio Design

O ZNAMKI DACIA

Dacia je znamka Skupine Renault in je navzoča v 44 državah, predvsem v Evropi in Sredozemlju. Ustanovljena je bila leta 1968 v Romuniji, kasneje pa jo je kupila Skupina Renault in jo leta 2004 prenovila z modelom Logan. Dacia ponuja vozila z najboljšim razmerjem med uporabno vrednostjo in ceno. Zahvaljujoč svojim zvezdnim modelom – Loganu, Sanderu in Dusterju – je znamka postala pristna zgodba o uspehu. Do danes je Dacia prodala že več kot 7 milijonov vozil.