



COMUNICATO STAMPA

16 aprile, 2020

CS - DACIA: LA SCELTA INTELLIGENTE PER RIPARTIRE

Nel 1999, Renault acquisisce il 51% del capitale di Dacia e inaugura una nuova linea d'azione: modernizzare l'insediamento industriale rumeno e, nel frattempo, progettare un veicolo accessibile a tutti, creando le condizioni per produrlo in Romania. Dacia Logan segna un punto di svolta, un progetto che è diventato un programma e, soprattutto, un pilastro della strategia di Renault e dell'Alleanza.

Dacia infrange le regole del settore automobilistico sia in termini di progettazione dei veicoli, sia nel modo di commercializzarli ed è proprio con Logan, la berlina familiare, che Dacia si presenta sul mercato, diventando ben presto icona del *low-cost* nel mondo automotive.

Nel 2006 il marchio DACIA approdava sul mercato italiano, identificandosi all'epoca come *DACIA by Renault* e dal 2007 arriva velocemente l'ampliamento della gamma, con l'introduzione di Logan MCV, poi Logan Pick up, Sandero nel 2008 e Duster nel 2010.

La famiglia DACIA è poi cresciuta ulteriormente con l'arrivo di Lodgy, monovolume familiare a 5 e 7 posti, del multispazio Dokker e della furgonetta Dokker Van.

La marca DACIA è commercializzata oggi in 44 Paesi del mondo e vanta 6.500.000 clienti dal 2004.

In Italia, a fine 2019, Dacia si posiziona al 9° posto tra i brand per vendite su tutti i canali, sul canale a Privati si attesta al 4° posto ed è leader del mercato GPL con 38.700 vendite nel 2019. Duster nel 2019 è stata la vettura straniera più venduta in Italia e prima vettura del mercato GPL, mentre Sandero è stata la vettura più venduta del segmento B a privati.

Guidare una Dacia significa guidare un'auto attraente, robusta e confortevole. Dacia produce auto perfette per l'uso quotidiano e il tasso di soddisfazione è altissimo. Lo dimostrano i clienti che diventano veri e propri ambasciatori attraverso la partecipazione sui social network.

Ne è la prova la community Dacia, che in Italia è davvero numerosa e attiva (284.625 follower totali su FB, TW e IG). Dacia è infatti il primo brand automotive per coinvolgimento dei fan su Facebook ed è terzo su Instagram per la stessa metrica. Di seguito solo alcuni dati che mostrano il grande seguito della community:

- 187.012 iscritti al Club Dacia
- 30 raduni ed eventi realizzati ogni anno
- Più di 100 foto condivise ogni mese sui canali social del brand

Dacia ha fatto molta strada in Italia anche grazie all'evoluzione della sua filosofia da *low cost* ad *Intelligent choice*, al passo con il contesto socioeconomico del Paese, ma mantenendo intatto il suo DNA che ne ha decretato il successo: autenticità, concretezza e generosità.

Dacia ha riscritto la storia dell'automobile diventando un marchio di grande successo grazie agli elementi chiave della sua ***formula magica***.

Prezzo trasparente

È la prima cosa che viene in mente pensando a DACIA ed è sinonimo di approccio trasparente verso il cliente. Infatti, a differenza degli altri marchi, Dacia adotta una politica di prezzi trasparente che per il cliente significa ricevere la medesima offerta in qualsiasi concessionaria della rete vendita. Dacia non ha politica commerciale, per cui i prezzi offerti ai clienti sono quelli di listino.

Dacia offre l'essenziale al prezzo migliore sul mercato. La gamma si compone di 3 modelli sotto gli 8.000 euro, 1 sotto i 10.000 e 3 con prezzo inferiore ai 15.000€.

La differenza di prezzo tra la motorizzazione benzina e GPL è estremamente conveniente, ad esempio su Duster è di soli 350€. Convenienza che si ritrova anche nei prezzi degli accessori, mediamente più bassi rispetto alla concorrenza.

Se una volta Dacia era sinonimo di prezzo basso, ma equipaggiamenti spartani, oggi non è più così; sulla gamma attuale propone ad esempio il navigatore di serie già dal livello Comfort, oltre ad offrire anche tecnologie più evolute quali la retrocamera di parcheggio, il sistema Mani Libere (Keyless Entry) e la Multiview Camera sulle versioni alto di gamma.

E non è solamente un esercizio di stile, perché ad esempio su Duster nel 2019 il peso delle versioni alto di gamma (Prestige e Serie speciale Techroad) rispetto al totale delle vendite è stato del 64%!

Questo risultato dipende da una nuova tendenza che si sta affermando, secondo cui, sempre più clienti preferiscono risparmiare sul prezzo di acquisto dell'auto per poi spendere la differenza in cultura, viaggi, sport e attività per la famiglia. Un modello che sta diventando un fenomeno di moda e che viene rappresentato al meglio da Dacia, in quanto acquisto intelligente, essenziale e affidabile, ma perfettamente allineato alle esigenze dei clienti. La dimostrazione arriva dai dati su affidabilità e soddisfazione riportati in un'indagine pubblicata a

Febbraio 2020 su *Altroconsumo Inchieste*: Dacia raccoglie 91 punti su 100 in affidabilità, posizionandosi insieme a Mercedes, Smart, Jaguar e Volkswagen, DS Automobiles e Ford.

Qualità Renault

La qualità Dacia è qualità Renault.

Attraverso il *carry over*, Dacia ha rivoluzionato gli schemi classici del settore automobilistico, sfruttando le economie di scala provenienti dai successi di vendita di vetture come Clio, Captur e Scénic, per inserire gruppi interi di componenti, utilizzati su modelli Renault, anche su Dacia. Intere parti di carrozzeria, sospensioni, ruote, maniglie e una lunghissima lista di altri elementi utilizzati su vetture Renault sono stati montati con successo ed efficienza su vetture Dacia.

Motorizzazioni nuove o di successo sul brand Renault, sono presenti anche nella gamma Dacia. È il caso, ad esempio, dei nuovi motori TCe 100 e TCE 100 ECO-G presenti su Nuova Clio e Nuovo Captur e disponibili anche su Duster e Sandero, oppure del diffusissimo Blue dCi 115, montato, oltre che sui veicoli dell'Alleanza, anche su vetture di brand premium per la sua affidabilità, modernità ed efficienza.

Oppure il *design-to-cost*, grazie al quale in passato è stato possibile produrre auto moderne e dal design piacevole, pur mantenendo quelle forme semplici imposte dall'obiettivo di ridurre i costi di produzione. Questo approccio, negli ultimi anni si è oramai evoluto in *design-to-market*, permettendo a Dacia, di rinnovare l'estetica delle sue vetture, sempre più curate nei dettagli stilistici e negli interni, arricchendole di tecnologie dedicate al piacere di guida e al comfort.

Laurens Van Den Acker, EVP Corporate Design del Gruppo Renault, è riuscito a plasmare due distinte ed evidenti personalità ai due brand Dacia e Renault, riconoscendo a Dacia un linguaggio stilistico ben preciso. Il centro design Dacia si trova al *Technocentre* di Parigi, dove sono stati creati i nuovi modelli Renault, le due nuove concept car come Renault MORPHOZ e la stessa DACIA SPRING presentata ad inizio Marzo.

Ed è proprio la show car DACIA SPRING, che prefigura il primo veicolo 100% elettrico Dacia, a rappresentare perfettamente il connubio qualità-prezzo che può offrire. Tutta l'esperienza, la qualità e la tecnologia sviluppata negli ultimi 10 anni da Renault, pioniere e leader dei veicoli elettrici, al prezzo Dacia: ossia al prezzo più accessibile d'Europa.

Rete di vendita e assistenza capillare in tutto il territorio

Vendere Dacia per la Rete è semplice e anche remunerativo, la Rete è la stessa di Renault, capillare su tutto il territorio con 84 punti vendita e venditori dedicati solamente ai clienti Dacia.

Dacia offre una gamma di auto moderne dotate di tecnologie collaudate con garanzia di 3 anni o 100.000 km, programmi di manutenzione estremamente accessibili e tutti i servizi post-vendita.

Comunicazione semplice

La comunicazione Dacia è semplice perché il posizionamento è molto chiaro: la miglior offerta qualità/affidabilità/prezzo sul mercato.

La semplicità è evidente anche nell'offerta comunicata: 3€ al giorno ovvero 90€ al mese su Sandero e 5€ al giorno ovvero 150€ al mese per Duster, senza anticipo. Chiaro e semplice.

L'offerta è costruita con 0€ di anticipo, TAN 4,99%, un piano di ammortamento a 60 mesi e nel mese di Aprile viene introdotta anche una nuova offerta che prevede la manutenzione ordinaria inclusa per tutte le vetture Dacia in caso di finanziamento DaciaFin con RCI Banque S.A.: un vantaggio concreto in un momento difficile.

Tutto questo è possibile anche grazie ai valori residui delle vetture Dacia, che mantengono alto il valore dell'usato nel tempo riuscendo spesso ad essere allineati con i valori di brand dal calibro decisamente superiore.

Dacia ha anche in essere, ormai da anni, una proficua partnership con Udinese Calcio, che rappresenta e trasferisce all'esterno valori, idee e stile di comunicazione comuni con quelli Dacia.

Quella di Udinese Calcio è una strategia basata su strutture organizzative snelle e orientate al risultato, uno scouting all'avanguardia ed una direzione tecnica efficace. Il Club è molto vicino alle persone, ai tifosi da cui riflette e trae passione. Un approccio intelligente che punta sulla qualità, ma anche sul contenimento dei costi per raggiungere risultati di successo, coinvolgendo le persone.

La scelta Smart

La filosofia Dacia è quella di offrire una gamma di auto dal design accattivante, affidabili e di qualità al miglior prezzo sul mercato e Duster e Sandero sono diventati i modelli iconici di questa filosofia.

Il valore è l'essenza del marchio Dacia e il suo approccio intelligente e rivoluzionario permette ai clienti di trovare tutto quello di cui hanno bisogno, dimostrando, in fondo, che DACIA è perfettamente al passo con i tempi.

#Dacia

#ProntiPerRipartire

Contatto stampa Renault Italia

Daniele ROMANO

Press & Product Communication Manager Renault Italia

daniele.romano@renault.it Tel. 06 4156228; Cell. 346.000200

www.media.renault.it

Per Maggiori Informazioni:

Daniele Romano

Press & Products Communication Manager

+39 06 4156228

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