

DACIA, ANCORA E SEMPRE DI PIÙ

- Nuovo capitolo della saga Dacia basato su un business model solido, rafforzato e particolarmente efficace
- Creazione della nuova Business Unit Dacia-Lada per incrementare la competitività di Dacia sfruttando le sinergie con Lada a livello di ingegneria e produzione
- Dacia Bigster Concept incarna l'evoluzione della Marca Dacia verso vette sempre più alte, rompendo il soffitto di cristallo del segmento C
- Dacia resta Dacia, più accessibile che mai, con un tocco di freschezza.



Boulogne-Billancourt – 14 Gennaio 2021. In occasione della presentazione da parte del Gruppo Renault del suo piano strategico *Renaulution*, la Marca Dacia ha svelato la sua strategia per i prossimi cinque anni. Con la creazione della Business Unit Dacia-Lada, Dacia potrà incrementare la sua efficacia e competitività e spingersi ancora oltre in termini di mercati e prodotti, soprattutto nel segmento C. Bigster Concept fa presagire l'apertura della gamma Dacia verso nuovi orizzonti.

«Dacia sarà sempre Dacia e continuerà a proporre modelli affidabili che hanno senso per i clienti, l'acquisto intelligente al miglior rapporto qualità-prezzo. Con la creazione della Business Unit Dacia-Lada, potremo sfruttare al massimo la piattaforma modulare CMF-B, rafforzare la nostra efficacia ed incrementare ulteriormente la qualità, la competitività e l'attrattiva dei nostri prodotti. Abbiamo così tutte le carte in regola per raggiungere le vette più alte. Bigster Concept ci indica la strada.»

(Denis Le Vot, Direttore Generale delle Marche Dacia e Lada, in occasione della presentazione del piano *Renaulution*)

Un *business model* infallibile, unico ed efficace

Sono circa 15 anni che Dacia propone veicoli moderni, semplici ed attrattivi. Avvalendosi di un know-how ineguagliabile, Dacia può contare, al miglior costo, su collaudati componenti tecnologici e sulle sinergie del Gruppo Renault e dell'Alleanza Renault-Nissan-Mitsubishi.

Nota per la semplicità del suo modello di distribuzione, Dacia si è fatta un nome in 44 Paesi, con oltre 7 milioni di veicoli venduti e tanti best seller. Anno dopo anno, Sandero continua ad essere il veicolo più venduto ai clienti privati in tutti i segmenti, mentre Duster è il SUV numero uno.

Al passo con i tempi, Dacia è sempre stata in grado di offrire la giusta equazione. Per rafforzarla e continuare a proporre veicoli adatti alle esigenze reali dei clienti, ma anche alle nuove sfide del settore automotive, Dacia si avvarrà di quanto segue:

- Approccio *design to cost* sobrio e rigoroso nello sviluppo dei prodotti;
- Business Unit Dacia-Lada dedicata, sostenuta da un gruppo automobilistico mondiale, soprattutto a livello di tecnologie, per incrementare il potenziale in termini di sinergie e carry-over;
- Utilizzo da parte di Dacia e Lada della piattaforma CMF-B dell'Alleanza, competitiva ed estremamente flessibile, che consentirà di passare da 4 piattaforme a 1 sola e da 18 tipi di carrozzeria a 11;
- Veicoli basati su questa piattaforma che potranno essere dotati di motori ad energia alternativa o ibridi, garantendo così la conformità con l'evoluzione delle normative e rispondendo alle attese dei clienti;
- Gamma competitiva, ampliata e modernizzata con il lancio nel 2021 delle Nuove Sandero e Logan, ma anche di Spring, la city car 100% elettrica più accessibile in Europa, e, infine, di 3 nuovi modelli entro il 2025;
- L'ingresso a pieno titolo nel segmento C, con Bigster Concept.

Dacia Bigster Concept, una ventata di freschezza nel segmento C

Fedele allo spirito Dacia, Bigster Concept è un veicolo lungo 4,6 m, robusto e spazioso. Desideroso di aria aperta e strade polverose, offre tutto ciò che è essenziale per un SUV del suo segmento, senza fronzoli.

Questo SUV è la ricetta Dacia per rendere accessibile il segmento C, al prezzo di un veicolo del segmento inferiore.

«Dacia Bigster Concept incarna l'evoluzione della Marca. Essenziale, con un tocco di freschezza e spirito outdoor, dimostra che accessibilità e attrattività non sono incompatibili. Noi di Dacia ne siamo convinti e quest'auto ne è la prova.»

(Alejandro Mesonero-Romanos, Direttore Design di Dacia)

Bigster Concept integra nel suo DNA i forti valori della Marca, quelli che le hanno permesso, anno dopo anno, di stabilire uno stretto rapporto con la community di fan e clienti: semplicità, onestà ed autenticità.

Le proporzioni di Dacia Bigster Concept sono, al tempo stesso, moderne e senza tempo. Di primo acchito, trasmettono un senso di robustezza. Le linee sono semplici e rassicuranti. Non si celano sotto mentite spoglie.

I volumi esterni promettono un'abitabilità interna generosa, al miglior livello della categoria. La firma luminosa a Y si amplia, conferendo al veicolo un look da SUV, al tempo stesso incisivo e deciso.

Il colore, verde scuro, sottolinea il suo carattere avventuroso, giramondo; uno spirito di libertà già profondamente emblematico del DNA della Marca.

Non ha bisogno di artifici né fronzoli, cromature né falso alluminio, Bigster Concept è l'essenziale di un vero SUV che compie scelte forti come, ad esempio, l'utilizzo sistematico di plastica riciclata grezza per le modanature di protezione esterne.

Futuro fiore all'occhiello della gamma Dacia, potrebbe essere dotato di motorizzazioni alternative ed ibride grazie alla sua piattaforma, consentendo alla Marca di essere perfettamente in linea con le attese dei clienti nonché le evoluzioni delle normative.

Con Bigster Concept, Dacia diventa sinonimo di evasione, per consentire ai clienti di vivere esperienze uniche, vere e semplici. Dacia incarna più che mai la libertà di spostamento ed è l'emblema di un atto di acquisto intelligente e focalizzato sulle reali esigenze dei clienti e sulle loro aspirazioni primarie. Un acquisto che ha senso. Una Marca Dacia sempre essenziale, ma più che mai attrattiva.

CENNI SU DACIA:

Dacia è una Marca del Gruppo Renault, presente in 44 Paesi, soprattutto in Europa e nel Bacino del Mediterraneo. Fondata in Romania nel 1968, la Marca è stata acquisita dal Gruppo Renault e rilanciata nel 2004 con Logan. Dacia propone auto con il miglior rapporto qualità/ prezzo del mercato. Grazie ai suoi modelli emblematici – Logan, Sandero e Duster – la Marca ha ottenuto un grande successo commerciale. Ad oggi, Dacia ha venduto oltre 7 milioni di veicoli.

Luca BAGLIERI

Dacia/Mobilize Product & Corporate Communication Manager

GROUPE RENAULT

IMAGE & COMMUNICATION DEPARTMENT

Renault Italia SpA

via Tiburtina, 1159 - 00156 ROMA

Tel. : +39 06 4156991

Mob. : +39 3407329841

www.renault.it