

CARTELLA STAMPA

Salone di Ginevra 2015

3 marzo 2015



DACIA CELEBRA I SUOI SUCCESSI CON LA PRIMA SERIE LIMITATA TRASVERSALE SU TUTTA LA GAMMA

- La Marca celebra i suoi successi presentando la prima serie limitata trasversale su tutta la gamma, con una tinta esclusiva Blu Cosmo, elementi stilistici ed equipaggiamenti distintivi.
- Altra novità, Dacia Duster è oggi disponibile con il motore benzina TCe 125 in versione quattro ruote motrici 4WD.
- Nel 2014, le vendite di Dacia hanno superato per la prima volta 500.000 unità, registrando un incremento del 20% circa rispetto all'anno precedente. Dacia è riuscita ad imporsi nello scenario automobilistico, con oltre 3 milioni di unità vendute dalla nascita.
- L'epopea Dacia è caratterizzata da un forte legame tra la Marca e i suoi clienti, intorno ai valori di semplicità, generosità ed affidabilità.

SOMMARIO

01

LE NOVITÀ AL SALONE DI GINEVRA 2015

Una serie limitata trasversale su tutta la gamma **03**
Dacia Duster: la proposta 4x4 si arricchisce con un propulsore TCe 125 **05**

02

DACIA, UN SUCCESSO COMMERCIALE DURATURO

La più forte crescita in Europa **08**
Un pilastro del Gruppo Renault **09**

03

UN LEGAME DECENNALE TRA LA MARCA E I SUOI CLIENTI

Una Community Dacia sempre più vasta **11**

01

LE NOVITÀ AL SALONE DI GINEVRA 2015

Sono passati dieci anni dal lancio di Logan in Europa nel 2005, punto di partenza della nuova storia della marca romena che, sotto la guida di Renault, rinasce conoscendo un successo senza precedenti in Europa. Per celebrare questo successo, la Gamma Dacia, la più giovane d'Europa, presenta la prima serie limitata trasversale disponibile su tutti i modelli (ad eccezione di Dokker Van). Questa serie limitata semplice e generosa, in linea con l'immagine della marca, è proposta con l'esclusiva tinta Blu Cosmo e alcuni elementi di stile distintivi, insieme ad una nuova offerta multimediale e per la navigazione con il nuovo Dacia MEDIA NAV Evolution.

Altra novità, Dacia Duster si arricchisce con una versione 4WD TCe 125, che rafforza la proposta 4x4 affiancando il 1.6 16v 105 cv e il dCi 110 cv (secondo i mercati).

1.1 Una serie limitata trasversale su tutta la gamma

Questa serie limitata è:

- disponibile su Logan MCV, Sandero, Duster, Lodgy e Dokker
- realizzata sulla base della versione Lauréate

UNA NUOVA TINTA ESCLUSIVA BLU COSMO

Il blu è la tinta classica che contraddistingue la Marca Dacia e questa serie limitata trasversale la celebra proponendo tra le tinte disponibili, un'esclusiva livrea Blu Cosmo, emblematica per la Marca. Il Blu è anche presente, con tocchi discreti, all'interno dell'abitacolo.

ATTENZIONE AI DETTAGLI PER GLI ESTERNI

La serie limitata trasversale si distingue per alcuni elementi specifici di design, come la tinta esclusiva dei retrovisori esterni e i cerchi in lega "dark metal".

UN'ATTENTA FINITURA PER I DETTAGLI INTERNI

Il blu si ritrova anche, con delicati dettagli, all'interno dell'abitacolo, che acquista una personalità più spiccata grazie all'armonia interna carbone scuro, accentuata dalle rifiniture blu scuro delle sellerie e delle cinture di sicurezza e da discrete impunture grigie sui sedili. Il look è completato dagli specifici tappetini anteriori e posteriori con i bordi blu (eccetto per Lodgy e Dokker).

EQUIPAGGIAMENTI GENEROSI

La serie limitata presenta una generosa dotazione di equipaggiamenti ed è basata sul livello Lauréate. Essa comprende di serie il comfort del climatizzatore, la praticità degli alzacristalli anteriori e posteriori elettrici e della chiusura centralizzata. Gran parte degli equipaggiamenti sono utili nella vita quotidiana.

UN SISTEMA MULTIMEDIALE DI ULTIMA GENERAZIONE

Nel catalogo delle opzioni si ritrovano, per i Paesi europei, il navigatore di nuova generazione Media-Nav Evolution (di serie in Italia): 100% utile con connessioni Bluetooth® e USB, il navigatore integrato, le informazioni sul traffico TMC (Traffic Message Channel) e l'applicazione AHA per restare connessi con la massima semplicità.

LE NOVITA NEI DETTAGLI:

- **Navigazione GPS a bordo integrata all'informazione sul traffico**, TMC con itinerari alternativi suggeriti (in base ai Paesi).
- **Allarmi di sicurezza** (zone di pericolo).
- **Connettività per Smartphone**: l'utente trova sullo schermo i contenuti multimediali che ha configurato tramite l'applicazione AHA, scaricabile gratuitamente sul proprio smartphone (Android e IOS). L'applicazione consente l'accesso, dalla vettura, ad una libreria di contenuti **multimediali** (webradio, podcast, musica, radio) o ai social network Facebook® e Twitter®. Fornisce inoltre informazioni in tempo reale sui punti di interesse più vicini, come alberghi o ristoranti. E' possibile entrare in contatto telefonicamente con le strutture proposte tra i punti d'interesse e impostare il navigatore verso la destinazione.
- Il veicolo è equipaggiato con **comandi al volante** che consentono di accedere al **riconoscimento vocale SIRI di Apple** (compatibile a partire dall'iPhone® 4S).
- Un'interfaccia rinnovata, a colori con nuove icone.

Dacia Media-Nav Evolution conserva tutte le caratteristiche apprezzate su Media-Nav, tra cui il grande touch screen da 18 cm (7 pollici) e una home page che consente di navigare facilmente nei sei universi: radio, media, telefono, mappe, navigatore (con visualizzazione in 2D e Birdview) e impostazioni. Gli apparecchi portatili, come lo smartphone o il lettore MP3, si connettono sulla presa USB o sulla presa jack, accessibili sul frontalino per una migliore ergonomia. Grazie alla funzione Bluetooth®, Dacia Media-Nav Evolution consente anche di utilizzare la funzione streaming audio per ascoltare, senza fili, i brani musicali e le playlist registrate sullo smartphone.

UNA SERIE LIMITATA DISPONIBILE CON TUTTE LE MOTORIZZAZIONI DELLA GAMMA DACIA

La serie limitata è disponibile senza alcuna restrizione in termini di motorizzazioni e su Duster, è disponibile e con trazione 4x2 e 4x4.

Garanzia di 3 anni/ 100.000 km e serenità d'uso.

2. DACIA DUSTER: LA PROPOSTA 4X4 SI ARRICCHISCE CON UN PROPULSORE BENZINA TCE 125

Per completare le motorizzazioni benzina 1.6 16v 105 cv e Diesel dCi 110 cv, secondo i Paesi, l'offerta delle versioni 4 ruote motrici di Duster si arricchisce con una motorizzazione benzina di ultima generazione. Duster 4WD TCe 125 che rispetta la norma Euro 6 e inaugura la tecnologia Stop & Start con recupero dell'energia in frenata. Il propulsore TCe 125 associa piacere di guida e duttilità per il superamento ostacoli.

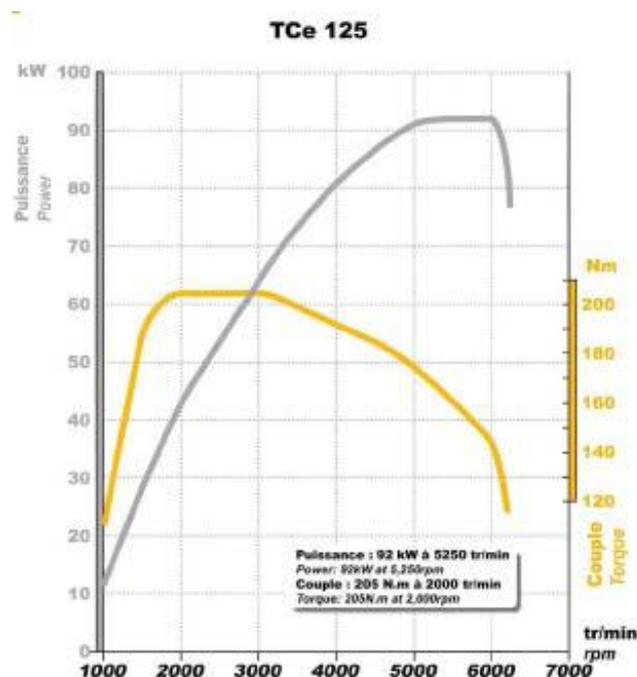
UNA MOTORIZZAZIONE BENZINA DI ULTIMA GENERAZIONE

Questo 4 cilindri 1.2 l turbo benzina a iniezione diretta è frutto della strategia di downsizing del Gruppo Renault e integra le più recenti tecnologie in termini di efficienza (Stop&Start, riduzione degli attriti), assicurando il piacere di guida di una motorizzazioni aspirata 2 l con consumi contenuti.

DUTTILITÀ E REATTIVITÀ

Questo blocco di alluminio di 1.198 cm³ eroga una potenza di 125 cv e sviluppa una coppia massima di 205 Nm, disponibile al 90% a 1.500 g/min e integralmente tra 2.000 e 3.000 g/min.

Grazie alla sua duttilità e reattività, Duster 4WD TCe 125 si trova perfettamente a suo agio su sterrato e sulle strade di montagna, che esigono potenza e capacità di ripresa.



FACILE DA GUIDARE ED EFFICACE IN OFF-ROAD

Il propulsore TCe 125 è associato a una trasmissione integrale 6 rapporti, progettata per coniugare facilità di guida ed efficacia, sfruttando tutto il potenziale di Duster in off-road.

La trasmissione con il primo rapporto corto (5,79 km/h per 1.000 g/min) permette a Duster 4WD TCe 125 di avanzare a bassissima velocità su terreni accidentati, ma anche di realizzare partenze efficaci con carico o in salita. Questa soluzione semplice ed economica è stata privilegiata per facilitare la guida off-road, assicurando allo stesso tempo ottime prestazioni e un apprezzabile piacere di guida su strada.

4x4 A RICHIESTA

Il conducente può adattare facilmente le capacità del veicolo alle sue esigenze grazie a un selettore sulla console centrale, che propone 3 modalità.

MODALITÀ “4X2”

La trasmissione è bloccata su due ruote motrici. Questa modalità si presta a una guida su strade in buone condizioni, asciutte e aderenti, e consente di ridurre il consumo di carburante.

MODALITÀ “AUTO”

La ripartizione della coppia tra avantreno e retrotreno avviene automaticamente in funzione delle condizioni di aderenza e fino al 50% sul retrotreno.

MODALITÀ “LOCK”

Il sistema blocca elettronicamente la modalità 4x4 e trasferisce in permanenza il 50% della coppia sul retrotreno. Questo utilizzo è raccomandato su fondi sconnessi o scarsamente aderenti (neve, fango, terra, sabbia) e a velocità ridotta.

ECONOMICO E FRUGALE

Duster 4WD TCe 125 si distingue anche per i **costi di esercizio ridotti**. Il propulsore è equipaggiato con una catena di distribuzione che non richiede manutenzione. **Il consumo di carburante è di appena 6,4 l / 100 km¹ e le emissioni di CO₂ sono limitate a 145 g/km.**

Per aiutare il conducente ad adottare un comportamento più ecologico ed economico, la funzione **Eco Mode** gli consente in qualunque momento di ridurre i consumi di carburante. Dopo l'attivazione, il sistema adatta alcuni parametri di guida, limitando le performance del motore e il comfort termico, in proporzioni accettabili per il conducente e i passeggeri.

L'indicatore di passaggio di velocità (Gear Shift Indicator / GSI) indica, con un segnale visivo sul cruscotto, il regime ottimale per il cambiamento di rapporto, al fine di ridurre il consumo e le emissioni di CO₂.

² Consumi ed emissioni di CO₂ omologati secondo norme vigenti.

UN'ACUSTICA OVATTATA

Grazie a una messa a punto acustica particolarmente curata, il TCe 125 beneficia di una sonorità ovattata e di un funzionamento morbido, contribuendo al comfort della vita a bordo e sottolineando la modernità di questo motore di ultima generazione.

ZOOM SULLE TECNOLOGIE DEL PROPULSORE TCE 125

Iniezione diretta benzina turbo:

Associata a una sovralimentazione con turbocollettore integrato e distribuzione variabile con doppio variatore di fase dell'albero a camme, l'iniezione si realizza direttamente nella camera di combustione, ottimizzando la resa e le strategie di pilotaggio, secondo l'utilizzo del motore. Essa consente di raggiungere la coppia massima fin dai bassi regimi e di beneficiarne su un ampio range di utilizzi. La combustione risulta migliorata, a vantaggio dei consumi di carburante e delle emissioni di CO₂.

Stop&Start con avviamento ultra-rapido:

Il motore si spegne automaticamente quando il veicolo si ferma, permettendo così di risparmiare carburante, e si riavvia istantaneamente non appena il conducente sfiora il pedale della frizione. Il sistema rileva la posizione esatta dei pistoni e inietta il carburante nel cilindro più favorevole a un rapido riavviamento del motore. Duster 4WD TCe 125 è equipaggiato con starter rinforzato, che assicura i molteplici riavviamenti.

Recupero dell'energia in frenata:

Lo Stop & Start è associato a un sistema di recupero dell'energia in frenata. Il sistema recupera l'energia disponibile (decelerazione/frenata) e la immagazzina nella batteria, riutilizzandola per riavviare il veicolo.

02

DACIA, UN SUCCESSO COMMERCIALE DURATURO

Da 10 anni, i clienti hanno adottato la Marca Dacia, che ha venduto complessivamente 3,1 milioni di unità in Europa e nel bacino del Mediterraneo, dal lancio di Logan, nel 2005. Per la prima volta, nel 2014, la Marca ha venduto oltre 500.000 unità nello stesso anno.

Dacia dimostra un costante dinamismo, con una gamma di sei modelli: Logan MCV, Sandero, Duster, Lodgy, Dokker e Dokker Van.

Integralmente rinnovata in due anni, la gamma Dacia è oggi tra le più giovani d'Europa.

1. LA PIU' FORTE CRESCITA IN EUROPA

In Europa, la marca Dacia realizza, per il secondo anno consecutivo, il più forte incremento tra tutte le Marche, con una quota di mercato che passa al 2,5% (+0,4 punti). Dacia ha venduto 511.362 veicoli nel 2014. I modelli Sandero e Duster rappresentano due terzi delle vendite, con oltre 160.000 unità ciascuno, seguiti da Logan², che registra circa 100.000 unità.

In Francia, 5° marca del mercato, Dacia si attesta al 4,9%, guadagnando 0,5 punti di penetrazione, grazie, in particolare, al successo di Duster e di Sandero (3° veicolo più venduto a clienti privati).

In Spagna, grazie a Sandero, 1° veicolo venduto a clienti privati, la quota di mercato di Dacia guadagna 0,7 punti, con una penetrazione del 4,7% e 45.986 immatricolazioni.

Dacia realizza volumi e quote di mercato record negli altri Paesi europei, tra cui l'Italia (2,7% di quota di mercato e circa 40.000 immatricolazioni) o la Gran Bretagna dove, dopo appena 2 anni di commercializzazione, Dacia ha già conquistato quasi 1 punto di penetrazione (23.862 nuovi clienti nel 2014).

Nonostante una situazione di mercato poco favorevole, Dacia continua a svilupparsi nel bacino del Mediterraneo e rafforza la penetrazione in tutti i Paesi. Nel mese di gennaio scorso, la Marca è stata lanciata in Israele, con l'inaugurazione a Tel Aviv di un primo punto vendita che commercializzerà quattro veicoli della gamma: Duster, Sandero Stepway, Lodgy e Dokker.

Dopo la Gran Bretagna, l'Irlanda, la Danimarca, la Norvegia, Cipro e Malta nel 2013, Israele è il 44° paese di commercializzazione della Marca Dacia.

² Non commercializzata in Italia

2. UN PILASTRO DEL GRUPPO RENAULT

Dal lancio di Logan, la Marca Dacia si è sviluppata in modo continuo ad un ritmo sostenuto e rappresenta, oggi, una componente di spicco del Gruppo Renault. Cronaca di un successo spettacolare e inatteso, all'inizio degli anni 2000.

Nel 1999, Renault rileva il 51% del capitale di Dacia e realizza due progetti: modernizzare il sito romeno e nello stesso tempo, progettare un veicolo accessibile a tutti, creando le condizioni per la sua produzione in Romania. Lo stesso anno viene ufficialmente lanciato il programma X90 (Logan).

Tra il 1999 e il 2004, il Gruppo Renault investe 489 milioni di euro in una profonda modernizzazione di Dacia.

Questo periodo è segnato, inoltre, dal progressivo aumento della partecipazione di Renault al capitale di Dacia (81,4% nel 2000, 92,72% nel 2001 e 99,43% nel 2003) e da due lanci (Supernova nel 2000 e Solenza nel 2003) che consentono alle équipes franco-romene di cooperare e di preparare l'arrivo di Logan.

10 anni or sono, pochi giorni prima dell'apertura del Salone dell'Auto di Ginevra, Renault annunciava ufficialmente la commercializzazione della Marca Dacia in Francia, a partire da giugno 2005. Il primo modello della nuova era Dacia è battezzato Logan, una berlina tre volumi che si dichiara semplice, moderna ed affidabile. Con un primo prezzo di appena 7.500 euro, il modello offre un rapporto ineguagliabile prezzo/prestazioni/abitabilità, rivoluzionando lo scenario automobilistico.

Per riuscire a realizzare questa sfida, gli ingegneri sono partiti da un foglio bianco per rivisitare il modo di progettare un'automobile, focalizzandosi su tre aggettivi: semplice, moderna e robusta. Al lancio di Logan, il successo è immediato. Il modello economico creato con Logan è inedito e risponde ad una nuova aspettativa dei clienti, quella dell'"acquisto intelligente", che costituirà la base di sviluppo della Marca Dacia in Europa e nel bacino del Mediterraneo.

DATE MEMORABILI:

- **2005: prima presentazione di Logan in Europa al Salone dell'Auto di Ginevra e lancio commerciale di Logan in Europa**
- 2006: lancio di **Logan MCV** in Romania e Bulgaria
- 2007: creazione del centro tecnico di ricerca Renault Technologies Romania
lancio di **Logan MCV** in Europa e nel Maghreb
- 2008: lancio di **Logan Pick-up** e di **Sandero**
- 2009: lancio di **Sandero Stepway**
- 2010: lancio di **Duster**
- **2012: ampliamento della gamma con due nuovi modelli**, una monovolume compatta per le famiglie, Lodgy e una furgonetta, Dokker Van, con relativa declinazione multispazio, Dokker.

Il 2012 è un anno determinante per la Marca, poiché dà il via al **rinnovamento della gamma Dacia**. Nuova Logan, Nuova Sandero e Sandero Stepway adottano un design più moderno e migliorano in termini di prestazioni e di equipaggiamenti (ESP, Cruise-control, navigatore, ecc). La Marca resta però fedele alla sua filosofia di acquisto intelligente, con prezzi che restano contenuti. Nel 2013, la stessa logica sarà applicata a Nuova Logan MCV e Nuovo Duster.

Sotto l'egida di Carlos Ghosn, la Marca Dacia ha registrato una **grande espansione**. Presente in 44 Paesi, vanta una gamma completa di 7 veicoli, compreso un veicolo commerciale, Dokker Van (quest'ultimo disponibile in Italia anche in versione Pick-UP).

Oggi, la Marca resta fedele ai suoi valori, permettendo a tutti di acquistare un'auto nuova ed aumentando progressivamente le prestazioni dei suoi modelli ad un prezzo sempre contenuto. Nel 2014, Dacia ha celebrato il 3.000.000° veicolo venduto, invitando il fortunato proprietario sul suo stand al Salone dell'Auto di Parigi.

03

UN LEGAME DECENNALE TRA LA MARCA E I SUOI CLIENTI

1. UNA COMMUNITY DACIA SEMPRE PIU VASTA

I clienti Dacia non esitano a dar prova del loro intenso legame con la Marca Dacia. Lo dimostrano gli eventi comunitari che ottengono grande successo e la forte partecipazione sulle piattaforme social.

UNA COMMUNITY DI OLTRE 2,2 MILIONI DI FAN, ATTIVA SUI SOCIAL NETWORK

Al di là delle performance commerciali, Dacia può contare sui propri clienti, che le dimostrano il loro apprezzamento. Molto rapidamente, la Marca ha beneficiato di un forte legame con il pubblico, con un'autentica community che si è creata spontaneamente, a riprova dell'emergere di un nuovo fenomeno sociale: l'acquisto intelligente. I clienti della Marca Dacia si ritrovano così, da dieci anni, intorno a valori condivisi: lungimiranza, semplicità e generosità.

I fan di Dacia dimostrano ampiamente alla Marca il loro coinvolgimento su Facebook, con una pagina internazionale e 27 pagine locali. Su questa piattaforma social la community continua a crescere a ritmo sostenuto: **più che raddoppiata in un anno, supera oggi i 2,2 milioni di fan.**

Tra i più attivi, la Turchia (650.000 fan), seguita dalla Romania, culla della Marca (350.000) e dalla Francia, con circa 270.000 fan. Nel Maghreb, l'Algeria e il Marocco rappresentano rispettivamente 250.000 e 240.000 fan.

EVENTI SOCIAL CHE RIUNISCONO MIGLIAIA DI PERSONE

Cavalcando l'onda di questo movimento spontaneo, la Marca ha lanciato eventi volti a riunire i suoi clienti, principali ambasciatori dei valori Dacia. Tra gli esempi, i picnic organizzati ogni anno nei diversi Paesi rappresentano veri e propri momenti di convivialità e di forte legame con la Marca, che il pubblico dimostra di apprezzare.

Rassegna dei principali eventi del 2014:

In Francia, circa 15.000 fan della Marca si sono ritrovati per il Grande Picnic Dacia organizzato nella regione di Parigi. Con oltre 3.100 veicoli riuniti in questa occasione, i partecipanti non hanno voluto mancare al grande raduno annuale della community dei clienti francesi Dacia.

Giunto alla quarta edizione, il picnic Dacia che si è svolto in **Bulgaria** ha riunito oltre 1.500 persone, il triplo rispetto all'anno precedente.

Lo stesso giorno, circa 4.000 persone si sono ritrovate a Sikland, in **Repubblica Ceca**, il più grande parco di attrazioni del Paese.

In Danimarca, il picnic Dacia ha permesso di celebrare il primo anno di commercializzazione della Marca nel Paese, riunendo circa 2.000 visitatori.

Con 400 veicoli presenti sui 1.600 commercializzati in un anno, il 25% dei clienti danesi ha partecipato all'evento.

In Polonia, per il 5° picnic della Marca, sono oltre 5.000 i clienti che si sono presentati all'appuntamento nelle 53 concessionarie del Paese.

In Marocco, d'estate, è stato organizzato un tour delle spiagge. La "Carovana delle spiagge Dacia", scortata da tre Duster e una Lodgy, ha attraversato il Paese in 5 tappe. Arricchito da diverse animazioni, questo evento ha riunito oltre 150.000 spettatori.

Contatti Stampa Renault Italia :

Rosa SANGIOVANNI

Tel. : +39 06 41 56 228

Mob. : +39 335 12 93 872

rosa.sangiovanni@renault.it

Paola REPACI

Corporate Communication Manager

Tel. :+39 06 4156.965

Mob.: +39 335 1254592

paola.repaci@renault.it