



COMUNICATO STAMPA

15 ottobre, 2014

3 MILIONI DI DACIA VENDUTE DAL 2004!

- **In soli 10 anni, Dacia ha convinto oltre 3 milioni di clienti in Europa e nel bacino del Mediterraneo. In Italia, dal lancio nel 2006 ad oggi, sono state vendute oltre 171.000 unità.**
- **La tremilionesima Dacia venduta è una Sandero Stepway, acquistata da un cliente spagnolo.**
- **Le chiavi sono state consegnate ad Andres Palomo Paz, il nuovo proprietario, da Nicolas Wertans, Responsabile delle vendite mondo del Gruppo Renault.**

Lo scorso martedì 14 ottobre, presso lo stand Dacia al Salone dell'Auto di Parigi, Andres Palomo Paz ha ricevuto direttamente dalle mani di Nicolas Wertans, Responsabile delle vendite mondo del Gruppo Renault, le chiavi della sua nuova Dacia Sandero Stepway, la tremilionesima Dacia venduta dal 2004.

«Con 3 milioni di unità vendute a meno di 10 anni dal rinnovamento della Marca, Dacia è un caso unico nel settore automotive», ha spiegato Nicolas Wertans, Responsabile delle vendite mondo del Gruppo Renault. «Il nostro brand ha instaurato un forte legame con i clienti, basato sulla fiducia e uno stretto contatto, grazie a una promessa semplice e chiara che risponde perfettamente alle loro attese: avere un veicolo affidabile, sicuro, con equipaggiamenti e performance moderne ma ad un prezzo accessibile.»

Dacia: cronaca di un successo

Il 2014 è di nuovo un anno eccellente per Dacia, che nel primo semestre ha registrato un aumento delle vendite pari al 24,4%.

I risultati della gamma Dacia, la più giovane sul mercato, sono in crescita in tutti i Paesi europei: l'incremento in quest'area geografica si attesta al 36,2% nel primo semestre 2014.

Nel bacino del mediterraneo, Dacia aumenta la sua penetrazione in tutti i Paesi, malgrado un contesto di mercato poco favorevole.

Dacia continua il suo sviluppo ed entro la fine dell'anno approderà anche in Israele, dopo il fortunato lancio in ben 6 Paesi nel 2013 (Regno Unito, Irlanda, Danimarca, Norvegia, Cipro e Malta).

Più di una Marca: una community in continua evoluzione

Al di là del successo commerciale, la filosofia di "acquisto intelligente" di Dacia ha avuto il merito di riunire e

accomunare i clienti di tutto il mondo.

In numerosi Paesi, gli automobilisti si ritrovano per scambiarsi esperienze e condividere valori comuni quali libertà di pensiero, semplicità e generosità.

Anno dopo anno, questi eventi comunitari assumono proporzioni importanti, diventando veri e propri momenti conviviali che creano un forte legame tra i clienti e la Marca.

Un fenomeno confermato anche dall'attività sui social network: la pagina Facebook di Dacia ha raggiunto quota 2 milioni di fan in soli 4 anni.

Per Maggiori Informazioni:

Paola Repaci

Electric Vehicles & Corporate Communication Manager

+39 06 4156965

Siti web: www.media.renault.com - www.group.renault.com