

# **GROUPE RENAULT**

## **DACIA, O MARCA GENEROASA SI INGENIOASA**

**La patru ani de la lansarea modelului Logan, Dacia isi continua povestea de succes cu Dacia Sandero, o berlina in 5 usi, accesibila, incapatoare si robusta.**

**In 2008, gama Dacia cuprinde, in functie de pietele de comercializare, cinci vehicule : Sandero, Logan berlina, Logan MCV, Logan Van si Logan Pick-Up.**

**Vanzarile Dacia isi mentin tendinta ascendenta, afisand o crestere de 17,2% in 2007. In Europa de Vest cresterea este si mai importanta, de 67,9%, datorita succesului inregistrat de modelul Dacia Logan MCV.**

Cu o gama care numara cinci vehicule accesibile, moderne, fiabile si robuste, Dacia isi afirma personalitatea de marca generoasa si ingenioasa. Generoasa, deoarece fiecare dintre produsele sale ofera un spatiu interior record la un pret accesibil. Ingenioasa, deoarece cu o gama alcatuita din vehicule atragatoare la un pret mic, Dacia a stiut sa anticipeze nevoile unor clienti practici. Dacia este o marca a timpului sau, care isi devanseaza concurentii si care fructifica oportunitatile oferite de piata. Lansarea Dacia Sandero reprezinta un moment strategic in dezvoltarea marcii. Noul logo Dacia, dezvaluit la Salonul de la Geneva, exprima, asemenea produselor marcii, modernitate, simplitate si robustete. Albastrul, culoarea emblematica a marcii, este in continuare prezenta, dar capata un ton mai profund si mai nobil.

### **"POVESTEA DE SUCCES CONTINUA"**

Incepand cu 2008, Dacia va propune o gama de cinci vehicule, compusa dintr-un model bicorp (Dacia Sandero), dintr-o berlina tricorp (Dacia Logan), dintr-un break (Dacia Logan MCV), si din doua vehicule utilitare (Dacia Logan Van si Dacia Logan Pick-Up).

Dacia Sandero este al cincilea model dezvoltat pe platforma B0 (Logan), iar comercializarea sa va incepe din a doua jumatate a anului 2008; Dacia intra astfel pe un nou segment de piata, cel al modelelor bicorp. Ca si Logan, Dacia Sandero beneficiaza de un raport prestatii/pret de neegalat in segmentul sau. In functie de natura pietei si de oportunitati, Dacia va comercializa, in fiecare tara, modelele cele mai adaptate din gama.

### **PIETE MATURE, PIETE CU O CRESTERE PUTERNICA : ALCHEMIA LOGAN FUNCTIONEAZA PRETUTINDENI**

Cu aceasta noua oferta, Dacia isi consolideaza succesul extraordinar obtinut cu Logan, model emblematic pentru marca inca din 2004. Fondata in 1966, Dacia devine filiala a Renault in anul 1999. Incepand cu anul 2004, Dacia propune, prin intermediul familiei de modele Logan, o gama de vehicule noi, cu un raport prestatii/pret imbatabil. Datorita acestei oferte inedite, succesul comercial a intrecut cu mult asteptarile initiale, iar vanzarile se afla in continuare in crestere: intre 2003 (68 738 unitati) si 2007 (230 164 unitati), acestea s-au triplat. In 2007, vanzarile marcii au crescut cu 17,2% fata de anul 2006.

In prezent, Dacia este disponibila pe 51 de piete, din Europa pana in Africa, trecand prin Maghreb si Turcia. In luna martie, marca Dacia isi va face intrarea si in Portugalia, iar in Scandinavia (Suedia, Danemarca, Finlanda) pana la sfarsitul lui 2008.

In 2007, Dacia a inregistrat cea mai mare crestere in Europa de Vest. Vanzarile sale au progresat cu 73,9% in Franta (32 684) si cu 174,8% in Germania (17 517), in special ca urmare a succesului de care se bucura pe aceste piete modelul Logan MCV. In Franta, la numai trei ani de la lansare, Dacia a urcat in luna ianuarie 2008 pe pozitia a noua in topul celor mai vandute marci din Hexagon (dintr-un total de 38).

# GROUPE RENAULT

În România, Dacia își păstrează poziția de lider de aproape 12.000 vehicule comercializate în 2007. În cursul aceluiași an, două serii limitate Logan s-au bucurat de un succes notabil: Logan ABS+, care propune echipamente suplimentare de securitate (și care a reprezentat între 20 și 25% din vânzările Dacia în perioada aprilie - decembrie 2007) și seria limitată Logan Kiss FM, dotată cu radio CD MP3, serie care se adresează unui public mai tânăr (și care a ajuns să reprezinte, de la lansarea seriei, în luna aprilie 2007, 16% din vânzările Dacia).

În Maroc, Dacia se situează pe poziția a doua, cu o cota de piață de 12,4%, imediat după Renault. Dacia Logan este cel mai bine vândut model de pe piața marocană, devansând Renault Kangoo. Dacia continuă să se dezvolte și în Ucraina, unde vânzările sale au atins în 2007 nivelul de 9.350 de unități, în creștere cu 58% față de 2006. Comercializat pe o piață care se dezvoltă puternic (+ 35% în 2007), Logan MCV a confirmat, prin vânzări, primirea deosebită de care s-a bucurat modelul la Salonul Auto de la Kiev, din mai 2007 și a făcut ca Dacia să se instaleze durabil în peisajul auto din Ucraina.

## **UN MODEL DE AFACERI PE MASURA IMAGINII MASINIILOR DACIA : ROBUST**

Marca Dacia își continuă strategia fondată pe un model de afaceri inedit, "la pret redus": toate deciziile în ceea ce privește concepția/ingineria, fabricația și comercializarea au la bază căutarea valorii pentru client. Astfel, toate costurile sunt reduse în măsura în care este respectat principiul următor: clientul primește de la mașina lui tot ceea ce caută, fără cel mai mic element superfluu. Dacia Sandero se înscrie în aceeași strategie și va fi propusă la un pret foarte atractiv.

## **O REȚEA COMERCIALĂ ÎN PLINĂ EXPANSIUNE : SERVICE GARANTAT PENTRU TOTI CLIENTII**

Marca Dacia beneficiază de o rețea comercială cu o acoperire foarte bună în toate țările în care este prezentă. În România, Dacia dispune de peste 100 de puncte de vânzare, din care 17 au fost inaugurate în 2007. Pe celelalte piețe, marca Dacia este sprijinită de rețeaua Renault, foarte densă și care funcționează la un nivel profesionist. În Europa de Vest, numărul concesionarilor care comercializează gama Dacia depășește 1100. În Franța, doi concesionari au decis, în 2007, să creeze puncte de vânzare separate pentru Dacia. Odată cu largirea gamei, în anii următori ar putea exista tot mai multe astfel de inițiative.

## **UZINA DE LA MIOVENI : INIMA PERFORMANTEI**

Uzina de la Mioveni, care este leaganul mărcii Dacia, rămâne principala uzină de fabricație a vehiculelor care utilizează platforma B0 (Logan). Având în vedere că multe dintre piese sunt comune diferitelor caroserii, cele cinci modele Dacia sunt produse pe aceeași linie de montaj. În 2007, uzina și-a mărit capacitatea la 350.000 vehicule/an (60 de vehicule/oră), pentru a permite atât sosirea modelului Dacia Sandero, cât și creșterea vânzării mărcii.

Vehiculele Dacia sunt produse și în Maroc, pe platforma industrială de la Casablanca. Pentru a răspunde cererii foarte mari, o a treia uzină, instalată tot în Maroc, în orașul port Tanger, va produce, începând din 2010 vehicule Dacia, alături de modele Renault și Nissan.