

## STORY

### VIAGGIARE DIVERSAMENTE: 8 EUROPEI SU 10 SOGNANO LA MOBILITÀ ELETTRICA



Il cambiamento climatico è una grande preoccupazione per gli europei. È quanto emerge da uno studio Ipsos condotto lo scorso agosto e dedicato all'ambiente ed alla mobilità elettrificata in Europa. Il 62% degli europei ha modificato i propri comportamenti per combattere il riscaldamento del pianeta e l'inquinamento. Questo contesto sociale impone un impegno collettivo, con forti attese nei confronti di tutta una serie di attori, dai governi alle aziende. I costruttori automobilistici sono in prima linea.

Sta per delinearsi una nuova era, improntata su una consapevolezza sempre maggiore della situazione ambientale e dell'utilizzo ragionato delle risorse. Una filosofia di vita perfettamente incarnata da Dacia, con Spring, la nuova city car 100% elettrica, accessibile a tutti.

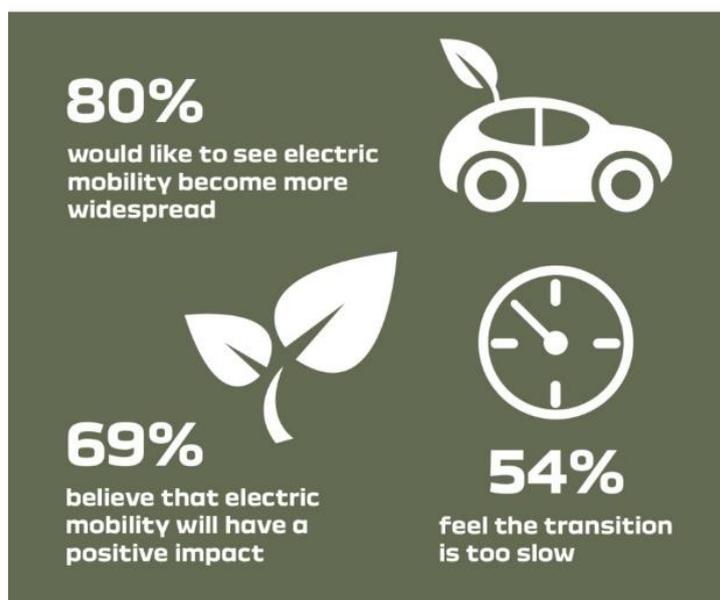
## La mobilità elettrificata in Europa: che prospettive?

### THE ENVIRONMENT AT THE **FOREFRONT** OF PEOPLE'S MINDS IN EUROPE



Lo sviluppo di modalità di trasporto con emissioni ridotte di CO<sub>2</sub> è indispensabile per la lotta contro il cambiamento climatico. La sfida dell'elettrificazione è fondamentale. La *carbon footprint* dei veicoli elettrici è due volte meno di quella dei veicoli termici! 8 europei su 10 vorrebbero assistere alla diffusione generalizzata dei veicoli elettrici e ibridi nel prossimo decennio. Abbinare le aspirazioni ecologiche con il desiderio di ridurre il budget "per l'auto", è la formula vincente. Ciononostante, la transizione verso la mobilità elettrificata è ancora lenta.

### PEOPLE IN EUROPE WANT **CLEANER,** **GREENER TRANSPORT SOLUTIONS**

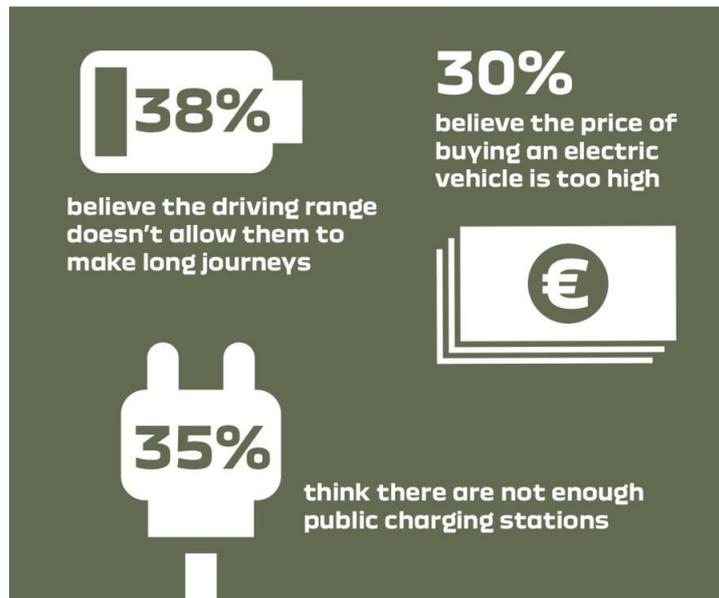




«Gli automobilisti pensano di guidare ogni giorno 2000 km e, quindi, che starebbero sempre lì a ricaricare la loro auto elettrica. Ma viaggi così si fanno una sola volta all'anno, anzi solo il 10% li fa. Bisogna che la gente guidi e scopra fino a che punto è pratico ricaricare l'auto a casa e provare il piacere di cominciare ogni giorno con il "serbatoio" pieno. Inoltre, gli utenti pensano che i veicoli elettrici costino di più rispetto alle auto a benzina, ma spesso non è così. Pensano solo al prezzo di acquisto e non al costo totale di utilizzo»

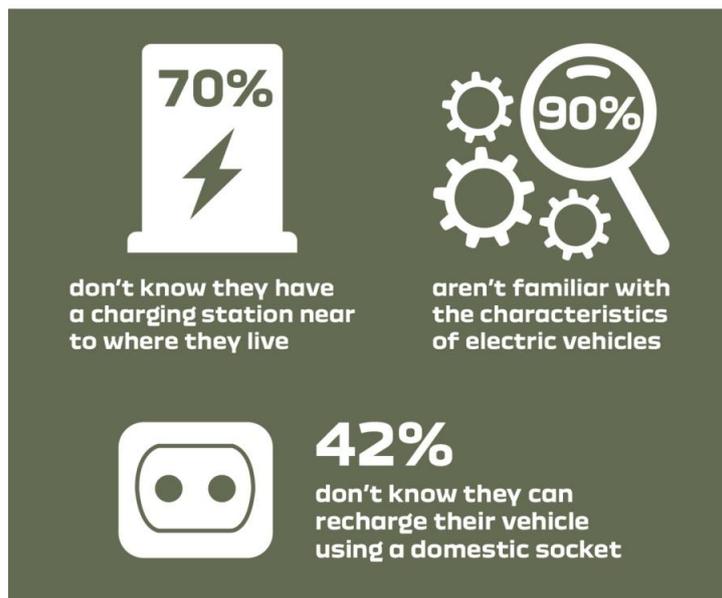
Erik Schilb, Esperto VE

### REASONS STOPPING PEOPLE IN EUROPE FROM BUYING AN ELECTRIC VEHICLE



Prezzo di acquisto troppo alto, autonomia ed incertezze a livello di infrastrutture e tempi di ricarica: ecco i principali ostacoli che impediscono, oggi, agli europei di approfittare pienamente della mobilità elettrificata. Più della metà degli europei aspetta che i costruttori automobilistici propongano veicoli elettrici economicamente accessibili.

## ELECTRIC STILL LARGELY MISUNDERSTOOD AMONG PEOPLE IN EUROPE



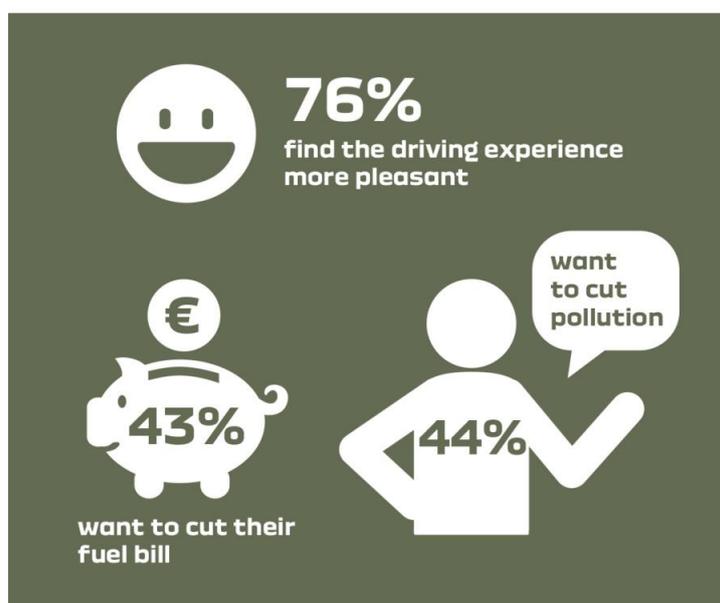
### Veicoli elettrici finalmente accessibili

Ma come progettare un modello elettrico accessibile che risponda alle esigenze dei clienti presenti e futuri? La risposta la dà Dacia. Questa Marca dirompente, che ha rivoluzionato il mondo automotive con modelli di punta come Logan, Sandero e Duster, parte ora alla conquista del mercato elettrico con la sua nuova city car, Dacia Spring.



Restando fedele ai codici della Marca, Dacia Spring si impone come il modello elettrico più accessibile del mercato europeo. Con un'autonomia che può raggiungere i 305 km in ambiente urbano nel ciclo WLTP city e 230 km nel ciclo WLTP combinato, Dacia Spring è l'ideale per gli spostamenti quotidiani, senza precludere l'accesso anche alle strade a lunga percorrenza. Dato che la media europea degli spostamenti con le city car è di una trentina di chilometri al giorno, una ricarica completa della sua batteria basta tranquillamente per una settimana. Con la sua semplicità di utilizzo e di ricarica ha conquistato i clienti di tutta l'Europa, con circa 40.000 ordini effettuati in soli 8 mesi!

### PEOPLE IN EUROPE WANT TO SWITCH TO ELECTRIC



### I clienti e Dacia Spring, una filosofia di vita in comune

Se i clienti Dacia sono già convinti della filosofia della Marca, con Spring la conquista si spinge ben oltre. Infatti, 8 clienti Spring su 10 sono al loro primo acquisto di un veicolo Dacia. Questo modello accessibile a tutti riscuote il consenso unanime degli acquirenti, conquistati da semplicità di utilizzo, design e prezzo.



*«Sono già 9 anni che guido un veicolo elettrico, perché rispecchia i miei ideali da un punto di vista ecologico. Quando ho visto Dacia Spring dal concessionario, sono stato conquistato dal prezzo e dal look, era perfetta! Prima di ordinarla, ho avuto la possibilità di provarla per accertarmi della bontà del mio acquisto. Sono uno dei primi clienti Spring e mi ritengo molto soddisfatto! Viene con me dappertutto.»*

Olivier, 56 anni (Francia)



*«Che splendida notizia venire a sapere che Dacia faceva uscire un modello elettrico, mi sono detto “wow”! Un prezzo accessibile a tutti con il livello di qualità garantito da Dacia. Il design dell’auto è molto attraente, è compatta, ma molto spaziosa, soprattutto il bagagliaio è impressionante.»*

Emil, 38 anni (Romania)



*«Quando ho saputo che Dacia lanciava il suo primo modello 100% elettrico, ho pensato che fosse il momento giusto per fare il grande passo. È stata la migliore occasione per farlo.»*

Marina, 36 anni (Italia)



*«Lavoro in centro città a Siviglia e Dacia Spring mi accompagna nei miei percorsi quotidiani. Ho scelto Spring perché è economicamente accessibile, ma anche perché i suoi valori corrispondono a quelli della mia famiglia, noi crediamo in una mobilità elettrica e sostenibile.»*

Ana María, 47 anni (Spagna)



Erik Schilb è il fondatore del racing team “in-Produkt thinks electric”. Il suo obiettivo è dimostrare che l’elettromobilità e le modalità di vita sostenibili sono compatibili con il piacere di guidare i veicoli elettrici.

*«Partecipiamo alle gare per dimostrare che i veicoli elettrici sono adatti per ogni tipo di utilizzo. Stiamo per stabilire un record mondiale in un viaggio di quattro settimane con un veicolo elettrico che ha un’autonomia di circa 100 km. Con quest’auto, percorreremo oltre 6.000 km. Questo significa che chiunque può utilizzare le auto presenti sul mercato per le proprie esigenze quotidiane senza problemi.»*

### ***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, polivalenti, 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 ai privati in Europa; Duster, il SUV più accessibile; Spring, leader della mobilità elettrica accessibile in Europa. Dacia è una marca del Gruppo Renault, presente in 44 paesi. Dal 2004, Dacia ha venduto più di 7 milioni di veicoli.*