

FUTUREADY: DACIA PREZINTĂ PLANUL SĂU STRATEGIC PÂNĂ ÎN 2030



PERFORMANȚE SOLIDE ȘI LOIALITATE RIDICATĂ DIN PARTEA CLIEȚILOR, SUSȚINUTE DE UN MODEL ECONOMIC UNIC

Dacia continuă să redefinească fundamentele mobilității moderne printr-un model economic unic, care îmbină un design atractiv, robustețe dovedită și inovație accesibilă.

Recunoscută ca brandul care oferă cel mai bun raport preț-prestații, Dacia își construiește succesul pe o filozofie de concepție riguroasă și eficientă, centrată pe controlul costurilor — ceea ce îi conferă un avantaj structural de 15% față de media pieței.

Această competitivitate este susținută de o amprentă industrială optimizată, cu un grad ridicat de integrare locală și cu o bună utilizare a capacităților de producție, precum și de un model de distribuție suplu, care funcționează la mai puțin de jumătate din costul mediu al concurenților din Europa Occidentală. Toate aceste atuuri permit mărcii Dacia să ofere vehicule esențiale, robuste și accesibile unui număr tot mai mare de clienți din Europa.

Relevanța Dacia este confirmată de una dintre cele mai ridicate rate de loialitate din Europa: peste 70% dintre proprietarii Dacia aleg din nou marca la înnoirea vehiculului, iar 10% aleg Renault. Astfel, 80% dintre clienți rămân în cadrul Renault Group. În paralel, Dacia înregistrează performanțe puternice de atragere a clienților noi: aproximativ 65% dintre cumpărătorii care descoperă pentru prima dată marca vin din afara Grupului. Această dinamică solidă de fidelizare și de atragere de noi clienți este susținută de rezultate comerciale excelente, Dacia fiind a doua marcă auto europeană pe segmentul vânzărilor către persoane fizice.

În 2025, succesul Dacia a fost consolidat de performanțele remarcabile ale modelelor sale cheie :

- **Sandero** a fost cea mai vândută mașină din Europa, pe toate canalele de distribuție, pentru al doilea an consecutiv, și cel mai vândut vehicul către persoane fizice din Europa încă din 2017.
- **Duster** este al doilea cel mai vândut SUV către persoane fizice în Europa.
- **Bigster** a devenit cel mai vândut SUV din segmentul C către clienții persoane fizice în Europa în a doua jumătate a anului 2025.

La finalul anului 2025, Dacia a atins un jalon simbolic important, depășind pragul de **10 milioane de vehicule vândute la nivel global** de la lansarea modelului Logan în 2004 — un model care a transformat profund piața auto.

O FOAIE DE PARCURS STRATEGICĂ CLARĂ ȘI AMBIȚIOASĂ PENTRU 2030

Strategia pe termen mediu a Dacia consolidează formula de succes a mărcii și amplifică principiile sale fundamentale. Foaia de parcurs pentru 2030 se structurează în jurul a cinci piloni esențiali:

Un angajament ferm pentru mobilitatea electrică

Dacia își asumă o tranziție accelerată către mobilitatea electrică, cu patru modele 100% electrice care vor fi lansate până în 2030.

Primul pas în această direcție va fi făcut chiar anul acesta, odată cu lansarea unui nou model electric din segmentul A, construit pe platforma RGEV small a Renault Group și produs în Europa. Dezvoltat în mai puțin de 16 luni, acest model reflectă perfect ADN-ul Dacia, având un preț de pornire sub 18.000 de Euro.

O electrificare accelerată a întregii game

Electrificarea va avansa rapid în întreg portofoliul mărcii. Astăzi, un vehicul Dacia din patru este electrificat. Măine, datorită noilor modele hibride și soluțiilor inteligente de electrificare, două treimi din vânzările Dacia vor fi electrificate. Dacia are toate atuurile și expertiza necesară pentru a-și atinge acest obiectiv.

O ofensivă ambițioasă în segmentul C

Dacia își consolidează prezența în segmentul C. Startul a fost deja promițător cu Bigster. Pe baza acestei dinamici, Dacia își propune să crească ponderea vehiculelor din segmentul C de la o cincime în prezent, la o treime în anii următori.

Pentru a avansa pe această direcție, Dacia dezvăluie Striker, un crossover electrificat, surprinzător și dinamic. Împreună cu Bigster, Striker formează un duo complementar: două modele cu personalități distincte, unite de același ADN — esențial, robust și axat pe valoarea reală oferită clientului.

Un nou capitol pentru Sandero

Dacia Sandero, o adevărată poveste de succes de aproape 20 de ani, continuă să evolueze. Viitoarea generație Sandero va oferi o gamă completă de motorizări multi-energie, adaptată nevoilor clienților și perfect aliniată strategiei de electrificare a mărcii.

În același timp, Sandero va rămâne referința segmentului său în ceea ce privește raportul preț-prestații. Aceasta este promisiunea Dacia — ferm susținută în continuare.

Consolidarea elementelor care fac Dacia unică

Dacia va continua să valorifice elementele care îi definesc unicitatea: expertiza recunoscută în soluții 4x4 accesibile și leadershipul său pe piața GPL.

Prin această foaie de parcurs pe termen mediu, Dacia își consolidează poziționarea distinctă și își reafirmă ambiția de a oferi o mobilitate pragmatică, accesibilă și orientată către viitor.

STRIKER: VIZIUNEA DACIA ÎN SEGMENTUL C

Dacia își consolidează prezența în segmentul C cu **Striker**, un nou crossover cu motorizări multi-energie, care combină dinamismul unui break, caracterul practic al unei berline spațioase și garda la sol ridicată a unui SUV.

Fidel ADN-ului mărcii, Striker afișează un design robust și puternic. Liniile sale dinamice, silueta aerodinamică și partea frontală verticală sunt puse în valoare de noua semnătură luminoasă Dacia.

O atenție deosebită a fost acordată detaliilor de design, inclusiv ornamentelor specifice ale portierelor față și benzii negre lucioase care unește blocurile optice spate, evidențiată de o textură tehnică ce accentuează caracterul modern și robust al vehiculului.

Striker reflectă ambiția Dacia de a face mobilitatea electrificată accesibilă în segmentul C. Silueta sa îndrăzneată și eficiența aerodinamică demonstrează o abordare pragmatică de inginerie, concentrată pe nevoile reale ale utilizatorilor.

Cu o lungime de 4,62 metri, Striker completează Bigster în oferta Dacia pentru segmentul C. Împreună, cele două modele formează un duo robust și esențial, menită să consolideze prezența mărcii în acest segment strategic.

Prezentat în avanpremieră odată cu planul **futuREady** în cadrul Strategy Day, Striker va fi dezvăluit în întregime în luna iunie.

Gama va cuprinde o versiune hibridă, o versiune hibridă 4x4 și o versiune GPL. Cu un preț de pornire sub 25.000 de Euro, Striker democratizează accesul la mobilitatea electrificată atât pentru clienții persoane fizice, cât și pentru flote.

Numele „Striker” provine dintr-o expresie universală care semnifică „a lovi” sau „a atinge ținta”. Dinamic și memorabil, el reflectă spiritul de ambiție și provocare al mărcii Dacia — și exprimă robustețea și versatilitatea unui model conceput pentru a fi partenerul ideal de călătorie.

Date contact centrul de presă

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