

# DOMANI, DACIA ANDRÀ ANCORA PIÙ LONTANO

- Venti mesi dopo la presentazione del piano strategico *Renaulution*, Dacia apre un nuovo capitolo della sua storia.
- Nuovo logo, nuovi concessionari, nuovo design, nuovi colori ... la Marca si fa sempre più attrattiva.
- Oggi Dacia riconferma i valori essenziali su cui si baserà per andare alla scoperta di nuovi territori.
- 



Il 14 gennaio 2021, il Gruppo Renault ha presentato *Renaulution*, il nuovo piano strategico dell'azienda che stabiliva la direzione da intraprendere per ogni Marca. L'obiettivo assegnato a Dacia era chiaro: diventare leader della mobilità accessibile, la **Marca dell'essenziale**.

Un obiettivo e un'ambizione tanto più legittimi in quanto fondati su una storia di successo: Dacia ha venduto 7,5 milioni di veicoli in diciotto anni, attestandosi oggi come la 3ª marca in Europa per le vendite a privati. Dacia incarna, oggi, una nuova modernità, una visione dell'automobile sostenuta da un numero crescente di clienti pragmatici, a cui non mancano i mezzi, ma che si preoccupano di spendere in modo intelligente, che cercano di coniugare libertà e piaceri semplici, lontani dai consumi eccessivi.

Con questa storia e questa modernità, la Marca Dacia, più che mai in linea con la società, va alla scoperta di nuovi territori e intende portare nel segmento C i valori e le qualità che ne hanno decretato il successo nel segmento B.

Venti mesi dopo la presentazione del piano *Renaulution*, Dacia è giunta a una svolta e apre un nuovo capitolo della sua storia. Dacia ha deciso di incrementare la sua attrattività e desiderabilità, mantenendo il suo posizionamento *value for money*. In quest'ottica, negli ultimi mesi, la Marca si è dotata di un nuovo logo, nuove concessionarie, nuovo design e nuovi colori.

Il nuovo capitolo di Dacia si concretizza anche riconfermando i tre valori su cui si fonderanno le azioni della Marca e la progettazione dei suoi prodotti nei prossimi anni.

## ESSENZIALE MA ANCHE COOL

Sono diciotto anni che Dacia propone l'essenziale agli automobilisti e dimostra che è sufficiente.

Chiaramente, il concetto di "essenziale" si evolve con il passare del tempo. Ad esempio, la climatizzazione che, diciotto anni fa, non era essenziale, oggi è diventata indispensabile. Ma perché dotare sistematicamente un'auto di due o tre display, quando lo smartphone del proprietario si può perfettamente integrare al veicolo, come con Media Control di Dacia, garantendo le funzioni essenziali?

Essenziale non vuol dire né rustico né austero. Dacia sa essere ingegnosa, creativa, attraente. Questo è vero da un punto di vista pratico, con innovazioni come Media Control e le barre da tetto modulari, che sostituiscono proficuamente il tradizionale portapacchi venduto come accessorio. Ma è anche vero a livello di design, con un look cool ... e senza costi aggiuntivi!

*Domani, Dacia farà ancora di più* per la creatività utile. Per i rischi connessi alla stanchezza al volante, l'applicazione smartphone proporrà una funzione che suggerisce quando e dove effettuare le pause. Questa nuova soluzione è stata sviluppata dai team di Dacia in collaborazione con l'ecosistema Software République, di cui fa parte anche il Gruppo Renault.

## ROBUSTA E OUTDOOR

Affidabilità e robustezza rientrano negli "essenziali" su cui Dacia ha costruito il suo successo. Lo testimonia la fedeltà dei suoi clienti: in Francia, i clienti Dacia conservano la propria auto in media per otto anni e il 60% riacquista poi un'altra Dacia. Un altro esempio del *best value for money* garantito da Dacia? In caso di rivendita, il valore residuo dei veicoli Dacia è superiore di circa 10 punti rispetto alla media delle marche generaliste concorrenti.

La robustezza e l'affidabilità rendono le Dacia auto ideali per le attività *outdoor* praticate da un numero crescente di clienti, sia per il tempo libero che per motivi professionali.

*Domani, Dacia farà ancora di più* per assecondare questa tendenza di mercato, consolidando la sua gamma di modelli appositamente progettati per uscire dai sentieri battuti. Dacia continuerà a proporre veicoli con trasmissione integrale e allestimenti ideali per l'*outdoor*, come il kit che sarà disponibile nel 2023 su Jogger e che permetterà di installare nel giro di pochi minuti un vero e proprio letto matrimoniale, senza rinunciare alla capacità di carico del bagagliaio. Per una famiglia di quattro persone, sarà addirittura possibile collegare una tenda all'abitacolo, per ampliare lo spazio abitabile.

## ECO-SMART: ECONOMICA ED ECOLOGICA

Dacia ci tiene a far conciliare l'interesse del singolo con quello della società nel suo complesso. Per cui l'utilizzo di tecnologie collaudate, e quindi più economiche per il cliente, permette di evitare nuovi sviluppi basandosi sulla piattaforma CMF-B. Eliminare il superfluo dall'auto, che sia tecnologico o estetico, consente di ridurre il peso e, quindi, di risparmiare sul carburante: una buona notizia per le tasche dei proprietari e per il pianeta. Jogger è, pertanto, 300 kg più leggero dei suoi principali concorrenti a 7 posti.

L'ampio ricorso ai materiali riciclati è una priorità per Dacia. Infatti, il 12% della plastica utilizzata in Duster proviene dal riciclo, una percentuale di gran lunga superiore alla media dei veicoli nuovi presenti sul mercato europeo. Anche in questo caso, facciamo in modo che l'interesse del cliente coincida con quello del pianeta.

*Domani, Dacia farà ancora di più per utilizzare i materiali plastici riciclati nei suoi modelli. L'obiettivo è che il 20% della plastica presente nei Duster di nuova generazione provenga dalla filiera del riciclo. Questo obiettivo ambizioso si concretizzerà nell'utilizzo di materiali plastici riciclati non solo per i componenti invisibili, come spesso accade oggi, ma anche per quelli esterni e ben visibili. Dacia ha già avviato questo approccio con la *skid plate* situata sotto al paraurti anteriore di Sandero Stepway, ma ora accelererà il processo grazie al nuovo materiale messo a punto dagli ingegneri della Marca. Noto come Starkle®, questo materiale, a base di plastiche riciclate, è al tempo stesso ecologico, robusto ed elegante.*

## UNA CUSTOMER EXPERIENCE FACILE

Il nuovo capitolo della storia di Dacia è associato alla grande evoluzione del modo con cui la Marca si rapporta ai suoi clienti, per offrire loro un'esperienza ancora più fluida, attraente e conforme ai valori di Dacia.

L'intero restyling dei concessionari della rete Dacia, lanciato in primavera, si basa su nuovi showroom progettati in modo funzionale, super-flessibile, eco-responsabile ed economicamente ragionevole. A tale scopo, Dacia sta sviluppando un mix tra esperienze fisiche e digitali, in particolare grazie ad un'applicazione di realtà aumentata su smartphone.

***Denis Le Vot, CEO della Marca Dacia: «Dacia conquista ogni giorno nuovi clienti che vanno alla ricerca di ciò che, forse oggi, c'è di più prezioso al mondo: l'essenziale. Questi nuovi clienti aspirano a una società ragionata e responsabile, a un nuovo modo di concepire l'automobile. Un'auto che piace perché offre contenuti, comfort, un bel look, ma è anche di gran lunga la più accessibile: questa è Dacia! L'essenziale senza compromessi, il design senza costi aggiuntivi.»***

## 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.