

# DACIA, DES CHOIX DE COULEURS ET MATIÈRES QUI INCARNENT L'UNIVERS DE LA MARQUE

Un D et un C, deux lettres blanches connectées l'une à l'autre, formant un lien au milieu d'une calandre noire. Le nouvel emblème «Dacia Link» de Dacia, tel qu'il figure sur la calandre de ses modèles, symbolise parfaitement les orientations de la marque en termes de choix de couleurs et matières. Des choix forts, pris pour correspondre toujours plus aux «balises philosophiques» de la marque: l'essentiel, la simplicité mais aussi l'esprit d'aventure. Comment cela se traduit-il concrètement sur les modèles actuels de la gamme? Qu'est-ce que cela signifie pour les futurs véhicules? Hélène, Chef Designer Couleurs et Matières de Dacia, nous explique l'esprit de ces choix et nous révèle en exclusivité quelques nouveautés à venir... en la matière.

Les véhicules Dacia inspirent l'esprit d'aventure, les voyages en famille au grand air, la liberté, la convivialité. Pourquoi ? Parce que leur design exprime la robustesse, la simplicité, la durabilité, l'habitabilité, grâce notamment à des choix forts en termes de matériaux et de couleurs, la plupart étant directement inspirés par la nature.

*«Etant pêcheuse, je suis quelqu'un de proche de la nature. Ce que je souhaite apporter dans mon travail, c'est une cohérence avec ma vie personnelle.»* **Hélène, Chef Designer Couleurs et Matières de Dacia**

## TOUJOURS A LA RECHERCHE DE L'ESSENTIEL

A l'écoute des besoins essentiels de ses clients, Dacia cherche à aborder l'automobile différemment, en privilégiant une consommation raisonnée. Faire preuve d'un tel pragmatisme impose d'effectuer des choix forts, notamment en termes de design. Dans ce domaine, le service «Couleurs et Matières» de la marque est en première ligne. Sa responsable, Hélène, le confie: *«Il est capital pour Dacia de travailler de la manière la plus authentique possible. Le client doit se rendre compte qu'il y a une recherche de simplicité et d'essentialité dans notre travail. Bannir les artifices à la mode et être à la recherche de nouvelles matières plus respectueuses de l'environnement est une démarche de création pure, quasi-fondamentale.»*

Pour cela, Dacia ose. Dévoilée en juin dernier, la couleur inédite Lichen Kaki, nuance de vert qui rappelle la mousse et la terre, est la première teinte dite opaque à faire son apparition dans la gamme. Non seulement elle souligne la proximité de Dacia avec la nature et ses éléments, mais elle présente deux qualités essentielles pour la marque: elle est sans mica, (paillettes métalliques) donc une formulation de la couleur plus simple et grâce à son aspect «non métallisé», dépourvu de paillette brillante, les salissures d'usage se voient moins. *«L'absence de métal dans les peintures opaques apporte un côté très solide » juge Hélène qui précise que « cela correspond bien au style robuste de Dacia».* Ce type de teintes va d'ailleurs s'étoffer rapidement dans la gamme de coloris disponibles.

## ABANDON TOTAL DU CHROME ET DU CUIR : DEUX CHOIX FORTS ET ASSUMES

Ce sont deux matériaux qui ont été et qui restent, pour beaucoup, emblématiques de l'automobile. Mais le chrome et le cuir d'origine animale font partie du passé pour Dacia, pour qui il était temps de changer d'ère, en les remplaçant de manière intelligente. Le choix des matières de substitution a ainsi été orienté par la recherche d'une meilleure durabilité et de procédés de fabrication plus respectueux de l'environnement. *« On a essayé d'utiliser des matériaux avec le moins d'empreinte carbone possible, sur la fabrication et la durée de vie »* précise Hélène.

Ainsi, en complément des tissus, l'intérieur des futurs modèles Dacia pourra recevoir un cuir synthétique appelé TEP (tissu enduit de plastique). Ce matériau, agréable au toucher, facile d'entretien et très résistant est parfaitement adapté à l'esprit des modèles Dacia tournés vers la famille et à l'aventure au grand-air. Hélène en est convaincue: *«On retrouve dans la clientèle de Dacia des gens proches de la nature qui ont besoin d'utiliser leur voiture sans trop de précautions Le TEP apporte une durabilité d'usage parfait pour eux.»*

De son côté, le chrome disparaît aussi bien à l'extérieur qu'à l'intérieur des modèles Dacia. Les éléments d'habillage seront désormais peints de couleur gris acier. Ce traitement présente un avantage pour les clients comme pour la planète: la peinture est plus respectueuse de l'environnement car bien moins émettrice de CO2 que le chromage, elle est plus résistante aux rayures et présente une meilleure durabilité. Et alors que la très grande majorité des logos automobiles sont chromés, le nouvel emblème «Dacia Link»

de Dacia est lui, peint en blanc. «*On a cherché à avoir un logo très visible*» explique Hélène. «*Pour cela, le blanc est parfait car c'est une couleur qui tranche avec le noir de la nouvelle calandre des véhicules Dacia.*»

### **DES TEXTILES SOUPLES POUR PLUS DE DURABILITE**

Toujours dans une optique de plus grande durabilité, de nouveaux matériaux textiles souples vont faire leur apparition à l'intérieur, par exemple pour remplacer les actuels placages en plastique sur la planche de bord. Ce choix offre de nombreux avantages dont une meilleure absorption phonique et un toucher soft sur ces pièces habituellement dures. Qui plus est, le textile est non rayable et ne grince pas, contrairement aux pièces rigides. Hélène ne voit que points positifs pour le client: «*Les matériaux souples comme ces textiles offrent une ambiance plus cosy, un intérieur plus chaleureux.*»

Tous ces choix concernant les couleurs et matières des véhicules Dacia s'inscrivent dans une recherche permanente de l'essentiel. Comme le confie Hélène, «*quand il y a une cohérence entre un intérieur, un extérieur et les couleurs et matières d'un véhicule, je pense qu'on a réussi le challenge*».

L'authenticité du design de Dacia et de ses choix de couleurs et de matériaux profite aux clients comme à l'environnement. Du design vertueux dont Hélène peut être fière.

## **CONTACTS MÉDIAS:**

**Karin Kirchner**

Directrice de la communication

[karin.kirchner@renault.com](mailto:karin.kirchner@renault.com) – 044 777 02 48

**Marc Utzinger**

Attaché de communication

[marc.utzinger@renault.com](mailto:marc.utzinger@renault.com) – 044 777 02 28

Retrouvez plus d'informations sur notre [site médias](#).

## **À PROPOS DE DACIA:**

*Dacia est constructeur automobile depuis 1968. Depuis 2004, la marque offre le meilleur rapport qualité-prix du marché en Europe et dans les pays méditerranéens. Dacia redéfinit sans cesse ce qui est essentiel et s'impose en précurseur lorsqu'il s'agit de créer des véhicules fiables, simples et polyvalents correspondant au mode de vie de ses clients.*

*Grâce à ces valeurs, les modèles Dacia sont devenus des références en matière de mobilité abordable : avec Logan, la voiture neuve au prix d'une occasion. Avec Sandero, la voiture la plus vendue sur le marché européen des clients particuliers. Avec Duster, le premier SUV abordable. Et avec Spring, le précurseur de l'électromobilité abordable en Europe.*

*Dacia est une marque du Groupe Renault et est présente dans 44 pays. Dacia a vendu plus de 7,5 millions de véhicules depuis 2004.*

*Présente en Suisse depuis 2005, la marque Dacia est importée et commercialisée par Renault Suisse SA. En 2021, 6'385 nouvelles voitures particulières et véhicules utilitaires légers Dacia ont été immatriculés en Suisse. Les best-sellers de la marque sont Sandero et Duster. Le premier véhicule électrique de la marque, Dacia Spring, est arrivé sur le marché en 2021. Le réseau de distribution évolue continuellement et compte désormais 102 partenaires qui proposent les produits et services de la marque dans 119 points de vente.*