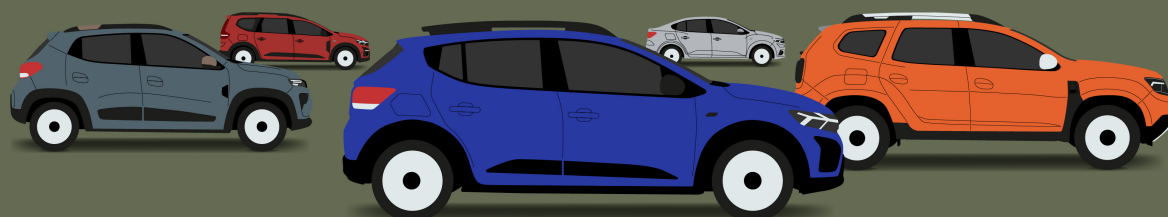


8 MILIOANE DE CLIENȚI DIN 2004 - POVESTEA DE SUCCES A MĂRCII DACIA CONTINUĂ

**8 MILLION
DACIA VEHICLES
SOLD SINCE 2004***



* THE YEAR DACIA LOGAN WENT ON SALE

Care sunt atuurile și particularitățile brandului Dacia ? În cele ce urmează vă oferim câteva informații surprinzătoare despre parcursul Dacia în ultimii 19 ani.

Odată cu lansarea primului model Logan, în anul 2004, Dacia a promovat o viziune pragmatică asupra automobilului: redefinirea constantă a ceea ce este esențial, propunând cel mai bun raport preț/prestații.

O rețetă care funcționează și care a convins până acum 8 milioane de clienți. Să (re)descoperim împreună ingredientele acestei rețete de succes.

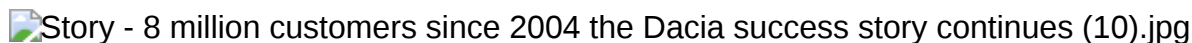
DOUĂ ETAPE ISTORICE, CINCI LOGO-URI

Primul logo al mărcii, în formă de scut, ilustra un vultur așezat pe creasta unui munte, având în partea superioară acronimul UAP – Uzina de Autoturisme Pitești. Inspirată din heraldica județului Argeș, această primă emblemă a fost înlocuită în anul 1980 de o versiune simplificată, în care numele mărcii, Dacia, este marcat cu litere argintii pe un fond negru.

În 2003, la 4 ani de la intrarea Dacia în Grupul Renault, este adoptat un nou logo, tot în formă de scut, dar cu accente moderne și cu un fundal albastru dominant.

Al patrulea logo este inaugurat în anul 2008, odată cu lansarea modelului Sandero. Albastrul este înlocuit de o nuanță de gri deschis.

În fine, în 2021 își face apariția actuala emblemă a mărcii, cunoscută sub denumirea «Dacia Link», alcătuită din literele D și C unite.

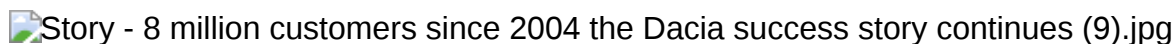


44 DE PIEȚE

Prima generație a modelului Logan, lansată în 2004, ar fi urmat să fie vândută cu precădere în România și în fostele state din blocul socialist. Cu toate acestea, ca urmare a succesului înregistrat și al interesului major al publicului, la mai puțin de un an de la prezentare, modelul a fost pus în vânzare și în țările Europei Occidentale.

În prezent, modelele Dacia sunt comercializate în 44 de țări, pe 4 continente. Cele mai mari vânzări sunt realizate în Franța, urmată de Italia.

Pentru al doilea an consecutiv, Dacia este cea mai vândută marcă din Europa pe piața de retail. Ea figurează pe primul loc în Portugalia și Belgia și pe locul al treilea în Franța. Sunt performanțe care subliniază relevanța ofertei mărcii și calitatea modelelor sale.

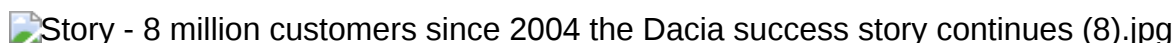


O MARCĂ PREFERATĂ DE CLIEȚII PARTICULARI

În prezent, gama Dacia este alcătuită din modele cu o poziționare de piață clară și cu un design atrăgător. Notorietatea mărcii pe plan european este tot mai mare.

Vânzările sunt în creștere constantă. În 2022, Dacia a atins o cotă de piață record de 7,6% în segmentul de retail din Europa (față de 6,2% în 2021). Marca beneficiază de unul din cele mai înalte nivele de fidelizare a clienților de pe piață, reușind în același timp să atragă constant noi clienți care anterior nu s-ar fi orientat către un vehicul Dacia.

Pentru al șaselea an consecutiv (începând din 2017), Dacia Sandero este cel mai vândut model către clienții persoane fizice din Europa. La rândul său, Duster a ocupat a doua poziție în același clasament în anul 2022 fiind totodată cel mai vândut SUV către clienții particulari începând din anul 2018.




O GAMĂ ATRĂGĂTOARE

În prezent, gama Dacia cuprinde modelul electric de oraș Spring (lansat în 2020), modelul hatchback de segment B, Dacia Sandero, împreună cu versiunea Sandero Stepway (a căror primă generație a fost lansată în 2008, respectiv 2009), modelul sedan de segment B Dacia Logan (lansat în 2004), modelul SUV Dacia Duster (a cărei primă generație a fost lansată în 2010) și modelul de familie cu până la 7 locuri Dacia Jogger (lansat în 2021).

Din cele 8 milioane de vehicule vândute începând din anul 2004, 2,78 milioane sunt Sandero, 2,26 milioane Duster și 1,97 milioane sunt vehicule Logan și derivate ale acestuia.

La acestea se adaugă 630 000 Dokker, 346 000 Lodgy, 93 000 Spring, 80 000 Jogger, precum și câteva zeci de mii de unități din vechea gamă Dacia.

 Story - 8 million customers since 2004 the Dacia success story continues (7).jpg

UZINE DE FABRICAȚIE

Dacia dispune de 3 uzine.

Prima și cea mai veche uzină a mărcii se află la Mioveni, în județul Argeș, și a început să producă în anul 1968. Aici sunt fabricate în prezent modelele Logan, Sandero, Sandero Stepway, Jogger și Duster.


Uzina de la Casablanca (Somaca) din Maroc est deținută 100% de Renault Group începând din martie 2019. Aici sunt produse modelele Logan, Sandero și Sandero Stepway.


Uzina Dacia de la Tanger, din Maroc, a fost inaugurată în 2012. Aici sunt produse modelele Sandero și Sandero Stepway.

NUMEROASE PREMII

Unul din cele mai mari succese ale mărcii este SUV-ul Duster. Până în prezent acesta a obținut 40 de trofee, printre care: Mașina Anului în România, Cel mai bun SUV în Marea Britanie, Cel mai bun model de familie în Germania și Belgia.

Modelul de familie Jogger a înregistrat deja 13 premii, printre care Mașina Anului în Franța, acordată de revista Argus.


 Story - 8 million customers since 2004 the Dacia success story continues (6).jpg

 Story - 8 million customers since 2004 the Dacia success story continues (5).jpg

RECLAME MEMORABILE

Dacia a surprins piața auto cu modelele sale. Dar marca și-a lăsat amprenta și asupra lumii publicitare, propunând sloganuri inspirate și, deseori, pline de umor. Unele dintre acestea au rămas în memorie:

- Sloganul Dacia: « Dacia, scandalos de accesibilă»
- Reclama pentru Duster 1 «Totuși, nu o să cheltuim atât de puțin ...»
- Reclama pentru Duster: « Don't worry, be Duster», «Dacă doriți un 4x4 doar ca să urcați pe scara socială, puteți căuta în altă parte»
- Reclama la Dacia Sandero: «O mașină de tuns iarba ar fi fost o idee interesantă de opțiune, dar în cazul Dacia Sandero am preferat camera de marșarier. Aceasta este utilă»
- Reclama la Dacia Lodgy: «Unii sunt în stare să plătească oricât pentru un loc ... dar nu voi».

 Story - 8 million customers since 2004 the Dacia success story continues (4).jpg

INGENIOZITATEA ÎNAINTE DE TOATE

Dacia nu ar fi cunoscut un succes atât de mare fără caracterul său ingenios. Simplitatea și inovația au făcut mereu parte din ingredientele mărcii. Modelele sale sunt lipsite de gadgeturi inutile, propunând în schimb soluții ingenioase.


Unul din cele mai bune exemple îl reprezintă scuturile de protecție din plastic vopsit în profunzimea materialului, care echipează modelul Sandero Stepway. Aceste elemente se

remarcă nu doar prin designul plăcut, ci și prin durabilitate, fiind deosebit de rezistente la uzura și la micile zgârieturi care survin în trafic.

La rândul lor, barele de pavilion modulabile, prezente pe modelele Jogger și Duster, se pot transforma, cu doar câteva manevre simple, din bare longitudinale în bare transversale, putând transporta o greutate de până la 80 kg (biciclete, schiuri, portbagaj de pavilion, etc.).

Suportul de telefon integrat în planșa de bord cu echipamentul Media Control și suportul de telefon detașabil situat în stânga ecranului multimedia cu Media Display/Media NAV simplifică viața (conectată) la bordul modelelor Dacia.

Aceste sisteme ingenioase și brevetate reflectă spiritul Dacia : ingenioasă, practică, simplă și economică.


 Story - 8 million customers since 2004 the Dacia success story continues (3).jpg


PROFILUL CLIENȚILOR DACIA


Dacia își dorește să răspundă nevoilor esențiale ale clienților săi. Pentru aceasta, ea trebuie să îi cunoască bine. Iată în cele ce urmează câteva informații despre clienții mărcii Dacia:

- 66% sunt bărbați.
- 50% au între 55 și 74 de ani. Jogger are cei mai tineri clienți, 55% dintre aceștia având sub 54 de ani.
- Peste 50% dintre clienții Dacia au copii care nu mai locuiesc împreună cu părinții. Jogger se distinge din nou de restul gamei, 47% din clienții săi având cel puțin un copil care locuiește în continuare cu părinții.
- 40% din clienții Dacia locuiesc în mediul rural. Dacia Spring este, surprinzător, modelul cu cea mai mare proporție a clienților din mediul rural (50%).
- Clienții Dacia parcurg în medie 12 000 km pe an.

Așteptările clienților și modul de utilizare al automobilului se schimbă. Dacia este o marcă modernă, apropiată de clienții săi și sensibilă la provocările mobilității viitorului. Dacia este astfel singurul constructor care oferă motorizarea mixtă benzină-GPL pe toată gama sa de modele și un model electric accesibil, Dacia Spring.

 Story - 8 million customers since 2004 the Dacia success story continues (2).jpg

 Story - 8 million customers since 2004 the Dacia success story continues (1).jpg

 Story - 8 million customers since 2004 the Dacia success story continues.jpg

Date contact centrul de presă

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