**Yeni logo, yeni amblem, yeni renkler…
 hala Dacıa!**

**Dacia, yeni tanıtılan görsel kimliğiyle daha iddiali hale geliyor. Yepyeni logo ve amblemle sadelik ve dayanıklılığın simgelerini öne çıkaran marka, renk paletiyle de outdoor tarafını vurguluyor. Dacia, outdoor ruhuna sahip çağdaş vizyonu ile moderniteyi yeniden tanımlayarak, “çevremizle yeniden bağlantı kurma ve sevdiklerimizle sade zevkleri paylaşma” temasıyla yeni yüzüne kavuşuyor.**

**Dacia Stüdyo Tasarım Başkanı David ve Görsel Kimlikten Sorumlu Tasarım Lideri Julie, yeni tasarımı nasıl yarattıklarını ve aşamalarını açıklıyor.**

Dacia, 2021'in başlarında yeni stratejisini açıklayarak bunun tarihindeki yeni bir aşamanın başlangıcı olduğunu belirtti. Bu duyuru, bugün, Dacia’nın değişen imajıyla somutlaştırılıyor. Köklerine sadık kalmaya devam eden marka, başarısının arkasındaki unsurları değiştirmeksizin, her zamanki gibi uygun fiyatla değerlerini yansıtan bir tarz ve hissiyat sunuyor.

Dacia Stüdyo Tasarım Başkanı David, Dacia’nın gerekliliklere, sadelik ve orijinalliğe odaklanan bir marka olduğunu ifade ederek, “Bugün marka yeni hedefleriyle yeni bir döneme adım atıyor. Bu, markanın arkasındaki DNA ve değerleri net şekilde yansıtan ve yineleyen imajını değiştirmek için mükemmel bir fırsat“ dedi.

**Yeni logo, yeni amblem, yeni görsel dil**

Dacia'nın yeni tasarımı, farklı ve iddialı bir markanın göstergeleri olan yeni logosu ve yeni amblemi ile ön plana çıkıyor. Bu iki özellik, ilk günden bu yana Dacia'ya rehberlik eden markanın özünü vurgulamaya çalışan Tasarım Ekibi tarafından yaratıldı. Dacia Görsel Kimlik Sorumlusu ve Tasarım Başkanı Julie, markanın görsel dilinde gerçekleştirilen revizyonun arkasındaki yaratıcı yaklaşımı şöyle açıklıyor: “Hedefimiz, yaratıcı bir araştırma yaparak markanın görsel dilini, ‘dayanıklılık, sade tasarım ve gerekliliklere odaklanma” gibi temel özelliklere sadık kalarak değiştirmekti.”

Görsel kimliğin temel bir özelliği olan **logo** ilk bakışta sağlamlık ve istikrar hissi veriyor. Özellikle minimalist tutulan harflerin şekli, markanın ölçülü ve zeki karakterini yansıtıyor. “D” ve “A” harfleri değiştirilerek, yalnızca harfleri tanımaya yetecek kadarı bırakılıyor. “C” ve “D”, basit ve geometrik bir görsel dil geliştirme arzusunu vurgulayacak şeklide ikiz görüntü şeklinde tasarlanıyor. Logonun geometrik çizgileri, harf zincirine mekanik bir hareket hissi veriyor. Dacia Görsel Kimlikten Sorumlu Tasarım Lideri Julie, tamirhane ve atölyelerde bulunan sağlamlık, güvenilirlik, işlevsellikle ilişkilendirilen dişliler, zincirler ve aletlerden esinlendiklerini belirtiyor.

Logodan hareketle üretilen ve “D” ve “C” harflerinin bir araya gelmesiyle oluşan **amblem** sade ve net hatlarıyla, güçlü ve ayrılmaz bir bağlantı ile bir araya gelen bir zincirin mükemmel ve simetrik halkalarını andırıyor. Güçlü bir görsel tasarıma sahip olan amblem, uzaktan bile kendini belli ediyor.

Bu yeni sade ve güçlü görseller, her gün milyonlarca müşteriye hizmet vermeye devam eden bir kalite olan Dacia araçlarının sağlam yapısını yansıtıyorlar.

**Dacia'nın temel gerekliliklere odaklanan bir marka olduğunu hatırlatmak için bütün grafik tasarım bilinçli olarak küçültülüyor.** Bu görsel dilin her bir bileşeni, daha fazla dijital içerik için yeni fırsatlar yaratırken, uyumlu bir bütünlük oluşturmak üzere diğer bileşenlere uyum sağlıyor. Logonun “D” harfinde yer alan ve oku andıran bir görünüme sahip bileşen de tam olarak bunu yapıyor ve işin özüne dikkat çekiyor. Tıpkı temsil ettiği marka gibi, genel grafik tasarım da “sade, sağlam ve esnek”.

**Harika dış mekan renkleri**

**Haki yeşili renk paleti, markanın doğaya olan yakınlığını anımsatıyor.** Dacia Görsel Kimlikten Sorumlu Tasarım Lideri Julie bununla ilgili olarak, “Markayı doğaya yakınlaştırmak istedik. Bu yüzden, dış mekan ve doğayı çağrıştıran renkleri tercih ettik” diyor. Yardımcı renkler ürün serisini tamamlıyor. Koyu haki, terakota ve kum tonları markayı toprakla ilişkilendirirken, turuncu ve parlak yeşil daha teknolojik bir dokunuş getiriyor.

Dacia temeli olan özgürlük, güç toplama, doğaya ve özüne dönme ihtiyacını simgeleyen **yeni ikonografisiyle** de ön plana çıkıyor. Marka, daha otantik, orijinal ve hafif, özgün doğayı çağrıştıran renkleri tercih ediyor. Böylece gerçekten önemli olana odaklanmaya ve gereksiz olan her şeyden kurtulmaya ve küçük maceralara atılmaya davet ediyor.

Haziran 2021’de tanıtılan yeni görsel kimlik web siteleri, reklamlar, broşürler ve Dacia satış noktalarında 2022 yılının başından itibaren kullanılmaya başlayacak. Dacia Stüdyo Tasarım Başkanı David, “Tasarım ekibi olarak bir sonraki adımımız, yeni amblem ve logoyu tüm marka araçlarında kullanmak olacak. Buna, önümüzdeki yıl içerisinde, 2022 sonbaharında başlayacağız” dedi.