

DACIA SANDERO: I SEGRETI DEL SUO SUCCESSO

Dacia Sandero, auto più venduta in Europa ai clienti privati dal 2017, ha segnato un'epoca con il suo successo commerciale. Tre generazioni e una fama che continua ad aumentare per questo modello che è diventato un must del mercato automotive. I segreti del suo successo? Il posizionamento prezzo chiaramente, ma anche un design contemporaneo, che esprime, al tempo stesso, robustezza, qualità e modernità, e soluzioni ingegnose, che è stata spesso la prima a introdurre. Qui potrete scoprire quanto sia geniale questo modello!



Aver la possibilità di scegliere un'auto nuova con un prezzo e uno spirito intelligente. Per andare ovunque si voglia, sbagliare strada, godersi la città e la campagna, da soli, in coppia o in famiglia con un solo e unico modello. Dacia Sandero risponde a tutte le esigenze e tutti i desideri. Questo modello è più di una semplice auto, è un must del mercato, la prima scelta dei clienti privati ogni singolo anno, in Europa, dal 2017. Ma come ha fatto questo modello creato nel 2008 a convincere, ormai da tre generazioni, tutti questi acquirenti (2,6 milioni di unità vendute!) di varie tipologie, senza cambiare i suoi valori fondamentali?

I PRIMI PASSI VERSO L'OUTDOOR

Innanzitutto, facciamo un piccolo passo indietro per capire l'origine della **success-story** di Sandero. Dopo il lancio di Logan nel 2004, nel 2008 Dacia decide di commercializzare un altro modello rivoluzionario: Sandero, la city car robusta, agile, fatta per tutti. Un anno dopo, la versione Stepway viene lanciata, annunciando i primi passi della Marca verso l'outdoor. Con le sue proporzioni generose, l'altezza libera dal suolo rialzata, il senso di praticità e il prezzo sempre accessibile, si impone nelle preferenze degli acquirenti "intelligenti". Nel 2012, la seconda generazione fa la sua comparsa, con un indice di fiducia ancora più elevato grazie ai suoi nuovi equipaggiamenti di sicurezza. Sandero diventa così l'auto più venduta ai clienti

privati in Europa a partire dal 2017.



Nel 2021, la saga del successo continua con la terza generazione di Sandero che ci guadagna in attrattiva con un design più assertivo e contemporaneo nonché equipaggiamenti inediti ed intelligenti. In altri termini, diventa "più cool"! Ma sempre super-accessibile.



«Il lancio di Sandero ha permesso alla Marca Dacia di fare un grande passo avanti e decollare. Dalla prima commercializzazione nel 2008, ci siamo sempre preoccupati di rinnovare il suo design mantenendo la purezza, ma aggiungendo, in ogni nuova generazione, modernità, dinamicità e robustezza.»

David Durand, Direttore del Design di Dacia

La versione Stepway supera tutte le aspettative. Versatile, più pratica delle classiche city car per le uscite off-road, ma meno imponente dei SUV, conquista tutti. Il 66% delle Sandero è oggi venduto nella versione Stepway.



Tre generazioni di Sandero si sono succedute giungendo a oltre 2,6 milioni di unità vendute dal lancio. Nella Top 5 dei Paesi di commercializzazione in Europa, abbiamo Francia, Germania, Italia, Spagna e Regno Unito. Per quanto riguarda la motorizzazione, il 42% delle vendite odierne è di tipo [bifuel GPL ECO-G](#). Piccolo segreto di fabbrica: Dacia Sandero è prodotta in tre stabilimenti, su quattro linee. Ogni minuto, la catena di produzione sforna un veicolo.



DACIA SANDERO

2.6 MILLION
UNITS SOLD
SINCE 2008



DACIA SANDERO

ECO-G
ENGINE
ACCOUNT FOR 42%
OF SALES





SANDERO, PIONIERA DELLE SOLUZIONI INTELLIGENTI

Tutto questo successo non è un caso. Quando l'Ingegneria, il design e i capi prodotto di Dacia decidono di progettare un nuovo modello, nel rispetto del DNA che ha decretato il successo della Marca, non c'è sfida che possa fermarli. Tutte le soluzioni sono studiate nei minimi dettagli per giungere a quelle che rispondono meglio alle esigenze dei clienti, ossia quelle più pratiche, al prezzo più accessibile del mercato. Ecco dieci esempi di "design-to-cost" e soluzioni intelligenti che hanno contribuito alla fama e al successo commerciale di Sandero.

1/ [Barre da tetto modulari](#). Un know-how di Dacia, un'innovazione smart! Basta spostare i punti di ancoraggio per trasformare le barre da tetto longitudinali in barre trasversali. Non c'è bisogno di acquistare un portapacchi in più per fissare il box da tetto, la bicicletta o gli sci. Questa innovazione è introdotta per la prima volta nella gamma Dacia con la terza generazione di Sandero Stepway, per poi essere estesa ad altri modelli.





2/ [Sistema Media Control](#). Consente di usare il proprio smartphone come schermo multimediale in auto, oltre alla radio. Il tutto grazie allo sviluppo di una soluzione ingegnosa – una docking station integrata direttamente nella plancia – pensata fin dalle origini del progetto.



3/ Plancia semplice e pratica, dotata di un elemento che fa tutta la differenza in termini di design: una striscia di tessuto, integrata per tutta la lunghezza in un'area che risulta visibile e tattile. Il cliente può così beneficiare di interni attrattivi senza dover pagare materiali dispendiosi.



4/ Tetto apribile, giunto nella gamma Sandero a partire dalla terza generazione.



5/ Abitabilità e comfort. Sono queste due parole che definiscono tutte le generazioni di Sandero. Nell'ultimo modello, il raggio alle ginocchia è aumentato di 40 mm per offrire ancora più spazio ai passeggeri dei sedili posteriori.



6/ Universalità. Come rispondere alle esigenze dei clienti di 44 Paesi, a così tante condizioni di vita, adattarsi alla loro legislazione, allo stato delle loro strade e alle loro abitudini di spostamento? Dacia analizza il tutto nel dettaglio. Ad esempio, la dimensione degli pneumatici da 16" resta invariata nelle tre generazioni per soddisfare tutti i mercati su cui Dacia è presente.



7/ Maniglie delle porte. Per vivere al passo con i tempi, la nuova generazione di Sandero doveva assolutamente proporre maniglie di apertura delle porte più moderne, più adatte al nuovo design. Uno sviluppo su misura ha indotto gli ingegneri a trovare la soluzione migliore: all'esterno, un design moderno, con maniglie di tipo "frigo", e all'interno, un meccanismo semplice, meccanico. È in questo modello che troviamo per la prima volta anche l'antenna al posteriore, rispetto alle altre generazioni dove era posizionata all'anteriore del veicolo.



8/ Praticità. Sul lato del passeggero, è previsto un piccolo gancio sulla consolle centrale per appendere la borsa o piccoli oggetti personali. Una soluzione ingegnosa!

9/ Opzioni idonee per tutti i gusti. I clienti di Sandero non sono tutti uguali, ma hanno un desiderio in comune: possedere un'auto che si adatti ai loro bisogni essenziali. Con la terza generazione, Sandero propone opzioni per chi le desidera: freno di stazionamento elettrico, tetto apribile, sellerie specifiche, ecc.

10/ Clienti universali, orgogliosi di essere Dacia. E se la sfida più ambiziosa fosse quella di fidelizzare i propri clienti, ascoltarli, innovare e continuare a conquistarli senza cambiare il DNA del veicolo? È una sfida che gli ingegneri, i designer e i capi prodotto hanno vinto, in quanto i clienti di Sandero sono molto diversi tra loro, ma hanno un punto in comune: sono orgogliosi proprietari di una Dacia! Qualche numero per scoprire chi sono:

- In Francia, il 15% di chi acquista Sandero ha meno di 40 anni.
- In media, l'età di chi acquista Dacia Sandero di nuova generazione diminuisce di 3 anni rispetto a quelli della vecchia generazione.

DACIA SANDERO

IN FRANCE, **15%**
OF SANDERO
BUYERS ARE
UNDER 40
YEARS OLD



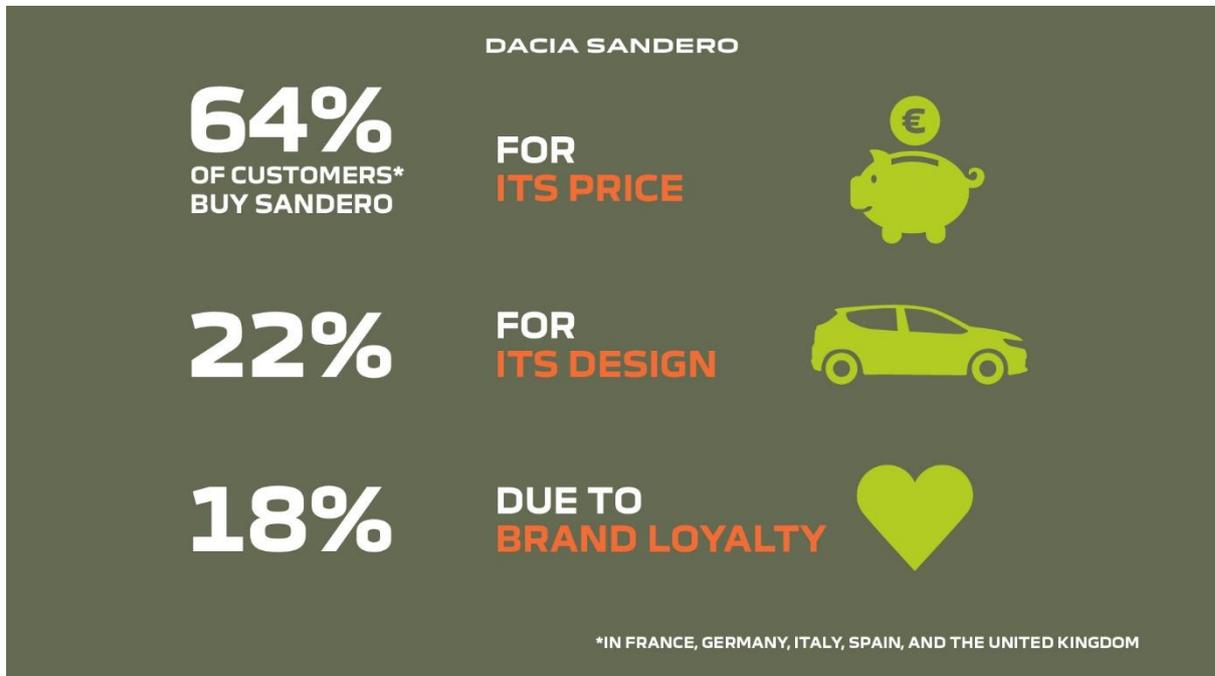
- In Spagna, Sandero è la prima auto nuova per circa un acquirente su 10.

DACIA SANDERO

IN SPAIN, SANDERO IS
THE VERY FIRST
NEW CAR
FOR ALMOST
1 IN 10
CAR BUYERS

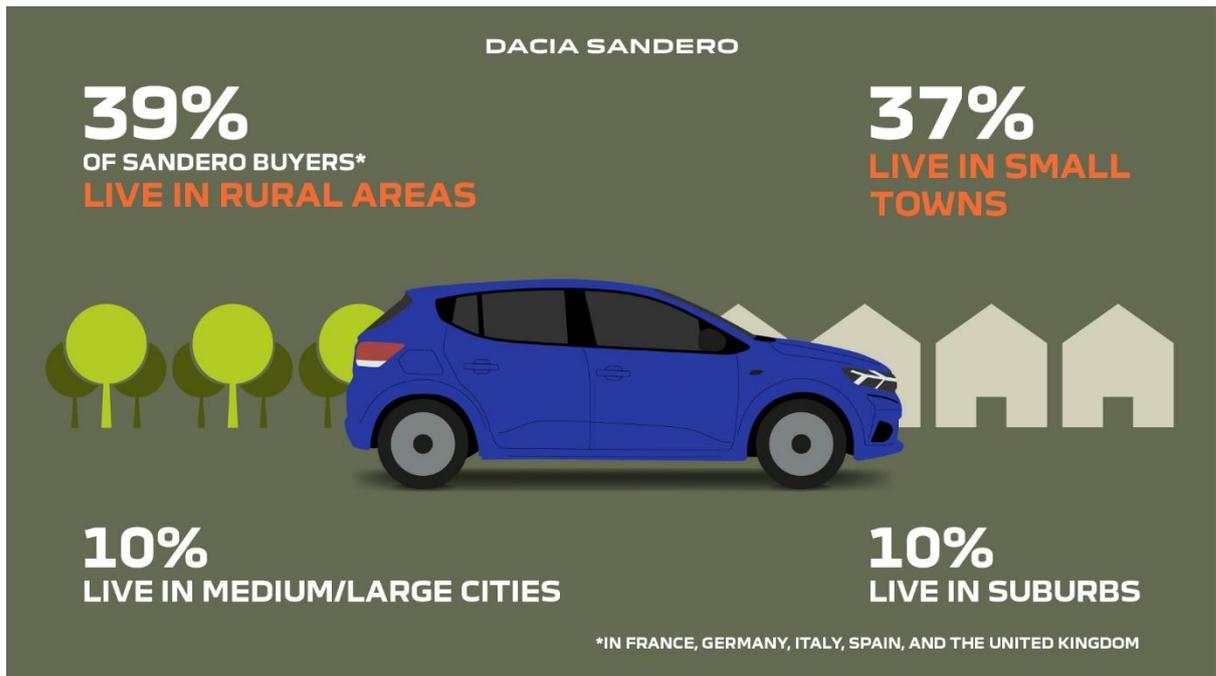


- Il 64% dei clienti* acquista Sandero per il prezzo, il 22% per il design e il 18 % per fedeltà.
- In Europa, la nuova versione di Dacia Sandero è ritenuta elegante dal 44% degli acquirenti, la vecchia versione invece era stata ritenuta tale dal 20% degli intervistati.



- Il 39% degli acquirenti di Sandero* abita in ambienti rurali, il 37% in piccole città, il 10% in città di medie/grandi dimensioni e il 10% in periferia.
- Gli acquirenti di Sandero* sono molto propensi all'outdoor: il 26% ama le passeggiate e le escursioni, il 13% ama leggere e il 12% andare in bicicletta.

**In Francia, Germania, Italia, Spagna e Regno Unito*



CENNI SU DACIA

Nata nel 1968 e lanciata a partire dal 2004 in tutta Europa e nel bacino del Mediterraneo, Dacia ha sempre proposto le auto con il miglior rapporto qualità/prezzo, ridefinendo costantemente l'essenziale. Un marchio dirompente, Dacia propone automobili semplici, versatili, affidabili e in sintonia con lo stile di vita dei suoi clienti. I modelli Dacia sono diventati un riferimento sul mercato: Logan, l'auto nuova al prezzo di un usato; Sandero, l'auto più venduta a privati in Europa ogni anno dal 2017; Duster, il SUV più venduto ai privati in Europa dal 2018; Spring, leader della mobilità elettrica accessibile; Jogger, la versatile familiare del segmento C. Presente in 44 paesi, Dacia ha venduto più di 7,5 milioni di veicoli dal 2004.