



COMUNICATO STAMPA

15 novembre, 2013

DACIA TOP SPONSOR DEL CAMPIONATO DI CALCIO SERIE B EUROBET 2013/2014

Dacia, marca automobilistica che ha portato al successo la sua inedita proposta di “acquisto intelligente”, in un’ideale sintesi di qualità e convenienza, prosegue nel suo supporto alla crescita dei “talenti” come top sponsor del campionato di calcio Serie B Eurobet 2013-2014.

Le partite di calcio della Serie B e i loro protagonisti avranno uno sprint in più. Il marchio **Dacia** diventa, infatti, **top sponsor del campionato di calcio Serie B Eurobet**, durante la stagione calcistica in corso 2013-2014.

Già sponsor dell’Udinese Calcio dal 2009, Dacia rinnova così il suo interesse per lo sport e in particolare per il **calcio** “fucina” di nuovi talenti e sogni, e condivide con la **Lega Serie B** un percorso di comunicazione e visibilità presso tutti coloro che con passione seguono e sostengono la propria squadra del cuore.

L'accordo prevede l'immagine del marchio Dacia su tutti gli **strumenti di comunicazione** della Serie B (fra i quali il sito legaserieb.it), nelle comunicazioni pubblicitarie, durante ogni evento, e negli spazi personalizzati a bordocampo dei 22 stadi della Lega.

Dacia sarà protagonista infine nelle aree esterne degli stadi, attraverso esposizioni dei modelli della gamma, curate dalle concessionarie del territorio.

Con questa sponsorizzazione, Dacia prosegue nel suo percorso di supporto ai “nuovi talenti”, a quei giovani che coltivano sogni e passioni e si impegnano per realizzarli con lo stesso spirito che ha portato anche la marca automobilistica al suo successo.

La **Serie B**, infatti, da diversi anni è il serbatoio principale da cui il calcio italiano e le Nazionali giovanili attingono grazie a una politica di incentivazione della Lega Serie B seguita e condivisa dalle 22 società associate.

E non è un caso che nel Campionato di Calcio di Serie A la squadra che porta il nome Dacia sulle maglie sia l’**Udinese**, squadra che si distingue nel mondo del calcio per la capacità di ricercare e coltivare potenziali nuovi talenti da inserire nel vivaio bianconero valorizzandoli.

Con la medesima finalità, in queste settimane Dacia è protagonista di una iniziativa inedita, “**Dacia Sponsor**

Days” e sta lasciando lo spazio sulle maglie dei bianconeri in occasione di tre partite a piccole imprese e professionisti che possono così realizzare il sogno di sempre: sponsorizzare, anche per una sola giornata, una delle più importanti squadre della Serie A.

“Ciò che accomuna il nostro marchio automobilistico, Dacia, alle squadre della Serie B – ha dichiarato **Francesco Fontana Giusti, Direttore Comunicazione di Renault Italia** – è soprattutto la grande energia che anima entrambe nei propri rispettivi ambiti, i valori di dinamismo e generosità messi in campo per sognare il successo e impegnarsi a conquistarlo. Grazie a questa nuova partnership Dacia conferma il suo spirito di marca che vuole essere vicina alla gente e alle proprie passioni.”

Marca del Gruppo Renault, entrata nel mercato italiano nel 2006, Dacia si è distinta nel corso degli anni grazie alla vincente formula del low-cost, dimostrando che non è necessario cedere a compromessi per avere un'auto di qualità ad un prezzo conveniente. Una formula che si è evoluta nel tempo, accompagnando la crescita della gamma Dacia (oggi composta dai modelli **Sandero, Duster, Logan MCV, Lodgy, Dokker e Dokker Van**), ma mantenendo la sua **ingegnosità**, cioè la sua logica di **“acquisto intelligente”**. Dacia, infatti, ha anticipato e continua ad interpretare le esigenze di una clientela che ha fatto del pragmatismo e della razionalità i principali criteri di scelta nell'acquisto della propria auto.

Con i suoi modelli Dacia viene riconosciuta come un brand moderno e concreto che ha saputo cambiare i tradizionali codici di acquisto di un'automobile, con un'offerta che si posiziona al miglior rapporto qualità-prezzo, garantendo al cliente ciò che è necessario a soddisfare le sue necessità in termini di comfort, affidabilità e prestazioni, senza eccessi né rinunce.

Per Maggiori Informazioni:

Gabriella Favuzza

Corporate Communication Manager

+39 06 4156486

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