Dată

22/04/2026

De vorbă cu echipa de design Dacia: cum a prins formă noua generație Dacia Logan, Sandero, Sandero Stepway, Jogger



Sebastian-Mihai Stoianov – Designer Exterior Dacia

1. Ce feedback al clienților a influențat direcția designului exterior?

„ Feedbackul clienților este esențial pentru noi, dar îl integrăm întotdeauna în armonie cu valorile și identitatea Dacia. Pentru aceste modele, ne-am dorit să aducem un plus de modernitate și expresivitate, păstrând în același timp robustețea care definește marca.

De aici a pornit și noua semnătură luminoasă, o evoluție de la Y-ul consacrat către un T-shape reinterpretat într-un stil pixel-art. Este o grafică modernă, care se potrivește perfect cu personalitatea mașinii: robustă, cool și pregătită pentru aventură.

Zona frontală are protecții pronunțate, iar partea din spate continuă aceeași logică, o semnătură luminoasă nouă și elemente de protecție care accentuează vibe-ul outdoor. Când prezentăm un concept car, el devine o promisiune. Versiunea de producție trebuie să păstreze această identitate, dar și să aducă noutăți, pentru a menține prospețimea și interesul publicului.”



2. Care a fost cea mai mare provocare în realizarea facelift-ului?

„În design, provocările sunt firești. De multe ori, ideile noastre nu sunt imediat fezabile tehnic, chiar dacă sunt puternice vizual. De aceea, procesul presupune un echilibru între viziunea de design și cerințele ingineriei.

Provocarea principală este să găsim acel punct comun în care estetica și partea tehnică funcționează impecabil împreună. Este o ‘bătălie prietenească’, pentru că toți avem același obiectiv: un produs final care arată bine, este robust și funcționează perfect.

Chiar dacă au existat multe provocări, ele fac parte din procesul normal. Iar rezultatul final arată că toate aceste ajustări au fost făcute cu intenție bună și cu o direcție clară.”





Florina-Cristina Stoianov – Designer Interior Dacia

1. Ce element de interior a trecut prin cele mai multe revizii până a ajuns la forma finală?

„Surprinzător, aeratoarele au fost elementul care a trecut prin cele mai multe revizii. Deși consola centrală este mult mai complexă, ea a fost aprobată mult mai repede. În schimb, aeratoarele au avut multe constrângeri tehnice, pentru că orice detaliu - fie o rază, fie o muchie sau o mică înclinare, poate influența fluxul de aer. Din acest motiv am avut foarte multe propuneri și ajustări până am ajuns la forma finală.

Cred că am avut peste 50 de propuneri diferite. A fost un adevărat ping-pong între design și inginerie: testam, ajustam, verificam din nou. Fiecare detaliu conta, iar procesul a fost mult mai laborios decât pare la prima vedere.”



2. Ce schimbări aduce designul interior în acest facelift?

„La interior, provocările sunt diferite față de exterior. Piesele sunt mai mici, iar restricțiile tehnice sunt mai mari. De aceea, am decis să ne concentrăm pe două zone principale: aeratoarele și consola centrală.

La aeratoare, forma exterioară nu a putut fi modificată, deoarece depinde de piesele din jur, precum bordul. În schimb, am lucrat intens la partea grafică, pentru a crea un element iconic, mai vizibil și mai modern. Am introdus un deco-part inspirat din limbajul grafic al noilor modele, pentru a crea o legătură vizuală coerentă.

Consola centrală a fost simplificată și modernizată. Ne-am dorit un efect de „floating”, o apariție mai ușoară și mai elegantă. Deși anumite constrângeri tehnice nu ne-au permis să mergem și mai departe, rezultatul este mult mai actual și mai rafinat decât versiunea anterioară. Am păstrat subtil forma de Y în zona schimbătorului, ca element de continuitate între generații.”



3. Cum ați integrat feedbackul în designul interior?

„Feedbackul direct nu ajunge întotdeauna la noi sub forma unor cerințe punctuale, dar îl simțim prin modul în care funcționează produsul. Dacă un element este apreciat, vânzările și reacțiile din producție confirmă acest lucru. Dacă ceva nu funcționează, suntem imediat alertați.

Așadar, feedbackul este mai degrabă indirect, dar extrem de important. Ne ajută să înțelegem ce trebuie păstrat, ce trebuie îmbunătățit și cum putem evolua în direcția potrivită."

Dragoș Stuparu – Culori și Materiale

1. Ce tendințe actuale în culori și materiale au influențat cel mai mult direcția acestui proiect?

„Suntem într-un moment în care brand-urile auto își doresc tot mai mult să iasă în evidență. De aceea, pentru acest proiect am ales o direcție mai expresivă, cu mai mult contrast și un impact vizual mai puternic. Chiar dacă Dacia a fost tradițional asociată cu nuanțe pământii, discrete, acum am mers către o strategie mai îndrăzneață, dar fără să pierdem ADN-ul brandului: inspirația din natură și culori care nu par artificiale.

Elementul central al strategiei este noua culoare de lansare – o nuanță de galben personalizată, derivată din tonuri de kaki. Este vibrantă, dar rămâne ancorată în filosofia Dacia. Culoarea de lansare este pilonul de la care construim tot restul poveștii vizuale, inclusiv interiorul, unde nuanțele

de denim și kaki sunt gândite să o completeze.

Pentru Sandero și Logan am introdus culoarea Sandstone, împrumutată de la Duster. Deși inițial a fost creată special pentru Duster, am fost surprinși cât de bine funcționează și pe aceste două modele.

La Sandero Stepway am înlocuit literele de pe exterior cu o bandă grafică. Este o soluție flexibilă și scalabilă, care ne permite să adaptăm rapid modelul în cazul unor ediții limitate.”





2. Care a fost cel mai dificil material de validat pentru producție și de ce?

„Cel mai dificil material a fost Microcloud, un material cu rol mai degrabă funcțional. Provocarea a apărut atunci când a trebuit aplicat pe zone curbe, precum partea superioară a bordului. Este un material rigid, care se aplică ușor pe suprafețe plane, cum ar fi scaunele, dar mult mai greu pe forme rotunjite. A fost nevoie de multe teste până am ajuns la un rezultat satisfăcător."

3. Cum găsești echilibrul între estetică, durabilitate și cost atunci când alegi materialele?

„În orice compromis vedem o oportunitate, acesta este mindsetul nostru. Când ceva nu se poate sau avem limitări, învățăm să jonglăm cu opțiunile și să găsim soluții.

Tehnic vorbind, punem mai multă valoare pe elementele mici, cele care au impact vizual direct pentru client, și reducem din zonele mai puțin vizibile. Astfel reușim să echilibrăm estetica, costurile și durabilitatea. Investim în detalii care contează și compensăm în zone unde diferența nu este percepută."

4. Cu ce noutăți vin aceste modele noi?

„Scopul a fost să ieșim mai mult în evidență, iar acest lucru se vede în toate nivelurile de echipare. De la cele de bază până la cele superioare, fiecare aduce culoare și personalitate.

Paleta începe cu nuanțe de denim, continuă cu tonuri de petrol blue pentru nivelul Journey, iar pe Extreme păstrăm direcția inspirată din natură, cu accente de kaki. La interior, păstrăm elementele funcționale în zonele esențiale pentru Extreme, în timp ce Journey pune accent pe confort și detalii. Stepway rămâne un hibrid între cele două, cu un echilibru între funcțional și expresiv.”



1. Care a fost cea mai mare provocare comună în alinierea designului exterior, interior și a materialelor?

Cristina Stoianov:
„De multe ori lucrăm separat până la un anumit punct. Echipa care se ocupă de design interior și cea de pe culori și materiale comunică mai des, dar în general fiecare își urmărește direcția. Ne întâlnim în ședințele tehnice, vedem ultimele actualizări 3D și atunci ne consultăm. Fiecare are zona lui, iar alinierea se face treptat.”

Dragoș Stuparu:
„Avem multe constrângeri, iar asta ne obligă să fim creativi. Căutăm soluții în zone în care poate alții nu s-ar uita. Limitările ne fac să colaborăm mai mult și să găsim direcții comune.”

2. Cum v-au influențat deadline-urile ritmul de lucru și deciziile creative?

Dragoș Stuparu:
„A existat un moment în care proiectul a trebuit reluat aproape de la zero, odată cu schimbarea planificării. A fost o provocare majoră. A trebuit să adaptăm tot ce aveam, idei, direcții și potențial la un nou buget și la un timp mult mai scurt.”

Sebastian-Mihai Stoianov:
„Prima versiune a proiectului era complet diferită. Într-un timp foarte scurt a trebuit să trecem la o propunere B, fără timp suplimentar. A fost intens, dar rezultatul arată că am reușit.”

Dragoș Stuparu:
„A fost dificil să o luăm de la capăt cu noi propuneri. Dar tocmai presiunea asta ne-a făcut să lucrăm extrem de eficient.”

3. De câte ori ați refăcut un element până ați ajuns la varianta finală?

Cristina Stoianov:
„Doar o mică parte din munca noastră ajunge la client, poate 10%. În spate sunt zeci de propuneri și multe elemente refăcute. În design există și competiții interne între mai mulți designeri, înainte de faza finală. Depinde de proiect, dar de obicei trecem prin multe iterații.”

Dragoș Stuparu:
„Pe partea de culori și materiale nu avem timp pentru competiții interne, pentru că lucrăm direct cu furnizorii și depindem mult de dezvoltarea lor.”

Date contact centrul de presă

Rafaela Bachios, adresă de e-mail: rafaela-raluca.bachios@dacia.com