

PARTENZA SPRINT PER DACIA

PRIMO BRAND STRANIERO PER LE VENDITE AI CLIENTI PRIVATI

- La Marca Dacia chiude il primo mese del 2022 in forte crescita rispetto al 2021, conquistando il quinto posto nel mercato auto ed il secondo posto nelle vendite ai clienti privati.
- Dacia, nel mercato a privati, è il primo Brand straniero con una straordinaria Market Share del 9,5%.
- Nel primo mese del 2022 Dacia registra una crescita del 43% in controtendenza rispetto ad un mercato auto in calo del 20%.
- Sandero ottiene un risultato di rilievo posizionandosi al secondo posto nel mercato auto, diventando la vettura straniera più venduta a gennaio 2022 in Italia e raggiungendo la leadership nel segmento B.
- Spring si posiziona al primo posto nel mercato delle autovetture elettriche.
- Duster mantiene la leadership del segmento C.
- Dacia conferma la leadership nel mercato GPL con oltre il 45% di Market Share ed una crescita del 36% rispetto a gennaio 2021.



I segmenti e la tipologia di vendita sono riclassificazioni Renault dati UNRAE.

PRIMO BRAND STRANIERO NEL MERCATO AUTO PRIVATI

Dopo un anno complicato per tutto il settore automobilistico a causa della crisi sanitaria e dei semiconduttori, ma ricco di soddisfazioni per il Brand Dacia, il primo mese del 2022 vede il Marchio continuare la sua crescita nel mercato italiano. Dacia registra nel mese di gennaio delle performance straordinarie che le consentono di posizionarsi al secondo posto in assoluto nel mercato auto delle vendite ai clienti privati e di essere il Brand straniero più venduto in Italia con 6.899 immatricolazioni nel mercato auto privati. La Marca rappresenta il 9,5% di questo mercato, registrando un aumento pari a +4,8 punti di Market Share rispetto a gennaio 2021.

In Italia, Dacia parte con la carica giusta, mantenendo alta la concentrazione sul suo core business, registrando oltre il 95% delle vendite ai clienti privati, e conclude il mese con un portafoglio clienti molto elevato, più che triplicato rispetto a gennaio 2021. L'obiettivo di Dacia è chiaro: confermarsi come la Marca che garantisce il miglior rapporto qualità/prezzo sul mercato offrendo veicoli che soddisfano le reali esigenze dei clienti.

UNA GAMMA IN PERFETTA FORMA

Con 4.012 immatricolazioni, Sandero continua a crescere posizionandosi al secondo posto nel mercato auto, e conquista il titolo di vettura straniera più venduta in Italia, trovando il primato anche tra le vetture del segmento B. Oltre il 65% delle Sandero vendute sono del modello Stepway, il crossover cittadino dallo spirito avventuroso, di cui più del 60% con motorizzazione Bi-fuel benzina/GPL ECO-G 100.

Sandero, prima vettura Dacia dell'era De Meo prodotta sfruttando il know-how del gruppo sulla piattaforma CMF-B in comune con Clio e Captur, si conferma il primo pilastro della strategia prodotto di Dacia, rappresentando oggi oltre il 50% del mix dei modelli Dacia venduti in Italia.

Nuova Sandero incarna perfettamente la filosofia Dacia del Value for Money, offrendo il miglior rapporto qualità prezzo sul mercato, e rispondendo positivamente ai bisogni essenziali dei clienti, grazie a un design moderno, fresco e cool.

I risultati del mese di gennaio sono il frutto non solo delle performance di Sandero, ma anche del continuo lavoro fatto sull'iconico Duster, che conferma la leadership delle auto vendute nel segmento C privati con 2.316 immatricolazioni.

Un'altra leadership deve essere annoverata tra i risultati di questo mese, quella di Spring, la prima city car 100% elettrica della gamma Dacia, che si posiziona come la vettura elettrica più venduta a gennaio con 656 immatricolazioni.

Continua la crescita di Dacia nel mercato GPL che conferma la sua leadership con + 36% rispetto al primo mese del 2021 e ad una market share di oltre il 45%.

Il 2022 è appena iniziato e Dacia è stabile tra i big del mercato automotive. L'evoluzione del Brand è ormai evidente e lo sarà ancor di più con l'introduzione della nuova identità visuale, visibile già dal primo semestre 2022 nelle concessionarie del Gruppo e a fine anno sulle vetture.



«Continua l'evoluzione del Brand Dacia e la voglia di crescere in modo responsabile. Un'offerta in linea con le esigenze dei clienti, il miglior rapporto qualità/prezzo sul mercato ed un design contemporaneo e curato, sono alcune delle caratteristiche che contraddistinguono il Brand. Sono orgoglioso di poter guidare una squadra fortemente motivata focalizzata sui bisogni essenziali dei clienti. Abbiamo un portafoglio ordini importante, segno che siamo ben riconosciuti dai nostri clienti come la marca che offre veicoli di qualità, equipaggiati con ciò che è essenziale, dal design moderno, fresco e cool.

Oltre al Brand Dacia anche la rete di vendita seguirà la fase di rinnovamento iniziata a giugno 2021 con la nuova Visual Identity. Entro la fine del 2022 il 40% delle concessionarie del gruppo adotterà la nuova immagine di Marca, con il nuovo Look, il nuovo logo ed il nuovo emblema.».

Guido Tocci, Managing Director Dacia Italia

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.