

## UN BRAND DI VALORE

DACIA CONQUISTA UNA MARKET SHARE RECORD IN UN ANNO PIENO DI SODDISFAZIONI



- Nel mercato auto in calo del 10%, **Dacia cresce del 9%**, guadagna 3 posizioni e si attesta al 6° posto grazie ad una **market share record del 5,1%**
- Nel mercato auto a privati in calo del 16%, **Dacia cresce del 12%**, scala 1 posizione e conquista il podio come 3° Brand straniero più venduto a privati ed una **market share record del 8,3%**
- **Sandero**, in assoluto la vettura straniera più venduta nel mercato auto con 33.824 vetture, si conferma un solido pilastro della Renaultion

- Con 44.699 immatricolazioni e una market share di oltre il 36%, Dacia è leader del mercato **GPL**. La motorizzazione ECO-G 100 è la più scelta dai clienti con un mix di vendita pari quasi al 70%
- Il **valore residuo** della marca **cresce di 3 punti** rispetto al 2021
- Il processo di rinnovamento della Marca prosegue all'interno degli showroom Dacia, con la Concessionaria Paglini, primo dealer italiano a completare il passaggio alla nuova visual identity, sia all'esterno che all'interno della concessionaria

## UNA GAMMA COMPLETA PER UNA CRESCITA DI VALORE

La ricerca di valore è da sempre uno degli aspetti insiti nel DNA di Dacia.

Alla base del suo posizionamento c'è il **best value for money**: proprio in virtù di questo, Dacia si impegna a fornire ai clienti, automobili cool ed essenziali che allo stesso tempo rappresentino il miglior rapporto qualità/prezzo sul mercato.

L'obiettivo della Marca è quello di proporre al cliente un'offerta di valore che sia tangibile attraverso la qualità del prodotto.

Nel 2022, sempre più clienti si sono affidati a Dacia, consentendo al Brand di conquistare una quota di mercato a privati record dell'8,3% e di posizionarsi sul podio come 3° Brand straniero più venduto a privati.

- **Sandero**, si attesta come vettura straniera più venduta in assoluto nel mercato auto, confermandosi un pilastro della strategia Renaulution del Gruppo Renault;
- **Duster**, iconico SUV della gamma, si posiziona all'interno delle prime 5 vetture più vendute a privati ed è la terza vettura straniera più venduta su questo canale;
- La city car elettrica **Spring** guadagna il 1° posto come vettura più venduta a privati su questa alimentazione;
- Jogger, nella gamma Dacia da meno di un anno, registra oltre 8.000 ordini e più di 6.000 immatricolazioni.

Il passaggio alla nuova identità di Marca, sancito nel giugno 2022 con il reveal digitale dei nuovi modelli, è stato accolto positivamente dai clienti facendo registrare **oltre 37.000 ordini**.

Un business model focalizzato sui clienti privati, una gamma semplice e completa con un'offerta trasparente senza sconti, un posizionamento chiaro sul mercato sono tutti elementi che hanno permesso a Dacia di essere oggi un Brand riconoscibile ed amato dai clienti. Queste scelte audaci, che lo hanno reso un caso unico sul mercato, hanno prodotto un effetto positivo anche sul suo **valore residuo** che è cresciuto di **3 punti** nel corso del 2022.

Dacia chiude un anno pieno di soddisfazioni ed è pronta ad aprire il 2023 con molte novità in arrivo: il lancio di **Jogger HYBRID 140**, prima motorizzazione ibrida della gamma, **Spring Extreme con motore ELECTRIC 65**, versione top di gamma in stile outdoor con motore elettrico più potente, e l'introduzione in gamma dell'**allestimento Extreme** che sarà presentato su tutti i modelli (ad esclusione di Sandero Streetway) nel primo semestre dell'anno.

## PRIMO SHOW ROOM DACIA "ECO-SMART"

Nel 2022, la rete Dacia ha iniziato progressivamente un rinnovamento nel suo look, implementando la nuova identità visiva, per accompagnare lo sviluppo della Marca e della sua gamma di prodotti. Grazie alla nuova identità, Dacia rafforza anche la visibilità esterna e la modernità degli spazi espositivi della sua rete.

In Italia, il **concessionario Renault e Dacia Paglini** di Castellanza (VA) è il primo showroom ad aver completato il passaggio alla nuova identità visuale, con il restyling della facciata esterna e degli spazi interni. All'esterno, il logo minimalista e il colore lichen kaki, a contrasto sul bianco, conferiscono al frontale un look robusto, moderno e lineare. Il grande totem principale, rivolto verso la strada, facilita l'individuazione della Marca Dacia.

All'interno invece grande attenzione è posta sull'utilizzo dei materiali. Gli arredi sono realizzati con materiali per la maggior parte **riciclati e sostenibili**. L'obiettivo di Dacia è quello di creare un punto vendita eco-responsabile, flessibile e funzionale. Uno showroom sobrio, dove ritroviamo solo gli elementi indispensabili all'organizzazione degli spazi, per offrire al cliente una customer journey serena e soddisfacente.

Entro la fine del 2024 il 100% della rete Dacia sarà completata con la nuova visual identity e i nuovi arredi per accogliere l'ospite più atteso, il SUV Dacia del segmento C, Bigster.



*Con le performance record del 2022, Dacia afferma la sua maturità nel mercato italiano. Al di là dei risultati, più che positivi, i clienti oggi riconoscono il nostro valore ed apprezzano il nostro approccio semplice e trasparente, oltre alla nostra offerta di vetture moderne che rispondono alle reali esigenze di chi entra nelle nostre concessionarie. Sandero, vettura intelligente ed essenziale, non smette di darci soddisfazioni e guadagna il titolo di auto straniera più venduta in assoluto nel mercato auto.*

*Il 2023 parte con la marcia giusta, abbiamo lanciato la motorizzazione HYBRID 140 su Jogger, potenziato il motore di Spring che oggi si presenta con la motorizzazione ELECTRIC 65 e progressivamente stiamo lavorando per completare il passaggio alla nuova visual identity nelle concessionarie Dacia di tutta Italia.*

*Un look rinnovato che rafforzerà la nostra immagine esterna e, allo stesso tempo, rifletterà l'ingegnosità tipica di Dacia all'interno, grazie alle innovative soluzioni eco-sostenibili pensate per gli arredi.*

**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, 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.